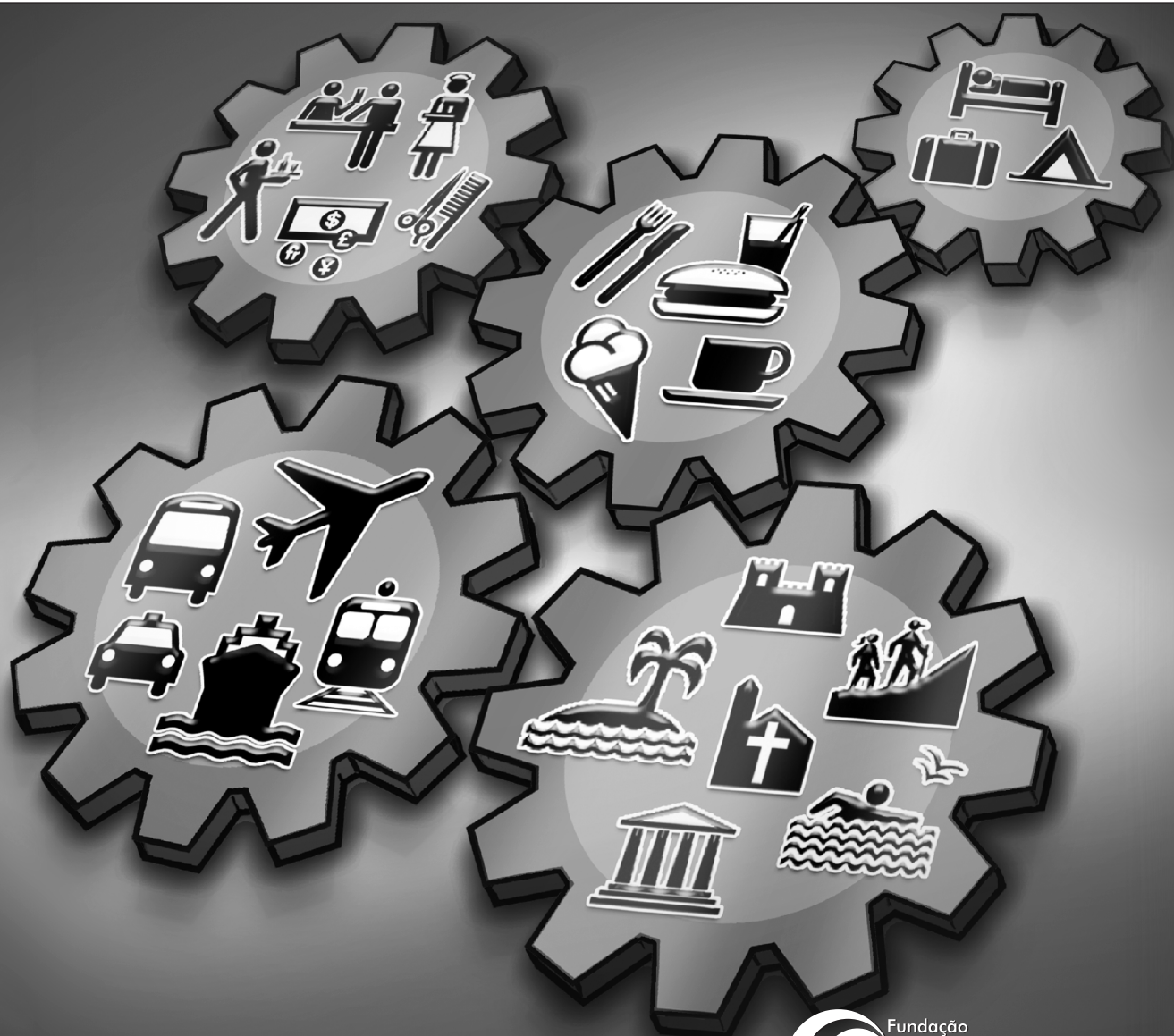


Volume 2

**Ari da Silva Fonseca Filho
Isabela de Fátima Fogaça**

Planejamento e Organização do Turismo





Fundação

CECIERJ

Consórcio **cederj**

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

Volume 2

Ari da Silva Fonseca Filho
Isabela de Fátima Fogaça

Planejamento e Organização do Turismo



**GOVERNO DO
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE
CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

**UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL**

Ministério da
Educação

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Apoio:



FAPERJ

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

Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Rua da Ajuda, 5 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP 20040-000

Tel.: (21) 2333-1112 Fax: (21) 2333-1116

Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

Vice-presidente

Masako Oya Masuda

Coordenação do Curso de Turismo

UFRRJ - Maria Angélica Maciel Costa

UNIRIO - Camila Moraes

CEFET - Claudia Fragelli

Material Didático

ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

Ari da Silva Fonseca Filho

Isabela de Fátima Fogaça

COORDENAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Cristine Costa Barreto

SUPERVISÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Flávia Busnardo

DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL E REVISÃO

Anna Maria Osborne

Heitor Soares de Faria

Paulo César Alves

AVALIAÇÃO DO MATERIAL DIDÁTICO

Thaís de Siervi

Departamento de Produção

EDITOR

Fábio Rapello Alencar

COORDENAÇÃO DE REVISÃO

Cristina Freixinho

REVISÃO TIPOGRÁFICA

Beatriz Fontes

Carlina Godoi

Cristina Freixinho

Patrícia Sotello

Thelenayce Ribeiro

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO

Bianca Giacomelli

DIRETOR DE ARTE

Alexandre d'Oliveira

PROGRAMAÇÃO VISUAL

Alexandre d'Oliveira

Bianca Lima

Juliana Fernandes

ILUSTRAÇÃO

Bianca Giacomelli

Sami Souza

CAPA

Equipe Cederj

PRODUÇÃO GRÁFICA

Patrícia Esteves

Copyright © 2014, Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

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

F676p

Fonseca Filho, Ari da Silva.

Planejamento e organização do turismo. V.2. / Ari da Silva Fonseca Filho, Isabela de Fátima Fogaça. – Rio de Janeiro: Cederj, 2014. 204 p.; 19 x 26,5 cm.

ISBN: 978-85-7648-955-9

I. Planejamento turístico. I. Fogaça, Isabela de Fátima. I. Título.

CDD: 338.4791

2014.2

Referências Bibliográficas e catalogação na fonte, de acordo com as normas da ABNT e AACR2.

Governo do Estado do Rio de Janeiro

Governador

Luiz Fernando de Souza Pezão

Secretário de Estado de Ciência e Tecnologia

Alexandre Vieira

Universidades Consorciadas

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

Diretor-geral: Carlos Henrique Figueiredo Alves

IFF - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FLUMINENSE

Reitor: Luiz Augusto Caldas Pereira

UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Silvério de Paiva Freitas

UERJ - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Ricardo Vieiralves de Castro

UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Reitor: Roberto de Souza Salles

UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Carlos Levi

UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Reitora: Ana Maria Dantas Soares

UNIRIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Luiz Pedro San Gil Jutuca

Planejamento e Organização do Turismo

Volume 2

SUMÁRIO

Aula 10 – O planejamento turístico: condições e problemas para o planejamento do turismo _____	7
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 11 – O planejamento turístico: sensibilização para estruturar o processo de planejamento turístico _____	27
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 12 – O planejamento turístico: inventário turístico _____	49
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 13 – Etapas para o desenvolvimento do planejamento turístico: pesquisas de opinião pública e demanda turística _____	71
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 14 – Fases do processo de planejamento turístico: diagnóstico e prognóstico _____	95
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 15 – Plano de desenvolvimento turístico _____	123
<i>Ari da Silva Fonseca Filho</i>	
Aula 16 – O plano de desenvolvimento turístico: programas e projetos _____	147
<i>Ari da Silva Fonseca Filho / Isabela de Fátima Fogaça</i>	
Aula 17 – Avaliação do processo de planejamento turístico e controle _____	175
<i>Ari da Silva Fonseca Filho / Isabela de Fátima Fogaça</i>	
Referências _____	199

10

O planejamento turístico: condições e problemas para o planejamento do turismo

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar a importância da adequação de métodos e técnicas para coleta de dados no processo de planejamento turístico e as dificuldades e condições que influenciam no desenvolvimento turístico.

Objetivos

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

- 1 compreender a importância da adequação de métodos e técnicas utilizadas na coleta de dados para o planejamento turístico em cada localidade;
- 2 identificar as necessidades e condições para o planejamento do turismo;
- 3 entender os problemas e as dificuldades que interferem no desenvolvimento turístico.

Introdução

Nesta aula, a proposta central será o estudo da metodologia para o planejamento turístico, com vistas a entender o real uso de procedimentos metodológicos para estruturar um processo de planejamento sério e eficaz. Também identificaremos os fatores que interferem no desenvolvimento turístico, destacando as condições marginais, consideradas como variáveis que influem diretamente no processo de planejamento e de desenvolvimento turístico de uma localidade.

Compreender o uso da metodologia para estruturar o passo a passo do planejamento turístico e das técnicas para levantamento de informações sobre uma localidade são tarefas iniciais que garantirão um trabalho mais bem estruturado, com maior segurança para um futuro de sucesso da destinação turística. Da mesma forma, compreender as condições marginais que interferem no desenvolvimento turístico de uma localidade é condição fundamental e evita que equívocos sejam cometidos.

Boa aula!

Metodologia para o planejamento turístico

O processo de planejamento é a organização no plano das ideias, não é algo materializado. Podemos dizer que é um estudo que analisa a realidade do objeto a ser planejado de modo amplo, prevendo e simulando situações futuras. Sua utilização sempre parte de duas premissas: a primeira é quando há objetivos para serem cumpridos, visando a um desenvolvimento turístico em uma dada localidade; a segunda quando tenho problemas a serem solucionados em uma destinação.

Assim, diante dessas duas situações, o planejamento é a atividade a ser realizada e, para que seja materializado em forma de planos, programas e projetos, há uma série de técnicas que serão apresentadas nessa disciplina com o objetivo de exemplificar todo o desenvolvimento do trabalho.

Quando falamos em metodologia para o planejamento turístico, não estamos afirmando que exista uma forma única e eficaz, testada em países desenvolvidos, em cidades consagradas no ramo de turismo e que, por isso, são exemplarmente referenciais. Cada destinação tem suas características próprias, suas particularidades singulares e dessa forma, deixamos claro que não há uma metodologia única e correta para efetuar um planejamento.



A Metodologia é o estudo dos métodos e das técnicas, utilizados em uma pesquisa. Compreende etapas a seguir em um determinado processo, no caso estudado, o processo de planejamento turístico. É uma descrição dos procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa. É a explicação do tipo de pesquisa, da população e amostra, das técnicas utilizadas para coleta de dados (questionário, entrevista e outras), da equipe de pesquisadores e da divisão do trabalho, das formas de tabulação, do tratamento e análise dos dados, da previsão de prazos para execução de tarefas, tendo sempre o cuidado de se detalhar e explicar todo o processo empregado no trabalho de pesquisa.

Molina e Rodríguez (2001) afirmam que, basicamente, a metodologia será construída a partir da natureza do problema, dos meios disponíveis, das características, conhecimentos e experiências dos agentes que intervirão no processo e dos sujeitos afetados por sua aplicação. O processo não é fechado e rígido, mas flexível e passível de ser adequado diante de variáveis que estejam dificultando, ou mesmo impedindo, o desenvolvimento das atividades propostas.

Diante disso, é imprescindível considerar que o planejamento deva ser executado com ética e seriedade, pois não é uma atividade que admite experimentações. Os erros podem ocasionar altos custos financeiros, ambientais e socioculturais, podendo até serem irreversíveis, dependendo da natureza do ocorrido.

Necessidades e condições para o planejamento do turismo

Anteriormente, foi apontada a relevância da metodologia para estruturar o processo de planejamento com a intenção de compreender como essa atividade necessita de uma estruturação que parta do plano das ideias para a sua materialização por meio de documentos (plano, programas e projetos). A estruturação desses resultados em materiais físicos servirá para nortear todo o trabalho da equipe que implementará as ações previamente definidas. Porém, para entendermos as necessidades de se planejar uma localidade para fins turísticos, destacaremos nesta seção os fatores que indicam sua aplicabilidade visando a um desenvolvimento satisfatório e sustentável.

É sabido que o sucesso de um empreendimento turístico não acontece por acaso, mas é fruto de muitos estudos de mercado, incluindo a viabilidade econômica, qualidade e características dos recursos e atrativos turísticos, e como estes são mantidos para a posteridade, já que a atividade turística, muitas vezes, pode comprometer a existência de tais recursos. Mas poucos são os destinos que são planejados previamente, antes de um aumento no fluxo turístico.

O que notamos na maioria dos destinos consagrados é que o seu crescimento ocorreu espontaneamente, gerando a necessidade de realizar planejamentos com a finalidade corrigir e não comprometer os atrativos.

Diante do exposto, segundo Ruschmann (2005), listamos a seguir algumas situações que são identificadas no surgimento espontâneo do turismo e que, conseqüentemente geram necessidade de planejar a localidade, tais como:

- a) Com o sucesso de determinadas localidades, há um considerável aumento no número de empresas turísticas que atenderão a demanda em expansão, com a finalidade de assegurar um controle eficaz de desenvolvimento e adotar medidas de proteção ao meio ambiente, o planejamento turístico é imprescindível.

- b) Lugares onde notamos um crescimento acelerado da demanda de turistas, havendo o surgimento desenfreado do turismo de massa, cujo destino é muitas vezes se tornar um modismo.
- c) Locais que possuem recursos culturais e naturais consideráveis, porém não houve um desenvolvimento turístico satisfatório e homogêneo. Muitas vezes apenas alguns atrativos destacam-se e o potencial completo do lugar não é apresentado.
- d) Localidades onde percebemos que o desenvolvimento do turismo está iniciando o processo de degradação ambiental, com a presença de erosão de sítios ou depredação de recursos únicos. Muitas vezes, a atividade turística pode ser a única a trazer benefícios socioeconômicos para a população receptora, porém, deve-se intervir com a intenção de planejar de modo sustentável a destinação turística.

Assim, nas condições acima colocadas são iniciados os estudos que determinarão o perfil da localidade, apresentando a viabilidade de implantação de outros tipos de turismo ou readequação diante das reais características do lugar; o que garantirá mais segurança e incentivos aos empresários na implantação dos equipamentos turísticos correspondentes, bem como, é investigado a relação das vantagens entre o tipo de turismo do local e a concorrência de outros destinos já consagrados ou em desenvolvimento turístico (BARRETTO, 2004; RUSCHMANN, 2005).

Segundo Barretto (2004), as características do planejamento turístico estão centradas na intenção de planejar e desenvolver espaços e atividades para turistas e moradores, sejam estes autóctones ou mesmo migrantes que se tornaram moradores. Esse processo tem dois objetivos conflitantes: o primeiro é prover oportunidade de acesso às experiências recreacionais, por meio do lazer, ao maior número de pessoas possível, tanto para os turistas como também para os moradores locais; e paradoxalmente, o segundo objetivo que se opõe ao primeiro, é que o planejamento deve ser um recurso utilizado para proteger e evitar

a descaracterização provocada por grande volume de demanda nesses locais privilegiados pela natureza e/ou com patrimônio cultural expressivo.

Desta forma, se o planejamento for utilizado, acreditamos que problemas futuros serão evitados ou amenizados, facilitando a intervenção mais precisa e consciente dos planejadores. Um bom exemplo é o projeto de turismo com base comunitária, desenvolvido na prainha do Canto Verde, em Beberibe, no Ceará, cujas diretrizes impede um crescimento desordenado e toda a comunidade é envolvida e beneficiada.



A prainha do Canto Verde constitui-se em uma pequena vila de pescadores tradicionais, composta por aproximadamente 200 famílias, a maioria descendente da mesma família. Uma vila simples cujas casas, grande parte de taipa ou palha, foram construídas sobre as dunas entre coqueiros e lagoas.

Seu histórico de luta e organização começa no final da década de 1970, em função do risco de serem expulsos por grileiros que atuavam na região, o que se desdobrou na criação da Associação de Moradores da Prainha do Canto Verde na década de 1980, que inicialmente criou diretrizes para evitar a especulação imobiliária na vila e representar a comunidade nas disputas judiciais que foram travadas para a manutenção da terra. Em um segundo momento, observando os impactos negativos que o turismo vinha causando em outras localidades, decidiu reunir forças para organizar ali um “Turismo Comunitário”.

Para saber mais, leia a dissertação da professora Teresa Mendonça da UFRRJ “Turismo e participação comunitária: ‘Prainha do Canto Verde’, a ‘Canoa’ que não quebrou e a ‘Fonte’ que não secou?” disponível em: <<http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/TeresaMendonca.pdf>>. Acessado em: julho de 2012.

Ou assista aos vídeos disponíveis nos *links*:

<<http://www.youtube.com/watch?v=PoxRkGlecWA>>.

<<http://www.youtube.com/watch?v=Calmhvz300&feature=related>>.

Acessados em: julho de 2012.

Em outras palavras, insistimos que o planejamento existe a partir do momento em que é preciso definir e alcançar objeti-

mento seria necessário com a finalidade de assegurar um controle eficaz de desenvolvimento e adotar medidas de proteção ao meio ambiente. Além disso, a partir dos estudos que determinarão o perfil da localidade, expondo a viabilidade de implantação de outros tipos de turismo ou readequação diante das reais características do lugar, o planejamento garantirá mais segurança e incentivos aos empresários na implantação dos equipamentos turísticos correspondentes, havendo fiscalização e controle na expansão dessa oferta.

Também é possível que, na localidade acima descrita, tenha ocorrido um crescimento acelerado da demanda de turistas, havendo o surgimento desenfreado do turismo de massa, posto que o destino tornou-se um modismo. Com a finalidade de não saturar o lugar, objetivando um desenvolvimento turístico satisfatório e homogêneo, o planejamento deveria ser empregado.

Por fim, o desenvolvimento do turismo no pequeno município pode ter iniciado um processo de degradação ambiental, com a presença de erosão de sítios ou depredação de recursos únicos. Nesse sentido, o planejamento corretivo seria fundamental para frear o processo de degradação e reorganizar o turismo na localidade.

Problemas e dificuldades no desenvolvimento turístico

O turismo e o desenvolvimento formam uma combinação que sempre está atrelada aos discursos políticos de governantes em geral, de dirigentes de empresas turísticas, do meio acadêmico e, até mesmo, da sociedade. Essa relação pode acarretar dois cenários futuros, um positivo e outro negativo.



O desenvolvimento pode ser entendido como o resultado de crescimento econômico, acompanhado de melhoria na qualidade de vida. Segundo Vasconcellos e Garcia (1998), a concepção de desenvolvimento deve incluir “as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia)” (VASCONCELLOS e GARCIA, 1998, p. 205).

Quanto ao desenvolvimento turístico em uma localidade, podemos dizer que essa passa por algumas fases facilmente identificadas em diversas destinações. Precisamos estar atentos a essas fases para que o planejamento adeque-se às necessidades locais, sendo um processo constante, e para que evite impactos negativos que surgem também com o desenvolvimento turístico.

Diversos foram os estudiosos que discutiram as “fases ou ciclo de vida de uma destinação”, entre eles Thurot.

Segundo Thurot (apud RUSCHMANN, 2005), o desenvolvimento turístico de uma destinação passa pelas seguintes fases:

- a) descoberta de um destino;
- b) desenvolvimento turístico e aumento no tráfego de turistas;
- c) perda da originalidade e aparecimento do turismo de massa.

O modelo de Thurot é caracterizado pelas classes sociais dos turistas, e o tempo é fator relevante no processo de popularização do destino, ou seja, os ricos descobrem e só com o passar dos tempos que a população de mais baixa renda tem acesso (RUSCHMANN, 2005, p. 93).

Também Butler (apud RUSCHMANN, 2005), em 1980, baseado em conceito criado pela área de marketing de produto, adaptou sua análise para destinações turísticas enfocando equipamentos turísticos e as regiões onde estes estavam inseridos.

Assim, Butler, para elaborar diagnósticos turísticos, compôs o conceito do “ciclo de vida das destinações”, identificando fases como: exploração; investimento; desenvolvimento; consolidação; estagnação; declínio ou rejuvenescimento. O autor limitou o período de apogeu de um destino turístico em aproximadamente 20 anos e destacou que declínio pode ser evitado com o planejamento, visando ao rejuvenescimento, à revitalização, à modificação do perfil do produto turístico ou público e, assim, buscar novos mercados.

Já Holter (1991), para o estudo dessa evolução, criou a “Teoria da autodestruição do Turismo”, compreendendo as seguintes fases:

- 1ª Fase: destino distante é descoberto, exótico, caro, refúgio para ricos, descanso, sossego e mínimo contato com a população local.

2ª Fase: promoção turística, maior número de hotéis, autóctones e moradores em geral viram empregados, maior número de turistas.

3ª Fase: equipamentos para turismo de massa, aumento no número de pessoas com menor poder aquisitivo, padrões e comportamentos sociais mais baixos, degradação social do meio turístico.

4ª Fase: perda da atratividade decai social e economicamente, os turistas fogem (RUSCHMANN, 2005).

Portanto, de forma resumida, compreendemos que a evolução do turismo passa por diversas fases, que vão da descoberta, promoção, desenvolvimento e declínio. E, infelizmente, em muitos destinos turísticos brasileiros, quando se desenvolve o turismo na localidade, essas fases são identificadas facilmente. Podemos citar casos de cidades balneárias, como o caso de Santos, Praia Grande, no litoral paulista, como também Porto Seguro, na Bahia.



SOS Porto Seguro

Era uma vez.... Nos idos anos de 90 a 95, Porto Seguro vivia no melhor dos mundos quando as operadoras que ali atuavam, compravam os leitos dos hotéis de outubro a março, pagavam adiantado e a um bom preço. Era a época da fartura, pouca oferta e muita procura...

Esta corrida desenfreada levou os hoteleiros a tomarem empréstimos junto à rede bancária para aumentarem a oferta do número de leitos necessários para fazer face a esta grande demanda. Os anos se passaram e atraídos pelo grande filão outros investidores para ali foram, aumentando, desordenadamente, o número de empreendimentos hoteleiros sem que houvesse em contrapartida um trabalho sistemático de Promoção de Porto Seguro como atrativo turístico para suprir a enorme oferta de leitos que passaram a existir.

Entrementes, os juros acordados com as instituições financeiras foram aumentando, exponencialmente, enquanto os valores das diárias foram sendo reduzidos a números assustadores em decorrência direta da conjuntura instalada. As operadoras que ali atuavam, tais como; Viagens Costa, Cibratur, ATI, Capital, Pan Word, e por fim a Soletur, foram falindo uma a uma devido à recessão do país, trazendo prejuízos homéricos para a hotelaria e a própria cidade em si, visto que a região tem a sua atividade econômica refletida, unicamente, pela ocupação hoteleira.

Dado o grande número de leitos, baixa ocupação, e preços sucateados pela concorrência, tornou-se impraticável honrar o pagamento dos empréstimos assumidos remetendo para a atualidade uma gigantesca dívida acarretando o arrolamento em juízo do patrimônio dos empreendedores construído às custas de muitos anos de trabalho e poupança.

Os anos seguiram-se e os empreendimentos hoteleiros continuaram a serem feitos sem que nenhuma ação governamental oficial viesse a ser tomada para disciplinar e regulamentar esta especulação descontrolada.

Atualmente, a receita de grande parte da rede hoteleira local mal consegue cobrir as despesas operacionais, comprometendo, inclusive, o desempenho organizacional das empresas agravado mais, ainda, pela necessidade de se fazer manutenções periódicas dos equipamentos desgastados pelo uso, ao longo do tempo.

Hoje, o fluxo turístico de Porto Seguro está reduzido para no máximo 90 dias anuais, a saber: Reveillon, Janeiro, Carnaval, Semana Santa, final de abril e "Semana do Saco Cheio". Este curto período de ocupação obriga vários hotéis de porte a ficarem fechados por até três meses, tendo em vista que é melhor suspender as atividades nestes tempos críticos do que trabalhar com acentuado prejuízo.

(...) Atualmente, existem duas operadoras remanescentes atuantes em Porto Seguro, caso da PNX (...) e da CVC (...). Hoje, Porto Seguro é monopólio da companhia de turismo CVC.

As outras unidades hoteleiras que não estão engajadas neste esquema ficam à mercê da própria sorte, canibalizando suas diárias para conseguirem sobreviver. Um dos maiores problemas de Porto Seguro é a ausência de um planejamento anual de mídia oficial (autoridades municipais) (...)

É fundamental a retomada de Porto Seguro como destino turístico privilegiado, à altura do que lhe fora predestinado desde os tempos primórdios quando vencendo as intempéries dos mares ali chegaram os primeiros ilustres hóspedes em 22 de abril de 1500.

Fonte: Escrito por Reinaldo Müller, consultor de marketing, em 05/01/2011. Disponível em: <<http://www.sabernarede.com.br/sos-porto-seguro>>. Acessado em: julho de 2012.

Para evitar a decadência desses destinos, deve-se adotar uma política (abrangendo todas as instituições sociais) que vise à proteção ambiental de seus atrativos e um planejamento em longo prazo, que seja concebido de modo integrado, respeitando a determinação da capacidade de carga que garantirá seu desenvolvimento sustentável.



É interessante observar que além do estrato social, o ciclo de vida das destinações turísticas é bastante marcado pelo perfil psicossocial do turista, pois a localidade é diretamente influenciada e transformada pela atividade turística por meio da ação humana (impactos). Deste modo, Plog (1973) vai caracterizar os tipos de turistas e como estes interagem no meio ambiente turístico a partir de suas personalidades.

Segundo Ruschmann (2005), esse estudo foi feito com base em uma série de pesquisas sobre motivos das viagens dos estadunidenses. Resumidamente, temos três grandes tipos: turistas psicocêntricos, alocêntricos e mesocêntricos.

- a) Turistas psicocêntricos são os turistas autocentrados, com personalidade ansiosa, inibida e não são abertos a aventuras.
- b) Turistas alocêntricos são os turistas que buscam sempre por novidade e estão dispostos a vivenciar grandes aventuras. São extrovertidos, autoconfiantes, curiosos, interessados e desbravar e descobrir novos destinos turísticos.
- c) Turistas mesocêntricos são turistas atraídos por destinações que já possuem um maior número de turistas, cujas características locais estão em um estágio que difere das características familiares e exóticas. É possível notar que está em um processo de extinção da atratividade turística por sofrer os efeitos da massificação, por conta do grande fluxo de turistas (perda de qualidade ambiental e características) (RUSCHMANN, 2005).

Fatores determinantes no desenvolvimento turístico

Devemos destacar alguns fatores que são imprescindíveis para que ocorra o desenvolvimento turístico. Alguns são básicos e outros complementares. Também devemos destacar algumas condições marginais que podem desvirtuar, ou mesmo impedir, o processo de desenvolvimento turístico.

– Básicos: existência de atrativos culturais; naturais; acomodações adequadas; oferta de restaurantes; lazer e entretenimento.

– Complementares: disponibilidade de transporte turístico; localização/acesso; existência de demanda turística potencial; identifi-

car limitações ou restrições de viagens; promover e divulgar o destino no mercado emissor; relação de preços na destinação visitada.

– Condições marginais: delinquência; violência; mão de obra desqualificada; autóctones/moradores locais agressivos e aversivos aos turistas; exploração negativa na prestação de serviços por meio de golpes, cobranças de preços abusivos e variados de acordo com o perfil ou mesmo nacionalidade do turista; precariedade dos serviços públicos do município.

Problemas enfrentados pelo planejamento

Países latino-americanos, em sua maioria, enfrentam dificuldades e problemas na implementação e operacionalização de modelos de planejamento. Como foi apresentado na aula anterior, o turismo pouco foi pensado de modo interdisciplinar e interligado a outros setores e esferas da administração pública, e com isso há uma fragmentação dos esforços para o desenvolvimento turístico.

Essa problemática dá-se visto que a origem dos modelos de planejamento está sempre nos países desenvolvidos, modelos norte-americanos e europeus, e a realidade de América Latina é pouco considerada o que ocasiona que, por conta disso, grandes investimentos em consultorias na área fracassam. Segundo Molina (2003, p. 32),

A experiência mostra que os mecanismos de planejamento não funcionam por si mesmos, mas exigem uma vontade política que os ponha em andamento, que os apoie com ações paralelas (por meio, por exemplo, de reforma administrativa).

Vale complementar que não é apenas esse fator que será essencial para o desenvolvimento, mas é de extrema necessidade considerar que as condições econômicas internacionais afetam principalmente as economias locais de países mais fragilizados (do global para o local), que compõem o grupo dos países mais pobres. Assim, podemos indicar algumas variáveis que

interferem nesse processo e são fatores de resistência à eficácia e funcionamento do planejamento turístico (MOLINA, 2003):

- a) Mudanças nas administrações públicas provocam descontinuidade nas políticas de desenvolvimento turístico. Ou seja, no caso do Brasil, vereadores, secretários, prefeitos, governadores, ministros e equipes, possuem mandatos de 4 anos e, sempre que há troca de gestão, dificilmente o novo governante que assume, mantém políticas, planos, programas e projetos da gestão anterior.
- b) Instabilidade e alta rotatividade dos profissionais contratados para conduzir o processo de planejamento.
- c) Falta de formação e conhecimentos prévios sobre a área por parte de governantes e da grande maioria de profissionais que atuam na gestão do turismo. No Brasil, é muito comum a pasta de turismo, seja em uma secretaria municipal, estadual ou no âmbito do governo federal (Embratur ou Ministério do Turismo), ter os principais cargos ocupados por nomeação política e não por conhecimentos e experiências anteriores, é claro que isso não é uma regra, mas em grande parte dos casos é o que se pode identificar.
- d) Faltam informações fidedignas e estatísticas reais sobre o turismo em geral. Se formos pensar no caso dos municípios turísticos e os com potencial, muitas tentativas já foram empreendidas nos últimos trinta anos para coletar todas as informações acerca do turismo local. O que se nota é levantamento dos principais atrativos, cujas divulgações são feitas em páginas eletrônicas do município e até mesmo comercializados por agências de turismo. Há pouca preocupação em manter pesquisas de cunho estatístico sobre os fluxos turísticos locais, levantamento atualizado da infraestrutura turística, já que muitos empreendimentos oscilam devido à sazonalidade da atividade.
- e) Reforma administrativa que acompanhe as mudanças no enfoque de planejamento. Essa reforma implica em uma

reestruturação do poder público, com a finalidade de aumentar sua eficácia para atender as atuais exigências e desafios do planejamento contemporâneo. Gestões mais participativas, integrais e sustentáveis são hoje as principais tendências que a gestão tradicional do Estado não dá conta de acompanhar e respeitar. O mesmo podemos afirmar dos empreendimentos privados, que por sua vez têm metas e finalidades de lucros pré-definidas. Estes, muitas vezes podem se opor aos princípios da sustentabilidade de uma gestão que envolva anseios da comunidade que receberá o turismo. E pela gestão ser da iniciativa privada, dificilmente observamos trabalhos colaborativos, integradores entre a esfera pública e privada, sendo a concorrência nesta última o principal fator limitante dessa cooperação entre empresas e empreendimentos turísticos.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. No planejamento de um destino turístico, devemos considerar as “condições marginais”. Explique o que são essas condições marginais e como elas interferem no processo de desenvolvimento turístico de determinada localidade.

Resposta Comentada

No planejamento de um destino turístico, é imprescindível identificar as “condições marginais” como fatores determinantes no processo de desenvolvimento turístico, essas condições são variáveis

que podem desvirtuar ou mesmo impedir o desenvolvimento. Elas são compreendidas pela delinquência; violência; mão de obra desqualificada; autóctones/moradores locais agressivos e aversivos aos turistas; exploração negativa na prestação de serviços por meio de golpes, cobranças de preços abusivos e variados de acordo com o perfil ou mesmo nacionalidade do turista; precariedade dos serviços públicos do município.

Conclusão

A discussão acerca da metodologia para o planejamento turístico foi necessária no sentido de se estruturar o processo de modo que ele seja executável, passando do plano das ideias para o material, por meio da elaboração de documentos, planos, programas e projetos que resultarão a partir da finalização desse estudo.

Para tanto, as necessidades de se planejar uma localidade foram esboçadas para que o profissional do setor tenha condições de, a partir de um breve diagnóstico, identificar o momento exato de intervir em uma localidade ou destinação turística com a finalidade de preservar/conservar a atratividade do patrimônio turístico local, bem como realizar uma promoção do destino.

Também é necessário o cuidado de se destacar algumas variáveis entendidas como dificuldades, problemas e condições que vão atuar diretamente no desenvolvimento do turismo e, portanto, a partir de seu reconhecimento, ter condições de realizar um diagnóstico mais aprofundado com a participação de uma equipe de profissionais das mais diversas áreas. Assim, estes são alguns dos elementos essenciais para que as bases do planejamento sejam edificadas em conhecimentos sólidos acerca da localidade que será objeto do planejamento.

sionais do setor público, alguns representantes do setor privado que trabalham direta ou indiretamente com o turismo e alguns moradores com certa representação na localidade.

Todos os dados coletados servirão para se realizar no momento de planejamento um mapeamento da realidade local, identificar resistências ao turismo, problemas, bem como potencialidades.

A equipe de pesquisadores deve ser multidisciplinar, composta por turismólogos, geógrafos, urbanistas, arquitetos, sociólogos, antropólogos, administradores, matemáticos, educadores e pedagogos, entre outros profissionais.

Resumo

Esta aula destacou que o planejamento é uma sistematização de ações futuras no plano das ideias, não é algo tangível no seu início de elaboração. É uma atividade que analisa realidades e situações de localidades com potencial turístico ou já em desenvolvimento da atividade turística. Sua existência é real e latente quando existem objetivos para serem cumpridos, visando a um desenvolvimento turístico em uma dada localidade e/ou quando há problemas a serem solucionados, evitando os impactos negativos que o turismo pode acarretar à atratividade de uma destinação. Diante dessas duas possibilidades, o planejamento é acionado e materializado em forma de planos, programas e projetos, sendo estes empreendidos por meio de metodologias e técnicas que são utilizados para se obter a finalidade almejada.

Também foram apresentados alguns fatores que são imprescindíveis para o desenvolvimento turístico satisfatório, dentre eles os que são considerados básicos e os complementares, incluindo ainda algumas condições marginais que podem interferir ou prejudicar o desenvolvimento, atuando como variáveis condicionantes que irão atrapalhar o processo de desenvolvimento turístico.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, discutiremos sobre a necessidade da sensibilização para que todo o processo de planejamento obtenha sucesso, sendo esta a primeira etapa do processo de planejamento e uma constante que deve ser desenvolvida simultaneamente às demais etapas, do início ao fim do processo.

11

O planejamento turístico: sensibilização para estruturar o processo de planejamento turístico

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar o planejamento para o desenvolvimento integrado e sustentável do turismo, indicando a necessidade de sensibilização por meio da educação turística.

Objetivos

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

- 1** definir o conceito de desenvolvimento integrado e sustentável do turismo;
- 2** reconhecer a educação turística como base do planejamento turístico;
- 3** explicar a importância da sensibilização para o processo de planejamento.

Introdução

O estudo do desenvolvimento integrado e sustentável do turismo é considerado uma tendência mundial no planejamento de destinos turísticos. A sustentabilidade é palavra de ordem para nações que almejam o desenvolvimento e o crescimento econômico com vistas a um futuro que não comprometa a integridade ambiental. No turismo, a sustentabilidade está diretamente atrelada à garantia de manter atratividades das destinações que possuem recursos culturais, paisagísticos, geológicos, de espécies vegetais e animais, que motivam fluxos turísticos.

Nesta aula estudaremos conceitos de desenvolvimento integrado e sustentável aplicados ao turismo, identificando-os como elementos centrais para a estruturação de propostas de planejamento. Porém defendemos que o real uso desses conhecimentos só serão efetivos se estiverem sistematizados em um processo de educação turística que atuará positivamente na sensibilização para o planejamento. A partir da educação turística é possível conhecer mais sobre o turismo e o envolvimento por parte dos sujeitos no processo: moradores, autóctones, prestadores de serviços e turistas.

O conceito de desenvolvimento integrado e sustentável do turismo para o planejamento do setor

O desenvolvimento integrado do turismo parte de uma visão integral do fenômeno, a partir das contribuições de um planejamento participativo. A concepção integral é formada por meio das diferentes visões dos agentes envolvidos e a entendemos como sendo aquela que está correlacionada com outros setores da sociedade (social, econômico, político etc). O planejamento, então, passa a ser visto de modo integrado, tendo:

(...) por objetivo o desenvolvimento coerente dos elementos físicos, econômicos, sociais, culturais, técnicos e ambientais para satisfação de turistas e empresários, e deve, necessariamente, estar inserido em uma política global, empreendida pelo Governo (RUSCHMANN, 2005, p. 100).

Deste modo, compreendemos que a integração passa a ser um conceito-chave para que o desenvolvimento do turismo ocorra de modo coerente. Agregamos a ideia de que a satisfação não está apenas no binômio turistas e empresários, pois em muitas destinações turísticas, principalmente as localizadas em centros urbanos, a comunidade representa o anfitrião que vai atuar de modo decisivo para o desenvolvimento e a ascensão do turismo. São as pessoas que vivem no ambiente visitado que irão escolher se querem ou não receber turistas, e que tipo de turismo esperam. Muitos planejamentos que foram empreendidos em um passado não muito distante fracassaram por desconsiderar a comunidade receptora dos fluxos turísticos.

A concepção geral de desenvolvimento deve resultar do crescimento econômico e da melhoria da qualidade de vida, incluindo as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, visando melhorar indicadores de bem-estar econômico e social, com a redução da pobreza, do desemprego e da desigualdade, com melhorias nas condições de saúde, alimentação, educação e moradia (VASCONCELLOS; GARCIA, 1998). Para que uma localidade possa ser considerada desenvolvida, obrigatoriamente, deve atender a essas premissas. No caso do desenvolvimento turístico, dizemos que o turismo é fator responsável pelo crescimento econômico, com geração de empregos e renda, circulação de capital, investimentos na construção e revitalização de empreendimentos. Consequentemente temos uma melhoria na qualidade de vida, garantindo melhores condições aos moradores das destinações, aprimorando a infraestrutura urbana, de acesso e básica (água encanada, rede de esgoto e de tratamento, iluminação pública etc.) e ainda a infraestrutura turística, que dará suporte a toda atividade.

O planejamento do turismo visando ao desenvolvimento de uma destinação de modo sustentável é necessário para prevenir os impactos negativos do turismo, a degradação dos recursos e a restrição do seu ciclo de vida, e para proteger o patrimônio cultural.



A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU define o desenvolvimento sustentável como processo de transformação, no qual a exploração de recursos, investimentos, evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro com finalidade de se atender às necessidades e aspirações humanas (CMMAD, 1991).

Ruschmann (2005) afirma que:

Encontrar o equilíbrio entre os interesses econômicos que o turismo estimula e um desenvolvimento da atividade que preserve o meio ambiente não é tarefa fácil, principalmente porque seu controle depende de critérios e valores subjetivos e de uma política ambiental e turística adequada (RUSCHMANN, 2005, p. 109).

A busca por esse equilíbrio entre os interesses econômicos, sociais, culturais, ambientais e turísticos são desafios que todas as sociedades contemporâneas estão tentando empreender. No caso dos países em desenvolvimento, como o Brasil, esses desafios são ainda maiores e mais complexos. Desta forma, a autora complementa indicando que os desafios enfrentados por empresários e pelo estado regulador e controlador da atividade, para atingir ou se aproximar de um desenvolvimento sustentável do turismo, deve:

- a) encontrar equilíbrio entre interesses econômicos promovidos pelo turismo e o desenvolvimento de atividade responsável que preserve o meio ambiente;
- b) considerar a gestão de todos os ambientes, recursos e comunidades receptoras; atender às necessidades econô-

micas, sociais, vivenciais e estéticas; enquanto a integridade cultural, processos ecológicos essenciais e a biodiversidade são mantidos para o futuro;

- c) ter características como práticas de respeito pelo meio ambiente natural/cultural; harmonia entre cultura exterior e espaços sociais/cultura da comunidade receptora; distribuição equitativa dos benefícios do turismo; turistas mais responsáveis e atenciosos, educados para ser menos consumistas e sensíveis à preservação ambiental, compreensão e respeito aos povos e locais visitados.

Essa preocupação com a formação de turistas responsáveis e atenciosos é defendida por Ruschmann (2005, p. 113) da seguinte maneira:

(...) acredita-se que a educação para o turismo voltado para a "arte de viajar" deve tornar-se uma "técnica cultural", e seus conhecimentos deverão ser obrigatórios para os turistas. O turista deverá aprender a ser hóspede e a respeitar os povos e as localidades que visita.

Notamos que a maior preocupação da autora é direcionar a educação para o turismo tendo como sujeito principal o turista, cabendo a este a missão de se educar para a arte de viajar, tendo o cuidado de ser um bom hóspede e respeitar povos e localidades visitadas. Incluímos também o papel dos moradores que devem integrar esse processo de educação para o turismo, sendo o enfoque desta voltada para a valorização, o respeito e a preservação de seus patrimônios culturais e turísticos, tendo em mente que, além de guardiões de seus patrimônios, serão os agentes de promoção da cultura local.

A autora afirma que o turismo de massa, aquele praticado por um grande número de pessoas e definido pelo volume do fluxo turístico, e não por classe social, é o destruidor do meio ambiente. A solução proposta é a redução no número de visitantes em determinado atrativo, como também a melhoria da qualidade de vida e de trabalho nos grandes centros urbanos, como forma de reduzir

a necessidade de evasão. Diante dessas colocações concordamos que há a necessidade de esses três pontos serem atendidos, porém discordamos que a necessidade por evasão seja minimizada.



Ari Fonseca

Figura 11.1: Picinguaba é um distrito de Ubatuba-SP e núcleo operacional do Parque Estadual da Serra do Mar, o maior parque paulista. A localidade é marcada pela intensa visitação na alta temporada de verão.

Ao considerarmos que as melhorias na qualidade de vida e nas condições trabalhistas nos grandes centros refletem na melhoria da renda e poder aquisitivo, conseqüentemente um maior acesso ao turismo, diante disto, a questão principal fica na necessidade de se trabalhar a educação para o turismo, ou seja, por meio desta educação, promover maior número de pessoas sensibilizadas e conscientes de suas responsabilidades nos meios visitados, assim, ações de redução da visitação em determinado atrativo ocorreriam de modo planejado, a partir de estudos mais aprofundados sobre as interferências humanas provocadas pelos fluxos turísticos em uma localidade.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento define o desenvolvimento sustentável como

(...) um processo de transformação, no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas (CMMAD, 1991, p. 49).

Com base nessa citação, como podemos conceituar o desenvolvimento sustentável do turismo?

Resposta Comentada

O desenvolvimento sustentável do turismo parte do princípio de que a atividade deve encontrar um equilíbrio entre interesses econômicos de estabelecimentos que atuam direta ou indiretamente com o turismo e, ao mesmo tempo, promovam um desenvolvimento responsável que preserve o meio ambiente.

Em outras palavras, deve se considerar a gestão de todos os ambientes e recursos, além de prever a participação das comunidades receptoras no processo, visando garantir o atendimento das necessidades econômicas, sociais, vivenciais. O desenvolvimento sustentável do turismo tem como finalidade manter para o futuro as características culturais locais, os processos ecológicos essenciais e a biodiversidade.

Pode ser caracterizado pelo respeito ao meio ambiente cultural e natural, pela harmonia entre a cultura exterior e a receptora, garantindo a distribuição equitativa dos benefícios do turismo. Os turistas que praticam turismo de modo sustentável são mais responsáveis e atenciosos, educados para serem menos consumistas e mais sensíveis à preservação ambiental, à compreensão e ao respeito às comunidades visitadas.

Educação turística

A educação para o turismo ou pelo turismo são medidas indicadas como essenciais para iniciar qualquer proposta de planejamento. Parte-se do pressuposto de que a população receptora

da atividade em questão precisa ter o poder decisório em querer, ou não, definir formas de participação e, mais do que isso tudo, entender o que é turismo e os seus efeitos positivos e negativos em uma comunidade. Diante disso, propostas de educação e sensibilização turísticas terão como principal objetivo atender aos moradores anfitriões de uma localidade, sejam estes simples moradores ou prestadores de serviços turísticos, mas também os turistas.

Assim, defendemos a ideia de uma educação turística como sendo um processo educativo cuja finalidade é difundir conhecimentos sobre a atividade em cidades turísticas ou com potencial. É um tipo de educação que visa atender tanto aos munícipes em geral, quanto aos turistas. No primeiro caso, ela pode ser realizada estrategicamente pela (REBELO, 1998):

- a) educação formal: turismo desenvolvido de forma institucionalizada, inserido como um tema transversal ou uma disciplina da Escola Básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio); ou como curso regular do Ensino Profissionalizante e do Ensino Superior (Bacharelado e Tecnológicos);
- b) educação não formal: por meio de palestras, encontros, cursos livres, propagandas, semanas promovidas por empresas de turismo, prefeituras, organizações não governamentais, associações comerciais, veículos de comunicação, igreja, dentre outros, com a preocupação de informar e preparar a população para o turismo;
- c) educação informal: realizada pela leitura, participação, observação e pelas influências do cotidiano turístico, bem como pelas mudanças de atitudes na convivência com o fenômeno turístico.

Já no caso da educação turística voltada para os turistas, ela é uma prática que visa a garantir a qualidade das experiências turísticas, sensibilizando os visitantes a conhecerem, respeitarem e valorizarem a cultura local por meio de ações interpretativas com auxílio de guias turísticos, os prospectos informativos sobre os atrativos turísticos, bem como a participação de guias de turismo

que serão os responsáveis por apresentar os bens culturais.

Enfatizamos que o objetivo central da educação turística é educar os munícipes e turistas para o desenvolvimento sustentável do turismo, contribuindo para que todos desenvolvam comportamentos responsáveis e coerentes diante da atividade turística. Ela não objetiva apenas formar pessoas que recebam bem turistas, mas também cidadãos que valorizem e protejam os patrimônios culturais e naturais da localidade.

Os benefícios dessa educação são múltiplos para a população residente e para os turistas, pois ambos ganham mais conhecimentos sobre a cidade, geografia, história, cultura e o turismo locais; diversificam e geram novos empregos; envolvem mais ativamente a comunidade. Os turistas que visitam a localidade recebem atendimento de qualidade pelos serviços prestados; têm acesso a mais conhecimentos sobre a cultura, história, paisagens e geografia local; respeitam e valorizam a localidade por seguir os exemplos da população anfitriã.

De acordo com as formas de promoção dessa educação turística na comunidade, seja pela educação formal, não formal ou informal, conforme nos apresenta Rebelo (1998), podemos acrescentar outros objetivos mais específicos, tais como formar mão de obra especializada, planejadores e gestores turísticos, multiplicadores locais, monitores, guias, com o intuito de envolver a comunidade no processo de desenvolvimento do turismo.

Segundo Rebelo (1998, p. 9), a ação de promover a educação turística deve partir dos municípios para gerar:

(...) tal estado de educação nos munícipes a ponto de não só pensarem a respeito do turismo no município, mas sentirem-se tanto agentes como sujeitos do seu desenvolvimento turístico e mais, de agirem com a maior eficiência possível em função da complexidade de seus pensamentos (conhecimentos) e de quanto internalizaram a questão da educação turística, rumo à caracterização de novos valores ou mudança de vida.

O munícipe estará educado “turísticamente” quando seus pensamentos, sentimentos e atitudes estiverem conectados com a realidade ou com o clima local; ou seja, podemos entender que o clima local pode ser influenciado pelo aspecto psicológico porque as vivências e comportamentos dos autóctones (nativos) e moradores (podem ser migrantes) estão sujeitos às mudanças promovidas pelo turismo; pelo aspecto sociocultural nas relações, observações no cotidiano turístico, a presença de diversos grupos culturais; pelo aspecto econômico porque a atividade turística pode gerar serviços e estes são condicionados pelo desenvolvimento turístico da localidade; e por fim, pelo aspecto ambiental, já que a preservação do meio ambiente cultural e natural é atrativo para o turismo.

Referente aos aspectos econômicos do turismo, a educação turística em municípios turísticos ou com potencial turístico é de extrema importância, devido ao crescimento de municípios que dependem parcialmente ou completamente do turismo como atividade econômica geradora de renda. Rebelo (1998, p. 15) argumenta que os municípios:

Dependem exclusivamente do período sazonal da atividade turística, chega a ser senso comum trabalhar três meses para viver o resto do ano, gerando consequências de exploração, marginalização, prostituição, invasão, privação de liberdade, rejeição, imperialismo, subserviência e transladação cultural. São efeitos conjunturais da atividade turística denominados de impactos.

Esses efeitos negativos que a atividade turística pode acarretar ao município justificam a necessidade de desenvolver a educação turística no sentido de informar e envolver os autóctones e moradores no processo de desenvolvimento turístico, seja na proteção, conservação ou preservação do patrimônio cultural local ou mesmo na oferta de cursos que visem à profissionalização da comunidade para atender turistas.

Devido à crescente demanda por ações que orientem propostas de educação turística nos municípios turísticos ou com potencial turístico, alguns programas e projetos surgiram para preencher essa lacuna, identificando a educação turística como essencial para sustentar o planejamento turístico, já que a população envolvida no processo de desenvolvimento turístico garante a sustentabilidade de propostas. Assim, apresentaremos na última parte dessa aula alguns exemplos de programas e projetos que tiveram maior repercussão no território nacional.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Rebelo (1998) caracteriza a educação turística por meio da educação formal, quando o turismo é desenvolvido de forma institucionalizada, inserido como um conhecimento ou tema transversal ou uma disciplina da Educação Básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio); ou como curso regular do Ensino Profissionalizante e Ensino Superior (Bacharelado e Tecnológicos). Outra forma indicada é a educação não formal, compreendida por palestras, encontros, cursos livres, propagandas, semanas promovidas por empresas de turismo, prefeituras, organizações não governamentais, associações comerciais, veículos de comunicação, igreja, dentre outros; com a preocupação de informar e preparar a população para o turismo. Por fim, a autora considera a educação informal como sendo mais um tipo e caracterizada pela leitura, participação, observação e pelas influências do cotidiano turístico, bem como pelas mudanças de atitudes na convivência com o fenômeno turístico. Diante do exposto, escolha uma página oficial de uma prefeitura de um município turístico, como por exemplo a cidade de Angra dos Reis-RJ, Águas de São Pedro-SP, Alcântara-MA e Foz do Iguaçu-PR, busque no campo de turismo ou eventos relacionados, e tente identificar um exemplo de educação não formal. Justifique sua escolha.

Resposta Comentada

Para basear a resposta comentada, escolhi o município de Angra dos Reis-RJ. O site oficial consultado foi: <http://www.angra.rj.gov.br/asp/index.asp>, em cuja parte superior encontra-se o link Turisangra: <http://www.turisangra.com.br/>. Nesse sítio, encontramos as informações turísticas da cidade, com uma relação de atrativos naturais, culturais e turísticos, gastronomia, eventos, hospedagem, lazer e entretenimento, serviços turísticos etc. Como o objetivo da atividade é destacar um exemplo de educação não formal, selecionamos um vídeo intitulado "Se existe um paraíso, é bem perto daqui...". A escolha desse vídeo foi por conta de o conteúdo apresentar os patrimônios culturais e naturais de Angra dos Reis como atrativos turísticos. As informações veiculadas no vídeo, além de servirem como uma promoção da cidade, servem como conhecimento inicial sobre o local. Um turista que chega à cidade e tenta procurar as informações turísticas nesse site, ao tomar contato com o vídeo, inicia um processo de educação não formal. Aprende e se interessa pela localidade, buscando reconhecer as paisagens, os atrativos naturais e culturais vistos.

Sensibilização turística

O significado de sensibilização se refere ao que é ser sensível, estar sensível para alguma coisa ou para alguém. A sensibilidade, segundo o dicionário *Aurélio*, é a "qualidade de sensível"; a "faculdade ou capacidade de sentir". Já o significado de sensibilizar é o de "tornar sensível"; "impressionar vivamente"; "tornar sensível à ação da luz e de outro agente qualquer"; sensibilizar é se comover (FERREIRA, 2006, p. 733).

A sensibilização está relacionada à capacidade de se impressionar vivamente com as coisas e, a partir dessas impressões, transformá-las em conhecimentos. O estado sensível, portanto, significa estar apto a sentir com profundidade as im-

pressões, participar ativamente delas e tentar intervir sobre aquilo que está à sua volta. Em outras palavras:

sensibilizar é oferecer, às pessoas da comunidade ou da região, os meios e os procedimentos que as façam perceber novas possibilidades e lhes permitam enfrentar as mudanças e as transformações necessárias quando se adota uma nova postura frente ao turismo (BRASIL, 2007, p. 15).

Essa oferta de meios e procedimentos pode ser entendida pelos conhecimentos turísticos trabalhados em uma educação turística, assim, as ações em prol da sensibilização devem ser empregadas sempre que sejam necessárias atitudes positivas para alcançar bons resultados na comunidade (BRASIL, 2007). A sensibilização faz com que cada um entenda que é capaz de contribuir para a melhoria das condições de vida da comunidade. Tendo em vista as afirmações anteriores, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007, p. 19-20) defende as seguintes medidas com relação à sensibilização:

- a) criar e adequar novos conceitos à medida que uma situação nova se apresente;
- b) demonstrar ter os mesmos princípios e objetivos de toda a comunidade, e expressá-los em uma linguagem clara e simples, que facilite a interação e a integração dos grupos;
- c) criar parcerias, reforçando a ideia de que em grupo se é mais forte e eficaz, pois quem faz o turismo é o conjunto da sociedade – poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;
- d) reforçar os vínculos profissionais que aproximam os grupos, de modo a torná-los mais produtivos;
- e) mostrar-se flexível, acompanhando as constantes mudanças e necessidades para atingir as metas e objetivos a serem alcançados;
- f) compartilhar conhecimentos teóricos e vivências práticas para examinar situações que se apresentem, como forma de conscientizar as pessoas da importância de suas atividades profissionais para o desenvolvimento do turismo;

- g) enfrentar os obstáculos na busca de soluções, superar o medo, e aprender com as situações de fracasso, eventualmente ocorridas em experiências anteriormente vividas, individual ou coletivamente;
- h) mostrar-se receptivo a novas ideias que possam contribuir para o desenvolvimento do turismo na sua região;
- i) desenvolver o seu lado criativo, estimulando a intuição e a percepção;
- j) usar o bom senso e a riqueza das experiências para solucionar problemas.

Assim, a sensibilização é peça fundamental para o comprometimento de todos os representantes de uma localidade, motivando e levando os indivíduos da comunidade a agirem em favor do desenvolvimento da destinação turística. Outras formas identificadas já foram apontadas anteriormente, por meio dos tipos de educação turística.

Você estudou que o turismo pode ser institucionalizado por meio da inserção desse conhecimento na educação formal, seja como tema transversal ou disciplina da Escola Básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio); ou como curso regular do Ensino Profissionalizante e do Ensino Superior (Bacharelado e Tecnológicos).



Ari Fonseca

Figura 11.2: Grupo de estudantes dos cursos de Turismo e Hotelaria da UFF, em trabalho de campo na região conhecida como Portugal Pequeno, Niterói-RJ.

As outras formas são as relacionadas a uma educação não formal, por meio de palestras, encontros, cursos livres, propagandas, etc. e, por fim a educação informal, sendo aquela realizada pela simples leitura, pelo envolvimento, pela observação e pelas influências do cotidiano turístico.

Assim, destacaremos a seguir alguns programas e projetos de educação para o turismo que foram criados e desenvolvidos no âmbito da Escola Básica, entendendo esses esforços como ações responsáveis pela sensibilização de estudantes para o conhecimento turístico, essencial para qualquer processo de planejamento.

Programas de educação para o turismo no âmbito da Escola Básica no Brasil

Os projetos e programas que apresentaremos aqui são exemplos nacionais de educação em turismo no âmbito da Escola Básica. São propostas para serem desenvolvidas com estudantes, cujos conhecimentos referentes ao turismo são utilizados para promover o setor de viagens. Por meio da divulgação dos potenciais e atrativos turísticos do país, essas propostas também ajudam a evidenciar o desenvolvimento dessa recente área profissional que é o turismo e a futura inserção de licenciados em turismo para atender a essa crescente demanda na Educação Básica.

O programa *Iniciação Escolar para o Turismo* foi criado em 1993, pelo Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac, cuja produção resultou em uma “cartilha” acompanhada de um vídeo. O objetivo geral era mostrar os possíveis benefícios da atividade turística a toda comunidade, quando realizada de maneira profissional. A proposta visava democratizar o turismo com o intuito de apresentá-lo como uma prática acessível a todas as classes sociais.

Como objetivos específicos, destacavam-se: explicar o turismo, apresentando seus benefícios; mostrar que o turismo pode ser uma atividade acessível às classes de menor poder aquisitivo e distinguir viagem barata de viagem desorganizada; identificar

o turismo como negócio pela geração de receita e emprego, bem como a identificação de seus benefícios socioeconômicos; explicar sobre a necessidade de profissionalismo e identificar os cuidados que a comunidade deve ter em relação ao seu produto turístico (BRASIL, 1992).

Juntamente com o lançamento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (Portaria Embratur nº 130, de 30/03/1994), houve o lançamento da proposta de criação de uma disciplina de iniciação ao estudo do turismo, que foi considerada como relevante para o bom desempenho do setor turístico no âmbito municipal. Por isso, essa disciplina seria incluída, preferencialmente, nos currículos da Escola Básica. Assim, para o município turístico se integrar ao PNMT para receber o “Selo de Municipalização”, deveria desenvolver o Programa de Iniciação Escolar para o Turismo.

Vale destacar que, por mais que a proposta visasse apresentar o turismo como atividade acessível a todos, a preocupação era destacar os benefícios do setor como fator gerador de receitas e empregos para a comunidade que recebe os turistas, além de identificar os cuidados que a comunidade deve ter em relação ao seu “produto turístico”.

Baseando-nos nesses objetivos propostos, podemos pensar que os alunos que se enquadram como público-alvo do material, correspondem àqueles que compõem a faixa de menor poder aquisitivo, já que a preocupação é demonstrar que a atividade é acessível e que uma viagem pode ser barata mesmo sendo organizada.

Ao centrar-se na apresentação o setor de turismo como fator gerador de receitas e empregos, sendo capaz de proporcionar benefícios às comunidades, o programa direciona o foco do discurso para seu caráter econômico, influenciando os jovens na escolha de profissões ligadas ao turismo, já que estes são identificados como carentes de perspectivas profissionais.

Outro programa a ser apresentado é o Embarque Nessa: Turismo, Patrimônio e Cidadania, lançado em 2001, uma reformulação do anterior, vinculado ao Programa Nacional de Muni-

palização do Turismo – PNMT. Destinava-se aos alunos da antiga sexta série (atual sétimo ano) do Ensino Fundamental e o material era composto por uma apostila para o professor, outra para os alunos e um vídeo institucional.

A proposta destacava que não era a intenção criar uma disciplina de Turismo, mas trabalhar este de forma multidisciplinar com o intuito de envolver todos os professores da escola. Tarefa extremamente complexa, já que o turismo pode até ser trabalhado como um tema transversal, mas ele é mais facilmente abordado pelas disciplinas com mais afinidade e interesse, como é o caso de Geografia e História.

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur (1999), os objetivos estabelecidos pelo programa são: conscientizar sobre a importância socioeconômica do turismo, enfatizando os benefícios para comunidade, empresários e poder público; sensibilizar para a valorização e proteção do patrimônio natural e cultural do país; mostrar aos jovens que o turismo é uma atividade geradora de empregos, motivando-os a optar por profissões nesse setor; preparar os estudantes para serem agentes multiplicadores do turismo na comunidade e incentivar o respeito ao turista.

Pelos objetivos estabelecidos, este programa segue a mesma linha do anterior (Iniciação Escolar para o Turismo), no que se diz respeito à preocupação em destacar a importância socioeconômica do turismo por meio de seus benefícios, geração de empregos, renda, tendo como um dos objetivos motivar os jovens a optar por profissões no setor de viagens e turismo. O projeto agrega também a proposta de sensibilizar os jovens para a valorização do patrimônio natural e cultural do país, com o intuito de destacar os atrativos e o potencial turístico do Brasil.

O discurso economicista pode ser comprovado a partir das próprias palavras do então presidente da Embratur, que escreve na apresentação do material o seguinte comunicado:

Caro aluno, este livro vai abrir para você as portas de um novo mundo, repleto de surpresas, de aventuras, de praze-

res. Conheça o Brasil, encante-se com hábitos diferentes e sua rica diversidade cultural. Mas aprenda também que o turismo é uma atividade que oferece muitos benefícios para todos. Simplesmente porque, além de diversão, o turismo cria novas oportunidades de trabalho e garante bons salários, melhorando a vida das pessoas (BRASIL, 1999, p. 3).

Assim, fica comprovado o posicionamento e a intenção do programa por parte dos gestores, com a ideia de criar novas oportunidades de emprego e bons salários, com o intuito de melhorar a qualidade de vida da população.

A educação turística em âmbito nacional também foi ofertada pelo projeto Aprendiz de Turismo, da Academia de Viagens e Turismo, AVT-Br (atual Global Travel & Tourism Partnership – GTTP-BR), sendo este uma referência relevante ao nosso estudo por não estar vinculado a nenhuma proposta de governo, diferente dos programas relatados anteriormente. Porém, esta ONG, no ano de 2005, estabeleceu uma parceria com o Ministério do Turismo com a proposta de expandir suas ações no território nacional por meio do projeto Caminhos do Futuro – educação para o turismo.

A AVT-BR tem sua origem de um projeto piloto (1993-1995) e, a partir de 1996 até o ano de 2010, teve seu vínculo com o Laboratório de Ensino e Material Didático – Lemadi, do Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, por meio do grupo de pesquisa responsável pela produção de materiais didáticos e oficinas gratuitas para professores de escolas públicas. Houve a oferta de cursos livres e gratuitos, para alunos e professores, na área de viagens e turismo, implantados para complementar o currículo regular do Ensino Fundamental e Médio de escolas públicas ou mesmo para atender profissionais com o intuito de qualificar e aprofundar seus conhecimentos.

Todas essas ações, criadas para melhorarem o conhecimento da população com relação ao turismo, tiveram grande valia no sentido de que essas iniciativas, relatadas no âmbito da Educação Básica formal, provam o potencial e a necessidade de melhor formação para o turismo nacional. Essa preocupação em

por conta dos inúmeros estrangeiros que visitam a localidade. A finalidade do projeto pode ser a necessidade de envolver os jovens estudantes com as ações de preservação, conservação e divulgação dos patrimônios locais para os turistas, tendo conhecimentos dos atrativos e serviços turísticos do local, sabendo divulgá-los para os turistas que chegam.

Conclusão

Nesta aula destacamos o conceito de desenvolvimento integrado e sustentável do turismo e como estruturar um planejamento integrado a partir do envolvimento de todos os agentes de uma localidade a ser planejada, entendendo a educação turística como base para essa ação. Assim, moradores e prestadores de serviços locais, sensibilizados diante do turismo, são uma estratégia positiva para conseguir maior participação de todos no processo de planejamento e desenvolvimento turístico da localidade.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1, 2 e 3

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2007) defende algumas medidas com relação à sensibilização, entendendo esta como etapa básica e essencial para qualquer ação de planejamento. Define como alguns dos objetivos dessa sensibilização a necessidade de se compartilhar conhecimentos teóricos e vivências práticas para examinar situações que se apresentem como forma de sensibilizar as pessoas sobre a importância de suas atividades profissionais para o desenvolvimento do turismo; criar parcerias, reforçando a ideia de que em grupo se é mais forte e eficaz, pois quem faz o turismo é o conjunto da sociedade – poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino; e ainda, reforçar os vínculos profissionais que aproximam os grupos, de modo a torná-los mais produtivos. Diante do exposto, qual seria a postura do planejador

do turismo para conseguir envolver a comunidade no processo de sensibilização para o desenvolvimento turístico local?

Resposta Comentada

O planejador do turismo deve demonstrar ter os mesmos princípios e objetivos de toda a comunidade e expressá-los em uma linguagem clara e simples. Sua postura profissional deve facilitar a interação e a integração dos grupos, tendo em vista que os princípios e objetivos são sempre pautados nos valores éticos e construídos diante da intenção de gerar benefícios para toda comunidade por meio do turismo. É muito importante destacar que a comunidade receptora deve ser sempre o centro das ações, junto com o meio ambiente, e que ela deve sempre ser ouvida para tomada de decisões e nunca manipulada ou convencida por pressões do mercado ou de interesses particulares.

Resumo

O desenvolvimento integrado do turismo parte de uma visão integral do fenômeno, a partir das contribuições de um planejamento participativo. A concepção de integral é formada por meio das diferentes visões dos agentes envolvidos e a entendemos como sendo aquela que está correlacionada com outros setores da sociedade (social, econômico, político e outros). O desenvolvimento sustentável do turismo deve encontrar equilíbrio entre interesses econômicos promovidos pelo turismo e o desenvolvimento de atividade responsável que preserve o meio ambiente. Considerar a gestão de todos os ambientes, recursos e as comunidades receptoras; atender necessidades econômicas, sociais, vivenciais e estéticas; enquanto a integridade cultural, processos ecológicos essenciais e a biodiversidade são mantidos para o futuro. Características:

respeito pelo meio ambiente natural/cultural; harmonia entre cultura exterior à localidade e espaços sociais/cultura da comunidade receptora; distribuição equitativa dos benefícios do turismo; turistas mais responsáveis e atenciosos, educados para ser menos consumistas e sensíveis à preservação ambiental, compreensão e respeito aos povos e locais visitados. A educação turística é um processo educativo cuja finalidade é difundir conhecimentos sobre a atividade em cidades turísticas ou com potencial. É um tipo de educação que visa atender tanto os munícipes em geral quanto os turistas. No primeiro caso, ela pode ser realizada estrategicamente pela educação formal (REBELO, 1998), ou seja, o turismo desenvolvido de forma institucionalizada, inserido como um tema transversal ou disciplina da Escola Básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio); ou como curso regular do Ensino Profissionalizante e do Ensino Superior (Bacharelado e Tecnológicos). Pela educação não formal: por meio de palestras, encontros, cursos livres, propagandas, semanas promovidas por empresas de turismo, prefeituras, organizações não governamentais, associações comerciais, veículos de comunicação, igreja, dentre outros; com a preocupação de informar e preparar a população para o turismo; e, por fim, pela educação informal: aquela realizada pela leitura, participação, observação e pelas influências do cotidiano turístico, bem como pelas mudanças de atitudes na convivência com o fenômeno turístico. A sensibilização é peça fundamental para o comprometimento de todos os representantes de uma localidade, motivando e levando os indivíduos da comunidade a agir a favor do desenvolvimento da destinação turística.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, iniciaremos o estudo das etapas para o desenvolvimento do planejamento turístico, destacando as fases do inventário da oferta turística, opinião pública e demanda turística.

12

O planejamento turístico: inventário turístico

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar as etapas preliminares para a materialização do planejamento turístico, por meio da elaboração do inventário turístico, realizando o levantamento da oferta turística.

Objetivos

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

- 1 identificar as etapas iniciais do processo de planejamento turístico;
- 2 desenvolver projeto de inventariação turística;
- 3 realizar pesquisa de inventariação da oferta turística.

Introdução

Nesta aula, vamos discutir a fase inicial do processo de planejamento turístico, a inventariação turística. Com certeza, você já ouviu falar ou conhece o significado de inventário. Um inventário é uma lista dos bens e demais coisas pertencentes a uma pessoa, família, empresa ou associação. Mas no caso desse documento na área do turismo, o que seria um inventário turístico?

Nossa proposta é revelar a importância desse documento, considerado como um material referencial para qualquer localidade que queira planejar o desenvolvimento do turismo, destacando suas particularidades e características que servirão como um importante referencial no desenvolvimento do planejamento. Sendo assim, esse instrumento dará bases para elaborar as etapas sequenciais do processo de planejamento turístico. Desta forma, a aula foi estruturada em duas partes: na primeira, será apresentado o projeto de inventariação turística, conceito, modelos e atualidades e na segunda parte, exploraremos a pesquisa de inventariação da oferta turística.

Planejamento e organização do turismo: inventário turístico

O processo de planejamento turístico, como já foi apresentado nas Aulas 8 e 9, é um processo de reflexão sobre uma realidade, empregado quando tenho objetivos a cumprir ou problemas a solucionar. Sua materialização ocorre a partir do momento que se inicia a elaboração de um documento, denominado plano. Para tanto, esse documento necessita de referenciais que indiquem toda a realidade e potencialidade do local ou equipamento a ser planejado, assim, esse documento referencial para iniciar os estudos preliminares é o inventário turístico.

Se formos buscar nos dicionários e enciclopédias o significado de inventário, descobriremos que é uma relação de bens deixados por alguém que morreu. É uma relação ou rol de mer-

cadorias, bens etc. (FERREIRA, 2006). Claro que, quando estamos falando de turismo, esses bens deixados são os patrimônios culturais, representados pela cultura imaterial, pelos patrimônios históricos, naturais e turísticos de uma localidade que, no processo de inventariação, são levantados e catalogados para que o plano de desenvolvimento turístico materialize o processo de planejamento.

O inventário então é o levantamento da situação atual em que se encontra uma área ou um equipamento estudado, estabelecendo uma relação descritiva do que existe para futuramente compor uma análise mais profunda que será estruturada na primeira fase do Plano de Desenvolvimento Turístico. Nesse momento nos concentraremos no estudo do inventário, que pode ser considerado como um levantamento complexo e detalhado da área ou do empreendimento em que se pretende planejar o turismo, destacando sua infraestrutura e demais equipamentos dentro de uma localidade, os recursos naturais, culturais e artificiais, e todo o patrimônio cultural que constitui um município. Podem constar também seus atrativos de interesse turístico, bem como as instalações e os equipamentos implantados para atender a visitantes, legislações locais, entre outras informações relevantes para o desenvolvimento da atividade turística.

O inventário pode proporcionar o conhecimento detalhado do potencial turístico de que uma localidade dispõe, possibilitando assim a adequação das áreas de interesse que necessitem de incentivos para o seu desenvolvimento (BOULLÓN, 2002).

Assim, tal levantamento é um instrumento essencial para a implantação de qualquer empreendimento, pois é por meio das informações obtidas no inventário que podemos analisar a situação atual da localidade, no que tange a equipamentos, infraestrutura, meios de hospedagem, entretenimento, alimentação etc; e ainda projetar cenários futuros.

A composição de um projeto de inventariação turística deve considerar três etapas que irão estruturá-lo de modo mais completo. Um projeto de inventário turístico é composto pelo inventário da oferta turística, por pesquisas de opinião pública,

com a visão dos moradores ou da comunidade local, e ainda pela pesquisa de demanda turística (BISSOLI, 2001), coletando percepções, necessidades, interesses e o perfil de turistas existentes, quando é o caso de localidades que já possuem uma presença considerável de turistas.

A elaboração do planejamento tem como primeiro passo a determinação do objeto de análise, que pode ser uma cidade, um parque, uma região e outros. Logo, inicia-se o seu inventário turístico, determinando:

a) aspectos gerais: delimitação da área; aspectos legais e administrativos; socioeconômicos e infraestrutura básica urbana.



Figura 12.1: Elevador construído na região central de Bruxelas, Bélgica.

b) Aspectos turísticos: elementos ambientais e atrativos naturais; aspectos histórico-culturais representados pelos recursos ou atrativos histórico-culturais, áreas e opções de entretenimento, meios de hospedagem, serviços de alimentação, outros serviços de turismo e de apoio ao turista e de gestão turística (CÉSAR & STIGLIANO, 2005).



Art Fonseca

Figura 12.2: Panorâmica do Central Park, Nova Iorque, EUA.

O inventário turístico é a elaboração de uma lista detalhada de todas as estruturas, serviços, equipamentos e atrativos relacionados à localidade de interesse do planejamento turístico. É considerado como a base para o planejamento, porém não se deve restringir a uma visão reducionista do processo, pois um bom plano considera elementos como a participação; a originalidade e a técnica do planejador – ou da equipe de planejamento e da comunidade (BISSOLI, 2001).

O inventário da oferta turística assume conceitos amplos. Segundo a proposta de inventariação do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), podemos defini-lo em três principais conceitos. O primeiro a ser destacado é o de local, não como espaço geográfico, mas como território, arraigado de valores culturais intrínsecos, tais como o patrimônio, a paisagem, os símbolos, os modos econômicos e as relações sociais, onde o cidadão tem presente o sentimento de pertencimento, de fazer parte e ser usuário e protetor, guardião dos bens culturais.

O segundo conceito é o de redes humanas e institucionais participativas, e compartilhadas, incluindo a noção de arranjo produtivo, de atividades e segmentos econômicos fomentadores de desenvolvimento, em que a interrelação conduz ao desenvolvimento sustentável. No processo de inventariação proposto pelo MTur, a concepção de rede, seja esta humana ou institucional, participativas e compartilhadas, tem a ver com a ideia de envolver instituições de ensino superior, por meio de seus pesquisadores, que vão se envolver na coleta dos dados para a inventariação, todos os prestadores de serviços, empreendimen-

tos, empresas de turismo ou que trabalham indiretamente com o turismo, poder privado em geral, poder público e a população que vive na localidade inventariada.

O terceiro conceito é o de local como particular, em contraponto ao global e massificado, gerando produtos e serviços distintos, personalizados, que permitem ao usuário o sentimento de ser, ele também, uno e particular. Em outras palavras, ao realizar a inventariação e o desvelamento das particularidades e características locais, os produtos e serviços ofertados podem se basear nesses aspectos levantados, ou mesmo identificar potenciais falhas ou ausências e lançar novas propostas que sejam de caráter mais singular. Podemos exemplificar com a gastronomia típica, resgate de grupos folclóricos, levantamento de contos e causos por meio de pesquisa com base na história oral dos moradores mais antigos e até mesmo a catalogação de espécies vegetais ou paisagens naturais que compõem o ecossistema local.

Tendo em vista a adequação à realidade brasileira, a sugestão do MTur é de que os municípios precisam se institucionalizar por meio do planejamento participativo e por um sistema de informação. Assim, a nova proposta do governo no processo de inventariação parte dessas premissas e acredita que as contribuições devem partir das populações locais, ao fornecer informações e a coleta por parte das instituições de ensino. O inventário da oferta turística faz parte das informações turísticas como base para o planejamento. É um incentivo para que os estados e municípios adotem o instrumento de forma integrada e participativa para compor um sistema nacional de informações turísticas do governo federal.

Você aprendeu, quando estudava em Sístur, que a oferta turística pode ser classificada pela infraestrutura de apoio ao turismo, por serviços e equipamentos turísticos e atrativos turísticos. Deste modo, o inventário da oferta turística concentrar-se-á na identificação desses elementos que são considerados como bases de "(...) informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística" (BRASIL, 2006).

Deste modo, para melhor sistematização das informações a serem coletadas no processo de inventariação turística, baseamo-nos em diversos modelos para então chegarmos a uma proposta final que possa servir como ponto de partida para um futuro projeto de inventário turístico.

Consideramos que, para esse levantamento minucioso acerca da realidade de uma localidade, o inventário deve vir composto por três volumes: o inventário da oferta turística, a pesquisa de opinião pública e a pesquisa de demanda turística.

Em todo inventário turístico, é imprescindível que haja a identificação do município, região, bairro, ou qualquer outra informação referente ao local que será inventariado. No caso de ser uma propriedade, devemos incluir dados de sua localização.

Todo inventário é temporal, ou seja, tem uma data de validade. Para tanto, é necessário indicar a data da elaboração do projeto, pois as informações contidas no documento são referentes àquela época de coleta dos dados e informações. O ideal é que o documento seja sempre atualizado, pois na medida em que o tempo passa, estabelecimentos antigos podem ser fechados ou mudados de endereço, novos equipamentos são criados, há mudanças políticas na gestão pública, na infraestrutura urbana, de acesso, básica e tantas outras alterações que devem ser consideradas no processo de planejamento.

Por conta dessa efemeridade, surge a ideia de que estruturar um formulário integrado em uma rede virtual seja o modelo ideal. Com acesso a uma plataforma de um banco de dados sobre determinado município inventariado, eu tenho a possibilidade de alterar, incluir ou excluir dados, na medida em que eles vão se transformando. É exatamente com essa concepção que o MTur lançou a sua proposta de inventariação.

No caso dos municípios brasileiros, muitos ainda não possuem tecnologia e nem pessoal com formação específica para integrar esse processo e, por isso, ainda há esforços para manter as antigas práticas de inventariação que ficavam exclusivamente sob responsabilidade das secretarias e diretorias municipais de

turismo. É com base ainda nessa realidade que pensamos nesse modelo, entendendo-o como um exemplo que pode facilmente servir de base para estruturar o projeto do MTur.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. A materialização do planejamento turístico ocorre a partir do momento em que inicia a elaboração do plano. Esse documento necessita de referenciais que indiquem toda a realidade e potencialidade do local, assim, a pesquisa preliminar que norteará a confecção do plano é... Marque a opção correta com base no que foi estudado nesta aula.

a) um levantamento minucioso referente à localidade planejada. Esse levantamento prévio é chamado de inventário turístico. É composto por vários aspectos, tais como os históricos, geográficos, econômicos, socioculturais e turísticos da localidade;

b) um diagnóstico com base em observações sistemáticas sobre a realidade atual da localidade, sendo esta tarefa o primeiro passo para estruturar o plano;

c) o estabelecimento de objetivos para desenvolver o turismo na localidade, pois sem estes não é possível elaborar o inventário e nem o diagnóstico turístico;

d) a elaboração de um prognóstico turístico, cuja finalidade é de projetar cenários futuros para a localidade.

Resposta Comentada

A alternativa correta é a letra A. O inventário turístico é o documento que indica toda a realidade da oferta turística e, conseqüentemente, a potencialidade do local, assim, essa pesquisa preliminar servirá para a confecção de um plano de desenvolvimento turístico.

Inventariação da oferta turística e o uso de tecnologias

O Volume 1 do inventário corresponde ao inventário da oferta turística. Neste documento, deve conter uma caracteriza-

ção geral da localidade turística inventariada, sistematizada em duas partes. A primeira parte contém os aspectos gerais, com destaque para a delimitação da área, localização, coordenadas geográficas (**GPS**), distâncias de outros municípios, limites. Inclui também os acessos e sistemas de transportes – linhas regulares de ônibus, trem, metrô, barcas, estradas, vias e rodovias –, indicando as formas possíveis para se chegar à localidade.

Atualmente, temos ferramentas bem interessantes com uma certa precisão nos dados que nos auxiliam no levantamento dessa informações. Com o advento do GPS, presente também nos celulares e nos automóveis, os deslocamentos ficaram bastante facilitados, apresentando aos motoristas rotas, localização exata, dicas de velocidade, atalhos, tempo estimado da viagem entre outros.

Outra ferramenta bastante útil é oferecida gratuitamente no site de buscas do Google. O Google Maps (<http://maps.google.com/>) fornece ferramentas de localização atual, fotos via satélite que podem ser utilizadas em computadores ou mesmo em telefones celulares, o que facilita bastante a localização do indivíduo em uma viagem ou mesmo para levantamento prévio de dados para a pesquisa de inventariação, como o caso proposto. A seguir, indicaremos o uso de duas formas de localização via Google Maps: a primeira localização atual por mapa e a segunda via satélite com foto aérea.

GPS

É a sigla para Global Positioning System, ou seja, pela tradução, é um sistema de posicionamento global que consiste em um aparelho que recebe sinais via satélite para mostrar a localização exata de uma pessoa ou de um lugar em que se deseja estar.



Você já visitou o Google Maps? É um *site* que tem mapas do mundo todo. Com ele você consegue encontrar qualquer localidade, ruas, praças, até estabelecimentos e instituições. Utilizando o recurso das imagens de satélites, você consegue, inclusive, ver imagens aéreas do lugar. Dependendo da cidade, você também consegue ver fotos das ruas. Faça uma visita ao *site* <http://maps.google.com/> e descubra o mundo.



Ari Fonseca

Figura 12.3: Mapa da localização atual com uso de aparelho de celular, tipo *smartphone*.

Nesse primeiro exemplo, notamos que a ferramenta do Google apresenta-nos os nomes das ruas, a indicação dos pontos de ônibus, com as pequenas setas que indicam os sentidos das ruas de acordo com o trânsito do local, a relação de praças com seus respectivos nomes e o círculo central indica a posição exata da pessoa que solicitou a localização atual.

O exemplo seguinte refere-se à mesma solicitação de localização atual, porém com a opção de foto via satélite, indicando com exatidão, além de todos os pontos anteriores destacados, a disposição de prédios, casas e o comércio local. As praças ficam bem nítidas, como as áreas verdes com árvores em destaque. Veja a foto a seguir.



Ari Fonseca

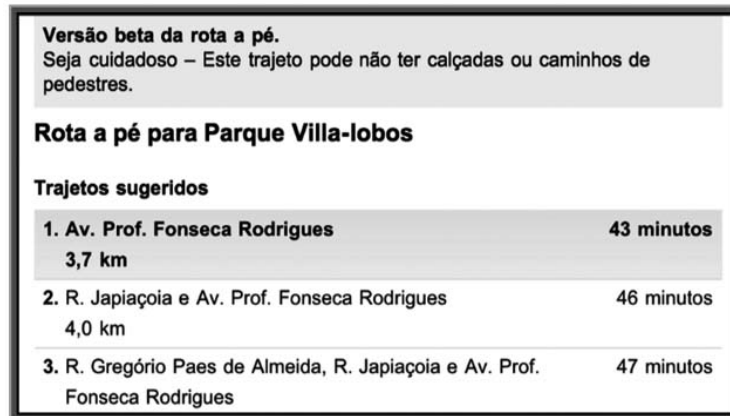
Figura 12.4: Localização atual com imagem via satélite com uso de aparelho de celular, modelo *smartphone*.

Outra opção de como chegar de automóvel, transporte público, a pé e de bicicleta (até o momento essa última alternativa aparece apenas no computador, por celular não). Você coloca o seu ponto inicial (A) e o final (B), dependendo da opção de locomoção escolhida, a ferramenta indica com certa precisão o trajeto com nomes de ruas, linhas de ônibus e outros. Deste modo, podemos indicar as distâncias do nosso destino com relação a outros municípios, atrativos ou equipamentos turísticos, de acordo com a pesquisa a ser realizada. Além da distância, inclui ainda o tempo de duração da viagem ou o trajeto. A seguir uma foto explicativa de um trajeto.



Figura 12.5: Google Maps, com a ferramenta para calcular rotas, distâncias e tempo de chegada a atrativos.

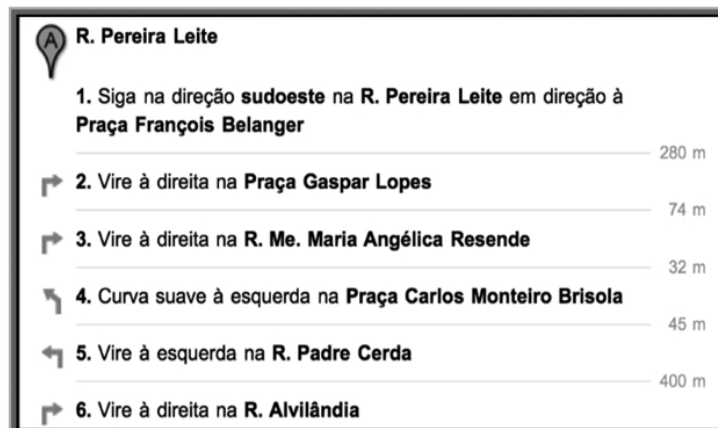
A imagem apresenta a ferramenta de rota, conforme explicado anteriormente. O ponto A é identificado como *Meu local* e o ponto B, o destino desejado, no exemplo colocamos o Parque Villa-lobos, localizado na Zona Oeste de São Paulo. Após a inserção desses dados, basta clicar em *Como chegar* e a rota é detalhada a seguir.



Ari Fonseca

Figura 12.6: Google Maps, com a ferramenta para calcular rotas, distâncias e tempo de chegada a atrativos.

Vejam que no boxe superior há uma recomendação para o pedestre, já que a opção foi de trajeto a pé. Indica-se cautela por algumas vias não apresentarem calçadas ou caminhos para pedestres.



Ari Fonseca

Figura 12.7: Google Maps, com a ferramenta para calcular rotas, distâncias e tempo de chegada a atrativos.

A rota é descrita com a indicação das direções, nomes das ruas e a distância em metros, facilitando a locomoção do pedes-

tre. E a próxima imagem apresentará o trajeto final com a chegada ao ponto desejado.

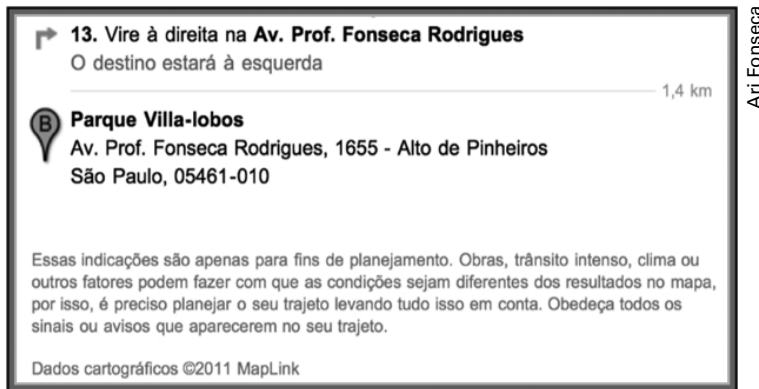


Figura 12.8: Google Maps, com a ferramenta para calcular rotas, distâncias e tempo de chegada a atrativos.

Apresentamos aqui apenas uma das possibilidades de incluir dados mais fiéis, referentes à localização de atrativos, cidades ou equipamentos turísticos. É claro que em um projeto de inventariação, uma equipe de **geoprocessamento** pode ser contratada para realizar esses serviços de modo profissional e mais preciso.

Feito isso, a próxima informação a ser incluída refere-se aos aspectos administrativos e legais. Devemos considerar, se for o caso de um município, a administração pública, identificando os sujeitos e seus cargos, bem como os aspectos legais, toda a legislação vigente no local, por meio de leis orgânicas, ambientais, de zoneamento urbano que servirão para orientar todas as ações pretendidas com o planejamento turístico.

Outro aspecto a ser destacado é o perfil socioeconômico da população ou comunidade residente, levantando os indicadores sociais e demográficos da população que habita a localidade. Por meio de pesquisa com a base de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, é possível ter acesso a pesquisas sobre o perfil de municípios brasileiros e sua infraestrutura

Geoprocessamento

É o uso de tecnologias e técnicas para levantamento de dados e informações geográficas.

básica urbana, ou mesmo na própria prefeitura do município – objeto de estudo – é possível coletar esses dados.



O perfil socioeconômico da população, indicadores sociais e demográficos podem ser obtidos no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>

Inventariação da oferta turística – os aspectos turísticos

A segunda parte a ser elaborada é a que compreende os aspectos turísticos, com um minucioso levantamento referente a tudo que existe com relação aos aspectos naturais (recursos e atrativos naturais). Por exemplo, o atrativo natural *praia*: devemos identificar se ela está catalogada com nome, localização, características, se há equipamentos de lazer, alimentação, serviços em geral, de limpeza, dentre outros. Seguindo esse exemplo, podemos ter outros tipos de recursos ou atrativos naturais, como cachoeiras, lagoas, rios, montanhas, florestas etc. Levantamento dos aspectos histórico-culturais, destacando atrativos e recursos ligados ao patrimônio cultural local, igrejas, capelas, monumentos, edifícios, arquitetura, praças, festas religiosas, folclóricas, festivais, carnaval, contos, gastronomia típica ou tradicional etc.

Levantamento de espaços e equipamentos para realização de eventos e entretenimento em geral, se há parques de diversões ou os conhecidos como *playgrounds*, casas noturnas, de shows, concha acústica, entre outros. Relacionar todos os tipos de meios de hospedagem existentes. Pelos tipos de características, preços, leitos, infraestrutura geral, podemos gerar uma classificação que facilite a organização de todo o setor de hospedagem local. O mesmo pode ser aplicado para o setor de alimentação, com o levantamento de todos os estabelecimentos, incluindo, além de

restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, confeitarias, cafés e ainda estabelecimentos como supermercados ou hipermercados e lojas de conveniências que acabam comercializando lanches, refeições e até mesmo possuem serviços de padaria e confeitaria, apenas para citar exemplos.

Os serviços de turismo ou de apoio ao turista, como atendimento por meio de um centro de recepção aos turistas, serviços de guias de turismo, transportes especiais a atrativos (tradicionais trenzinhos), prospectos informativos, contendo relação de atrativos, meios de hospedagem, alimentação com respectivos telefones e sites. Calendário de eventos, informando sobre as festividades locais, comemorações e festas típicas ou tradicionais etc. Por fim, destacar a gestão turística da localidade, ou seja, estamos, na maior parte dos exemplos, indicando com base no planejamento de um município, porém pode ser de um equipamento, propriedade rural, empresa. No caso de um município, é preciso destacar a gestão pública municipal específica para turismo. Há uma secretaria de turismo? Quais os cargos relacionados, pessoas encarregadas etc.? Contudo, concluídos todos os itens destacados, temos um grande número de informações e dados que integrarão o inventário da oferta turística que, posteriormente, serão avaliados e analisados para que seja conhecido o real estado e as condições de cada um dos elementos levantados. Vale destacar que os volumes 2 e 3 serão abordados na Aula 13.

Assim, a seguir inserimos um modelo sugerido para estruturação de um inventário turístico. O documento foi formulado com base em Ruschmann (2005); Bissoli (2001) e César & Stigliano (2005).

INVENTÁRIO TURÍSTICO

(colocar o nome do município/região/bairro/propriedade)

(colocar a data da realização da pesquisa)

VOLUME 1: INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA

Parte 1 – ASPECTOS GERAIS

Delimitação da área

1.1.1 Área

1.1.2 Localização

1.1.3 Coordenadas geográficas

1.1.4 Distância de outros municípios

1.1.5 Limites com outros municípios

1.1.6 Acessos e sistemas de transportes

1.2 Aspectos administrativos e legais

1.3 Aspectos socioeconômicos

1.4 Infraestrutura básica urbana

Parte 2 – ASPECTOS TURÍSTICOS

2.1 Aspectos ambientais e atrativos/recursos naturais

2.2 Aspectos histórico-culturais/atrativos/recursos histórico-culturais

2.3 Entretenimento

2.4 Meios de hospedagem

2.5 Alimentação

2.6 Serviços de turismo e de apoio ao turismo

2.7 Gestão turística



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. A inventariação turística é composta por aspectos gerais da localidade e os aspectos turísticos. Faça um simples levantamento de cinco aspectos turísticos existentes no seu bairro ou na sua

Conclusão

Nesta aula, você aprendeu como elaborar a estruturação da fase inicial do processo de planejamento turístico, conhecida como inventariação turística. O inventário turístico é um documento referencial que consiste em um levantamento minucioso de vários aspectos da localidade, tais como: os históricos, geográficos, econômicos, políticos, socioculturais e turísticos da localidade. Tem a finalidade de prover bases para elaborar as etapas sequenciais do processo de planejamento turístico e deve ser visto como uma tarefa contínua, sempre atualizada, pois as transformações e mudanças devem ser sempre acompanhadas em um processo de planejamento.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1, 2 e 3

Na primeira parte desta aula, você viu sobre a importância de se elaborar um inventário turístico, com destaque para a inventariação da oferta turística. Tendo em vista o conceito de oferta, faça um levantamento simples de possíveis elementos da oferta turística de seu município ou bairro e destaque apenas um atrativo turístico, caracterizando o tipo, se é cultural, artificial, histórico ou natural, informações gerais e localização. Com base na ferramenta do Google Maps (<http://maps.google.com/>), pesquise o trajeto a pé até o atrativo, partindo de uma localização central da cidade (pode ser o endereço, partindo da igreja matriz, de uma praça principal, de um centro de informações turísticas, do portal da cidade, de determinada estação de metrô ou barca etc.). Inclua apenas as ruas mais famosas, a distância e o tempo de caminhada.

No ponto A, a escolha é a rua Heitor Penteado, rua do metrô Vila Madalena, considerado como o local de partida por ser uma localização de fácil acesso. No ponto B, o destino escolhido é o parque e, ao clicar no ícone Como chegar, no canto inferior direito da tela, a seguir a rota detalhada com o trajeto. Da Heitor Penteado são 3,7 km de distância, aproximadamente 43 minutos de caminhada, conforme aponta a figura a seguir:

Versão beta da rota a pé.
Seja cuidadoso – Este trajeto pode não ter calçadas ou caminhos de pedestres.

Rota a pé para Parque Villa-lobos

Trajetos sugeridos

1. Av. Prof. Fonseca Rodrigues 3,7 km	43 minutos
2. R. Japiatã e Av. Prof. Fonseca Rodrigues 4,0 km	46 minutos
3. R. Gregório Paes de Almeida, R. Japiatã e Av. Prof. Fonseca Rodrigues	47 minutos

Deve-se seguir em direção à rua Pereira Leite. Chegando nessa rua deve-se seguir em sudoeste à Praça François Belanger, depois virar à direita na praça Gaspar Lopes, (...) ao chegar na rua Alvilândia, virar à direita e virar novamente quando chegar à rua Professor Fonseca Rodrigues e caminhar até a altura do número 1.655.

Resumo

O inventário é o levantamento da situação atual em que se encontra uma área ou equipamento estudado, estabelecendo uma relação descritiva do real existente, para compor uma análise profunda que será estruturada na fase inicial do Plano de Desenvolvimento Turístico. Nesse levantamento complexo e detalhado, destacam-se a infraestrutura completa e demais equipamentos dentro de uma localidade, os recursos e atrativos naturais, culturais e artificiais, bem como as instalações e equipamentos implantados para atender aos visitantes, legislações locais, entre outras informações relevantes para o desenvolvimento da atividade turística.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, daremos continuidade ao processo de inventariação turística e destacaremos a pesquisa de demanda como o terceiro volume que irá compor o inventário turístico. Vamos estudar o formulário referencial e como cada um dos tópicos deve ser levantado e tabulado para servir como fonte de análise na fase inicial de elaboração do plano de desenvolvimento turístico.

13

Etapas para o desenvolvimento do planejamento turístico: pesquisas de opinião pública e demanda turística

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar um importante complemento ao processo de inventariação turística: as pesquisas de opinião pública e de demanda turística para a composição final do inventário turístico.

Objetivos

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

- 1** aplicar a pesquisa de opinião pública aos moradores;
- 2** desenvolver a pesquisa de demanda turística com turistas.

Pré-requisitos

Recomenda-se, para o bom aproveitamento desta aula, a leitura das Aulas 5 e 6, com destaque para o subsistema da oferta e da demanda, que compõem respectivamente as definições e características da oferta e da demanda turística. E ainda a Aula 12 desta disciplina, pois a composição das pesquisas de opinião pública e de demanda turística vai integrar o inventário turístico estudado na aula passada.

Introdução

Na aula anterior, iniciamos o estudo do projeto de inventariação turística, estruturado em três volumes. O primeiro volume é o projeto da oferta turística, e agora vamos apresentar o segundo e o terceiro volumes, que são a pesquisa de opinião pública e a pesquisa de demanda, respectivamente.

Em toda a parte conceitual de planejamento turístico, foi discutida a importância de se planejar uma localidade ou um equipamento a partir das sugestões e da participação da comunidade, incluindo seus interesses e necessidades. Assim, antes de estruturar um plano, defendemos a ideia de que o inventário turístico deva conter a pesquisa de opinião pública e a pesquisa de demanda.

Você aprendeu na Aula 6 desta disciplina que a demanda turística é composta por bens, atrativos e serviços turísticos que se complementam entre si, formando um produto turístico. Nosso propósito aqui não é trabalhar com conceitos, mas sim a aplicabilidade desse tipo de pesquisa para o processo de planejamento turístico. Identificamos essa etapa como o momento de dar vozes aos consumidores, ou potenciais consumidores, de um produto turístico que pode estar em ascensão, estagnação ou declínio. Ouvir o que os turistas têm a dizer sobre o destino turístico faz-nos compreender bem o estado em que se encontra a localidade e, por isso, defendemos que essa pesquisa sirva de base para se estruturar o diagnóstico turístico, que será abordado na Aula 14.

Assim, esta aula está estruturada em duas partes: a primeira parte visa discutir a elaboração da pesquisa de opinião pública, e a segunda parte apresenta a pesquisa de demanda.

Inventário turístico: a pesquisa de opinião pública

A pesquisa de opinião pública é estruturada a partir das opiniões de moradores locais acerca do turismo e das intenções destes para o desenvolvimento local. Ela deve ser iniciada com

uma caracterização geral dos moradores, incluindo o perfil socioeconômico, já mencionado anteriormente. Diante desse perfil, teremos informações relevantes para a pesquisa, como: escolaridade, faixa etária, sexo, renda, ocupação profissional etc. No momento da entrevista, o pesquisador deve ter muita cautela e respeito pelo entrevistado. Educação é essencial para uma boa comunicação e facilitará na coleta dos dados e informações necessários. É importante que o entrevistador indique a razão da entrevista e qual é a finalidade dessa aplicação, sempre tendo o cuidado de que o entrevistado terá sua identidade preservada.

Quando realizamos pesquisas em cidades turísticas, principalmente em pequenas, é comum o entrevistado conduzir a entrevista para um lado político, para manifestar sua satisfação ou indignação com a administração pública municipal. Casos como tentativas de denúncias por negligência com relação ao turismo, saúde, saneamento, urbanização, uso indevido de verbas municipais podem aparecer em alguns relatos. Cabe aos entrevistadores ter cuidado e ética nos registros e no uso futuro da entrevista.

Outra postura do entrevistado pode ser o receio em responder algumas questões por achar que a pesquisa é da própria prefeitura e que ela pode servir como instrumento investigativo, causando mal-estar no entrevistado ou mesmo omissão de dados e opiniões que poderiam ser importantes no planejamento. Portanto, insistimos, mais uma vez, que a identificação do trabalho tem de ser clara e com garantias de preservação da identidade do morador.

Bissoli (2001) indica que essa pesquisa só deve ser aplicada com moradores que residem na localidade há mais de três anos, caso contrário a pessoa não teria informações mais completas para a pesquisa. Assim, quanto mais tempo de residência o entrevistado tiver, mais informações conseguiremos obter a partir de sua vivência. Isso não significa que só sejam entrevistados os mais idosos, pois também é importante a opinião da população mais jovem.

A quantidade de entrevistados, identificada como processo de amostragem do universo da pesquisa, pode variar de acor-

do com metodologias definidas previamente. Segundo Braga (2007), esclarecer o universo a ser pesquisado é fundamental e muitas vezes pode representar o objeto de estudo, ou seja, definir que a inventariação será feita apenas numa região turística de um município; essa região representará o universo total da minha pesquisa, considerando os aspectos socioeconômicos, ambientais e culturais da região, sendo esta o objeto de estudo. Afirma também que, em muitos casos, as técnicas de amostragem definem o número de elementos a serem pesquisados, que pode ser um número muito menor que a população. Porém, se for definido de modo criterioso, é possível se equiparar à totalidade do universo (BRAGA, 2007). Em outras palavras,

As técnicas de amostragem, juntamente com cálculos estatísticos, permitem estabelecer uma relação de confiabilidade entre os dados obtidos na amostra e a realidade do universo (BRAGA, 2007, p. 51).

Assim, podemos ter uma coleta com base em uma amostra por coincidência ou acidental, quando a coleta é espontânea, definida de acordo com as conveniências do pesquisador. É considerado um método simples e barato, porém bastante sujeito a erros (BRAGA, 2007). Os pontos para as aplicações das entrevistas são definidos, os entrevistados ficam de prontidão para abordar todas as pessoas que passam, perguntando se há interesse em responder ao formulário. É conhecida também como amostra de tráfego. Com períodos e datas estabelecidos, os entrevistados coletam o maior número de questionários, ou de acordo com um número definido pelos planejadores ou contratadores do serviço.

Existem várias outras formas de se planejar o perfil do entrevistado, tais como amostra intencional ou por julgamento, quando os escolhidos são tipos de uma população com características semelhantes; formadores de opiniões que são entrevistados para confrontar ideias ou pareceres (BRAGA, 2007). Outro tipo seria a amostra por cotas ou proporcional, em que o pesquisador define o grupo por alguma similaridade com a população. Para

tanto, é imprescindível conhecer o perfil da população previamente, e assim estabelecer os critérios. Por exemplo, as pesquisas de gênero com dados do IBGE têm como saber a quantidade estimada de homens e mulheres de uma cidade e estabelecer cotas proporcionais para as entrevistas. Para se aprofundar mais nessas questões, seria importante pesquisar mais em livros de metodologia científica e estatística voltada à pesquisa.

Outro item a ser levantado pela pesquisa de opinião é a identificação das características do destino turístico, por meio das opiniões dos moradores. Quando realizamos esse tipo de pesquisa, notamos o quanto os atrativos do lugar são desconhecidos pelos nativos. Muitos até têm interesse em conhecer melhor a sua cidade, mas devido ao acesso, motivos de trabalho e falta de tempo, deixam de visitar os locais. Os atrativos mais representativos da localidade acabam sendo os únicos indicados e, na maior parte das entrevistas, eles sempre são lembrados. Isso pode ser um problema, pois o morador que não conhece bem a sua cidade e pode apresentar menos informações e conhecimentos do que um turista bem informado que chega já com o interesse previamente definido. E ainda uma outra situação pode acontecer, que seria a visitação por parte de turistas desinformados que buscam a informação com o morador e se depara com posturas apáticas, desmotivadoras e sem conhecimentos sobre sua própria cidade. Devido a esse motivo que destacamos na Aula 11, é importante educar os moradores para o turismo local, trabalhando melhor os conhecimentos e as informações turísticas locais e regionais.

Diversos questionamentos do formulário são destinados à identificação das visões dos moradores com relação ao desenvolvimento turístico. Informações coletadas sobre as condições da cidade para receber turistas, sugestões sobre o que melhorar e fazer para aumentar fluxos, benefícios gerados, envolvimento da administração pública municipal no desenvolvimento são questionamentos que indicarão o que o munícipe pensa sobre o desenvolvimento turístico local. É claro que, entre as opiniões

mais diversas, muitas caem no senso comum e nas promessas de políticos, porém os pesquisadores devem ficar atentos aos receios e anseios da população, pois a partir desses relatos conseguiremos estudar estratégias de envolvimento e participação mais efetiva dos moradores no processo de planejamento turístico. A seguir estruturamos um formulário de pesquisa de opinião pública com base no modelo de Bissoli (2001).

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

Saudação (Bom dia / Boa tarde / Boa noite). Data: _____

Meu nome é _____. Estamos realizando uma pesquisa com os moradores da cidade/região/localidade (indicar o nome) para sabermos a opinião sobre o turismo local. Podemos contar com sua colaboração? Obrigado(a).

Pesquisador: Verificar se o entrevistado reside a mais de três anos na cidade. Se positivo, a pesquisa pode ser iniciada.

1) Há quanto tempo o sr(a). reside em _____?

- () De 3 a 5 anos
- () De 6 a 10 anos
- () Há mais de 10 anos

2) Estado civil:

- () Casado () Separado
- () Solteiro () Viúvo

3) Idade:

- () 16 a 20 () 21 a 30 () 31 a 40
- () 41 a 50 () mais de 50 anos

4) Escolaridade:

- () Ensino Fundamental incompleto
- () Ensino Fundamental completo
- () Ensino Médio incompleto () Ensino Médio completo
- () Superior incompleto () Superior completo
- () Pós-graduação incompleta () Pós-graduação completa
- () Outras opções _____

5) Qual a sua ocupação principal?

6) Qual local de seu município você acha que um turista gostaria de conhecer?

() Cachoeira _____ () Praia _____

() Gruta _____ () Parque _____

() Centro histórico _____

() Outro. Qual? _____

7) Você considera que a cidade tem condições de receber turistas?

() Sim. Por quê? _____

() Não. Por quê? _____

() Não soube responder.

8) O que acha do desenvolvimento turístico do município?

() Péssimo () Ótimo

() Ruim () Não sabe

() Regular () Não soube responder

() Bom

Comentar _____

9) O que deveria ser feito na cidade para receber bem um turista?

() Melhorar o acesso à cidade

() Melhorar a infraestrutura de atrativos turísticos

() Melhorar os restaurantes

() Melhorar os meios de hospedagem

() Melhorar o atendimento dos prestadores de serviços em geral

() Melhorar a educação e os conhecimentos dos moradores com relação ao turismo local.

() Outra coisa. Qual? _____

() Está tudo ótimo para receber bem os turistas.

10) Em sua opinião, quais seriam os benefícios trazidos pelos turistas à cidade?

() Mais empregos

() Mais renda para a cidade

() Crescimento mais rápido para a cidade

() Não traz nenhum benefício para a cidade

() Outros _____

11) A prefeitura de sua cidade contribui o suficiente para o desenvolvimento da atividade turística?

() Sim. Por quê? _____

() Não. Por quê? _____

12) Deixe sugestões _____

Obrigado(a)!

Nome do entrevistador: _____

Assim, para melhor sistematização dos dados e informações coletados, sugerimos a reunião da pesquisa de opinião pública em um segundo volume que fará parte do inventário turístico, podendo ser organizado a partir da seguinte estrutura central.

VOLUME 2: PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

1. identificação do(a) município/região/equipamento/outros;
2. informações gerais sobre o perfil dos moradores;
3. características do destino turístico (sob a perspectiva de seus moradores, quais tipos de turismo são ou podem ser desenvolvidos na localidade);

4. desenvolvimento turístico;
5. sugestões.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Na primeira parte da aula, estudamos a pesquisa de opinião pública. Destacamos que as mais diversas opiniões irão compor o documento de inventariação, e muitas delas podem cair em um discurso do senso comum e nas promessas de políticos. Porém os planejadores devem ficar bastante atentos aos receios e anseios da população, pois a partir das pesquisas conseguiremos estudar estratégias de envolvimento e participação mais efetiva dos moradores no processo de planejamento turístico. Tendo em vista a identificação de receios e anseios, aplique cinco pesquisas (usar formulário da Pesquisa de Opinião Pública já sugerido nesta aula) com pessoas do seu bairro, de diferente faixa etária e sexo. A intenção é de que você tenha mais contato com o formulário e entenda os procedimentos de pesquisa e da técnica da entrevista. Lembre-se que não é uma pesquisa real devido ao pequeno universo investigado e que, mesmo assim, é necessário explicar ao entrevistado qual é o objetivo da entrevista. Você deve se apresentar como um estudante pesquisador e agradecer pelas contribuições do entrevistado. Após aplicação, os dados coletados deverão ser sistematizados em um relatório que conterá os seguintes itens:

- a) identificação do(a) município/região/equipamento/outros;
- b) informações gerais sobre o perfil dos moradores;
- c) características do destino turístico;
- d) desenvolvimento turístico;
- e) sugestões.

Resposta Comentada

A atividade indica o uso do formulário da Pesquisa de Opinião Pública que foi sugerido. Ao longo da primeira parte da aula, todas as questões foram explicadas, com a indicação de como os dados e as informações podem ser reunidos. Assim, no enunciado, há os cinco tópicos que auxiliarão você nessa sistematização. Você pode aplicar os formulários com pessoas do seu bairro, da sua rua, família ou cidade, desde que atenda à obrigatoriedade de ser residente há mais de três anos. A faixa etária deve ser variada e o sexo também, tendo diferentes tipos de entrevistados. É importantíssimo que você se apresente como um estudante pesquisador e agradeça sempre pelas contribuições do entrevistado.

Feita a aplicação dos cinco formulários, os dados coletados serão sistematizados no relatório da pesquisa de opinião pública, que conterá os seguintes itens:

- a) identificação do município e do(s) bairro(s) em que os formulários foram aplicados;*
- b) informações gerais sobre o perfil dos moradores a partir dos dados coletados, ou seja, as idades dos entrevistados, sexo, ocupação, estado civil e escolaridade;*
- c) características do destino turístico por meio dos atrativos mais representativos da localidade, se há predominância de um tipo de atrativo ou diversificações;*
- d) desenvolvimento turístico para identificar se a cidade tem condições para receber turistas, ideias dos munícipes sobre o que melhorar e fazer para aumentar fluxos, benefícios gerados, envolvimento da administração pública municipal no desenvolvimento turístico local;*
- e) sugestões de qualquer tipo que o entrevistado tenha apresentado. Seja com relação ao formulário de pesquisa ou mesmo sobre a qualidade dos atrativos turísticos locais, o importante é registrar para futura análise.*

A pesquisa de demanda turística

A referida pesquisa deve ser planejada de acordo com a intenção do planejamento turístico a ser desenvolvido, porém, independente do raio de abrangência, alguns dados mais amplos devem ser considerados para que a finalidade da atividade seja cumprida. Em outras palavras, quando vamos realizar o planejamento de um simples ponto, área ou região turística, devemos considerar do glo-

bal ao local, partir de questionamentos mais gerais para os mais particulares para, assim, conseguirmos contextualizar os turistas com relação ao turismo local e o trabalho a ser empreendido.



No momento da entrevista, estabelecer comparações com outras localidades pode servir como exemplificações que facilitem o entendimento do turista, porém pode influenciar nas respostas, fazendo com que o turista sugira transformações semelhantes às de outras localidades que serviram de exemplo. Ou seja, o que queremos afirmar é que o *bom* para uma determinada localidade não implica em ser bom para outra. Além de ser uma opinião extremamente subjetiva, muitas vezes, a opinião é formada sem levar em conta as características locais, o perfil da destinação, de sua população e sua identidade.

Como exemplo para ilustrar as afirmações anteriores, podemos usar o caso de uma pesquisa de demanda realizada em 2007, no município de Águas de São Pedro, localizado no interior do estado de São Paulo (FONSECA FILHO, 2007). Muitos turistas entrevistados davam sugestões com base nos tipos de turismo já praticados em experiências anteriores. O modismo do turismo rural, que cresceu muito nos últimos vinte anos, foi um dos tipos de turismo que apareceu na pesquisa. Porém o município de Águas de São Pedro, que possui apenas 3,9 quilômetros quadrados de área, está dentro do município de São Pedro e é um município que não possui zona rural, sendo impossível qualquer tentativa de se desenvolver esse tipo de turismo.

Cabe ao pesquisador ter o cuidado de questionar e auxiliar no decorrer da entrevista, lembrando sempre que o entrevistado deve ser livre nas suas escolhas, e sua função na condição de respondente é manifestar sua opinião sem interferências ou induções que muitas vezes são feitas pelos pesquisadores para reduzir o tempo com a aplicação do formulário.

A aplicação do formulário é sempre uma atividade planejada, com questões de fácil entendimento, com atuação pontual do entrevistador para explicar termos técnicos ou expressões que são usuais na área de turismo e hospitalidade. Sendo assim, o entrevistador deve ter conhecimento e domínio sobre o instrumento a ser aplicado, não podendo jamais ter dúvidas, nem pode descartar questões mais complexas porque não soube explicar ao entrevistado. Este sim é livre em querer responder ou não à pesquisa.

Outro ponto a ser destacado é que a demanda turística pode ser levantada fora de uma destinação turística, quando estamos considerando potenciais turistas que podem vir a consumir um determinado produto turístico, ela então é denominada de demanda turística potencial. Outro tipo de demanda que vamos utilizar nesta aula é a demanda turística real, aquela representada pelos turistas que são entrevistados na localidade em que será desenvolvido o planejamento.



Ari Fonseca

Figura 13.1: Quantidade de turistas que representam o volume da demanda turística na Times Square, no final da temporada de verão, em agosto, na cidade de Nova Iorque, EUA.

Ruschmann (2005) destaca alguns dados mais importantes a serem investigados pela pesquisa de demanda:

a) Perfil sociodemográfico e socioeconômico dos turistas: identificando a procedência dos turistas. Essa informação permite caracterizar os centros emissores de turistas, particularidades que apresentam se os fluxos são locais, regionais, nacionais, internacionais;

b) sexo e faixa etária: serve como parâmetro de avaliação de produtos oferecidos, pode-se identificar preferências, motivações a partir do cruzamento desses dois dados etc.;

c) escolaridade: considerada como fator influenciador direto nas motivações de viagens e tipos de serviços exigidos;

d) ocupação: facilita na identificação da renda e do poder de compra do turista;

e) motivações de viagens: conhecer as influências na escolha por um destino e se a escolha do destino planejado está de acordo com a finalidade do atual processo de planejamento;

f) deslocamentos da demanda: meio(s) de transporte(s) utilizado(s);

g) meios de hospedagem: a definição do tipo de meio de hospedagem escolhida auxilia na compreensão das características socioeconômicas;

h) consumo no destino turístico;

i) satisfação com os equipamentos e serviços turísticos utilizados; entre outros.

Geralmente, em uma pesquisa de demanda, as questões referentes ao perfil socioeconômico são consideradas incômodas no momento da entrevista, tanto para quem pergunta quanto para quem responde. Porém, elas têm grande relevância no sentido de compreender se os preços praticados na destinação estão adequados com o perfil dos turistas, pois não adianta praticar preços altos em um pequeno centro, acreditando que os turistas possuem dinheiro para pagar, sem antes realizar um estudo que comprove o fato. Não acreditamos que essa lógica do senso comum seja realmente algo a ser aplicado, como vemos em muitos estabelecimentos comerciais de destinações turísticas.

Quando estamos falando de produtos alimentícios, dificilmente os preços abusivos serão fatores limitantes ao consumo, pois estamos tratando de alimentação. O problema dessa exploração é que ela afeta os moradores, principalmente na alta temporada. Quando estamos falando de *suvenires*, artesanatos de produção local, regional, nacional, artigos de vestuário, cama, mesa e banho, entre outros, o alto preço compromete o consumo e o turista terá restrições. Portanto, as questões de ordem econômica devem ser tão importantes quanto às ligadas à qualidade da experiência turística local.



Ari Fonseca

Figura 13.2: Bonecos de Praga, exemplo de suvenires da República Tcheca.

A aplicação do formulário de demanda turística real deve ser planejada para auxiliar o trabalho dos pesquisadores, maximizar o tempo despendido para a coleta em consonância com a qualidade das entrevistas. Pontos estratégicos devem ser selecionados com vistas a não incomodar ou cansar o turista durante a entrevista. Lugares com proximidade aos atrativos, equipamentos, meios de transportes devem sempre ser considerados para a

aplicação das entrevistas. O entrevistador sempre deve levar em consideração se há árvores para sombra, bancos ou cadeiras próximas com a finalidade de tornar a entrevista agradável, mesmo porque o turista está em seu momento de lazer. A entrevista deve ocorrer quando o turista não esteja realizando atividades, pode ser em uma fila de espera para um passeio de barco, compra de ingressos para entrada no museu ou para um passeio em jardineira pela cidade. Nesses momentos de espera, o pesquisador tem de ter discernimento para calcular mentalmente se o tempo de espera é equivalente ao tempo de aplicação da entrevista. Com uma média de vinte questões, o entrevistador deve considerar que a aplicação deve durar em torno de 15 a 20 minutos, e esse tempo deve ser comunicado durante a abordagem.

A pesquisa de demanda então levantará as informações gerais sobre o perfil do turista, indicando o seu local de residência, a idade, o sexo, a escolaridade, o estado civil e a ocupação. A partir das respostas, conseguiremos compreender as características da viagem, se será uma viagem para um único destino, no caso o local onde está ocorrendo a entrevista, ou se o turista irá para outros centros turísticos (BOULLÓN, 1994). São informações importantes a serem perguntadas aos turistas:

a) a motivação da viagem: se a viagem foi realizada por motivos de trabalho ou participação em evento, se é para fins de lazer, recreativos, educativos ou outros;

b) o transporte utilizado: se chegou ao destino com automóvel próprio, transporte coletivo em linhas regulares ou fretado, se costuma viajar sozinho, com amigos, familiares, com grupos de excursão;

c) o tempo de permanência na destinação: se passará meio ou um dia, mais do que 24 horas, um final de semana, uma semana, os dias correspondentes de um feriado prolongado;

d) a frequência com que o turista viaja para aquele destino, uma vez por semana, mês, ano;

e) onde costuma se hospedar e o tipo de meio de hospedagem: hotel, pousada, hostel ou albergue da juventude, acampamento, casa de parente, segunda residência, entre outros, e;

f) como realiza a alimentação durante a estada no local: se busca restaurantes para grandes refeições (almoço e jantar), ou lanchonetes, sorveterias, padarias, bares e similares.

Com todos esses elementos, os planejadores conseguem entender os hábitos e características das viagens que são realizadas naquele destino, bem como traçar as características sobre o turismo na destinação. De um modo geral, é importante saber como é a imagem daquele local, ou seja, se é um local popular, com fluxos de diversos perfis ou com um público com perfil semelhante. Assim, as propagandas vinculadas podem também indicar a imagem que está se vendendo com relação à destinação e se ela está adequada à demanda turística real. Pelas respostas dos turistas, conseguimos traçar os tipos de atrativos que compõem a oferta e comparar com as expectativas deles, destacando as impressões e frustrações dos turistas em relação às experiências turísticas que eles tiveram no destino turístico.

Os gastos realizados durante a viagem, do centro emissor (cidade de origem do turista) até o centro receptor (destino ou atrativo), devem ser priorizados para que haja um estudo referente aos preços que são praticados em uma determinada localidade. Gastos ou pretensões de gastos com refeições, artesanato, hospedagem, passeios, transportes, entre outros, devem ser coletados para que seja identificado se estão sendo adequados, altos, médios ou baixos, coerentes com o perfil do turista.

E, por fim, a partir das sugestões deixadas na entrevista, os planejadores têm em mãos informações interessantes sobre as necessidades de melhorias na atratividade da cidade. Eles podem identificar se realmente as divulgações estão condizentes com os atrativos, equipamentos, infraestrutura geral, serviços prestados e preços praticados. Com isso, a satisfação com as experiências turísticas gera uma boa avaliação da viagem por parte dos turistas e recomendação do destino. Desta forma, a seguir

incluímos um formulário de pesquisa de demanda turística com base no modelo de Bissoli (2001).

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
1) Em que local o sr(a). reside? Cidade:_____ Estado:_____
País:_____
2) Qual será ou foi o destino desta viagem? _____ _____
3) Estado civil: () Casado () Separado () Solteiro () Viúvo
4) Idade: () 16 a 20 () 21 a 30 () 31 a 40 () 41 a 50 () mais de 50 anos
5) Escolaridade: () Ensino Fundamental incompleto () Ensino Fundamental completo () Ensino Médio incompleto () Ensino Médio completo () Superior incompleto () Superior completo () Pós-graduação incompleta () Pós-graduação completa () Outras opções_____
6) Qual a sua ocupação principal? _____
7) Qual o principal motivo desta viagem? () Negócios () Turismo () Visita a parentes/amigos () Outros: _____
8) Antes desta viagem, o sr(a) se lembra de ter visto ou ouvido alguma propaganda sobre a cidade? () Sim. Onde? _____ _____

9) Qual o meio de transporte utilizado na viagem?

- Carro de passeio próprio Ônibus fretado
 Carro de passeio locado Ônibus de linha regular
 Táxi Outros: _____

10) Como viaja?

- Sozinho Em família
 Com amigo(s) Agência de turismo
 Excursão Outros: _____

11) Quanto tempo pretende permanecer na cidade?

- meio dia um dia
 final de semana uma semana
 mais de uma semana Outros: _____

12) Costuma visitar este local?

- Raramente Anualmente
 Semanalmente Mais de uma vez por mês
 Mensalmente 1ª vez

13) Qual o meio de hospedagem utilizado, quando permanece neste município?

- Hotel
 Casa de parentes e amigos
 Pousada
 Acampamento
 Hostel/Albergue da Juventude
 Outros: _____

14) Onde você costuma fazer suas refeições?

- Restaurantes Bar/Lanchonetes/Similares
 Onde está alojado

15) Que atrativo o trouxe ao município/localidade?

- Clima Interesse cultural Parentes e amigos
 Natureza Tranquilidade Outros: _____

16) Há alguma coisa em particular que poderia tornar a cidade mais alternativa?

- Sim Não

Se sim, o quê?

17) Quanto o sr(a). gastou ou pretende gastar com:

a) Refeições: b) Artesanatos: c) Hospedagem:

Valor: R\$ _____ Valor: R\$ _____ Valor: R\$ _____

d) Passeios: e) Transporte: f) Outros: _____

Valor: R\$ _____ Valor: R\$ _____ Valor: R\$ _____

18) Classificar os preços em altos, médios, adequados ou baixos:

a) Refeições: () Altos, () Médios, () Adequados ou () Baixos

b) Artesanatos: () Altos, () Médios, () Adequados ou
() Baixos

c) Hospedagem: () Altos, () Médios, () Adequados ou ()
Baixos

d) Passeios: () Altos, () Médios, () Adequados ou () Baixos

e) Transportes: () Altos, () Médios, () Adequados ou
() Baixos

f) Outros: _____ () Altos, () Médios, ()
Adequados ou () Baixos

19) Antes de chegar, qual era a sua expectativa em relação aos
atrativos da cidade?

() Excelente () Boa () Regular () Ruim

Por quê? _____

20) Agora que já passou pela cidade, qual sua opinião?

() Excelente () Boa () Regular () Ruim

Por quê? _____

21) Voltaria à cidade em outra oportunidade?

() Sim () Não. Por quê?

22) Indicaria a cidade para familiares, amigos ou conhecidos?

() Sim () Não. Por quê?

23) Deixe sugestões.

Entrevistador(a): _____ Local: _____ Data: ___/___/___

Com vistas à sistematização de todos os dados e informações coletados pela pesquisa de demanda, sugerimos a reunião da pesquisa de demanda turística em um terceiro volume que será parte integrante do inventário turístico, podendo ser organizado a partir da seguinte estrutura principal:

VOLUME 3: PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

1. informações gerais sobre o turista;
2. características da viagem;
3. características sobre o turismo na destinação;
4. gastos e preços;
5. sugestões.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. A segunda parte desta aula apresentou a pesquisa de demanda turística, destacando sua importância para o processo de planejamento turístico e que faz parte do inventário turístico. Com a finalidade de saber se você realmente entendeu como essa pesquisa é aplicada, escolha uma localidade de sua cidade que você julgue turística por apresentar atrativos e um fluxo de visitantes.

Tente entrevistar cinco turistas, usando o formulário da pesquisa de demanda. Você pode aproveitar um final de semana ou feriado. Caso sua cidade não seja turística ou não tenha turistas, simule as cinco entrevistas com familiares, amigos ou conhecidos. O importante é que você entenda o uso do instrumento e se familiarize com a pesquisa. Após a coleta dos dados e das informações, faça uma sistematização das respostas de acordo com a seguinte estrutura:

- a) perfil do turista;
- b) características da viagem e do turismo na destinação;
- c) gastos e preços;
- d) sugestões.

Resposta Comentada

A atividade indica o uso do formulário da Pesquisa de Demanda Turística real, apresentado anteriormente. O enunciado pede para que sejam aplicados cinco formulários com turistas (preferencial) ou pessoas do seu bairro, da sua rua, família (caso não seja possível contato com turistas). É necessário que você se apresente como um estudante pesquisador e agradeça pelas contribuições do entrevistado. Feita a aplicação dos cinco formulários, os dados coletados serão sistematizados no relatório da pesquisa de demanda turística que conterà os seguintes itens:

- a) Perfil do turista com as idades dos entrevistados, sexo, estado civil, pode-se identificar as motivações, preferências; escolaridade, que é considerada como fator motivador para viagens e tipos de serviços exigidos; ocupação, que auxiliará na identificação da renda, e o poder de compra do turista.*
- b) Características da viagem e do turismo na destinação, escolha do destino, tipos de atrativos, meio(s) de transporte, de hospedagem;*
- c) gastos e preços, por meio do consumo de artesanatos, suvenires etc. uso dos equipamentos turísticos que compõem a oferta e outros;*
- d) sugestões e a identificação da satisfação com os equipamentos e serviços turísticos utilizados; ideias para melhorias, mudanças etc.*

Conclusão

Nesta aula, destacamos que as pesquisas de opinião pública e de demanda turística são levantamentos que vão complementar a inventariação da oferta turística e, por isso, defendemos que essas duas pesquisas devem compor o inventário turístico. Com a mesma concepção de se levantar o que existe de atrativos, equipamentos, instalações, infraestruturas na localidade a ser planejada, a intenção de se estruturar a pesquisa para levantamento da opinião dos moradores tem a função de comunicar ao maior número de moradores as ações em prol do desenvolvimento turístico local, bem como envolvê-los no processo.

Com essa investigação dos receios e anseios, os planejadores têm a percepção daquele que será o anfitrião dos turistas e por isso, compreender e atender a suas prioridades são formas de se evitar problemas futuros com relação ao crescimento de fluxos turísticos na localidade. Em contrapartida, as opiniões de turistas compõem a peça que complementa todo o processo de inventariação, pois a partir das experiências destes sujeitos, os planejadores terão reais depoimentos para saber se a oferta está adequada aos reais anseios dos turistas. Se a identidade do local está em consonância com o perfil dos visitantes, assim, com todos esses elementos reunidos, é possível se iniciar as fases de diagnósticos e projeções do turismo local para servirem de fundamentos para toda a elaboração do plano de desenvolvimento turístico.



Atividade Final

Responda à seguinte questão (é recomendável que você leia a Aula 12):

Segundo Ruschmann (2005), o planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e preocupar-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade. Agora que você já teve

Resumo

Para fins de complementar esse levantamento e compor um inventário turístico mais completo, sugerimos a aplicação de uma pesquisa com os moradores locais. Essa pesquisa é a de opinião pública, estruturada a partir das opiniões de moradores locais acerca do turismo e das intenções destes para o desenvolvimento local. Ela deve ser iniciada com uma caracterização geral dos moradores, incluindo o perfil socioeconômico com escolaridade, faixa etária, sexo, renda, ocupação profissional e outros aspectos; características do destino turístico por meio das opiniões dos moradores; o desenvolvimento turístico sob a perspectiva dos moradores, destacando informações coletadas sobre as condições da cidade em receber turistas, sugestões sobre o que melhorar e fazer para aumentar fluxos, benefícios gerados, envolvimento da administração pública municipal. A pesquisa de demanda tem a finalidade de levantar o perfil socioeconômico dos turistas; identificar a procedência dos turistas, conhecer os centros emissores de turistas, particularidades dos fluxos, se são locais, regionais, nacionais, internacionais; sexo e faixa etária, escolaridade; ocupação, que facilita na identificação da renda e do poder de compra do turista; motivações de viagens; o(s) meio(s) de transporte(s) utilizado(s); meio(s) de hospedagem; consumo no destino turístico e a satisfação com os equipamentos e serviços turísticos utilizados.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, vamos apresentar a elaboração do diagnóstico sobre a situação atual de localidades turísticas como subsídio à definição do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável para essa destinação. Traçar cenários futuros e tendências, que chamamos de prognóstico.

14

Fases do processo de planejamento turístico: diagnóstico e prognóstico

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar as etapas de diagnóstico e prognóstico turísticos, com intuito de estruturar as bases de um Plano de Desenvolvimento Turístico.

Objetivos

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

- 1** elaborar diagnósticos sobre a situação atual de localidades turísticas, como subsídio à definição de um Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável para uma destinação;
- 2** estabelecer prognósticos para o turismo de localidades turísticas, como subsídio à definição de um Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável para uma destinação.

Introdução

Nas Aulas 12 e 13, iniciamos as discussões sobre a primeira etapa de planejamento do turismo e, conseqüentemente, aprendemos a elaborar um Plano de Desenvolvimento Turístico para uma localidade. Também aprendemos como elaborar um inventário da oferta e demanda turística (real), da opinião pública (os anseios da comunidade local para com o turismo) e a descrição da concorrência; portanto, aprendemos a elaborar um levantamento de informações sobre a situação atual.

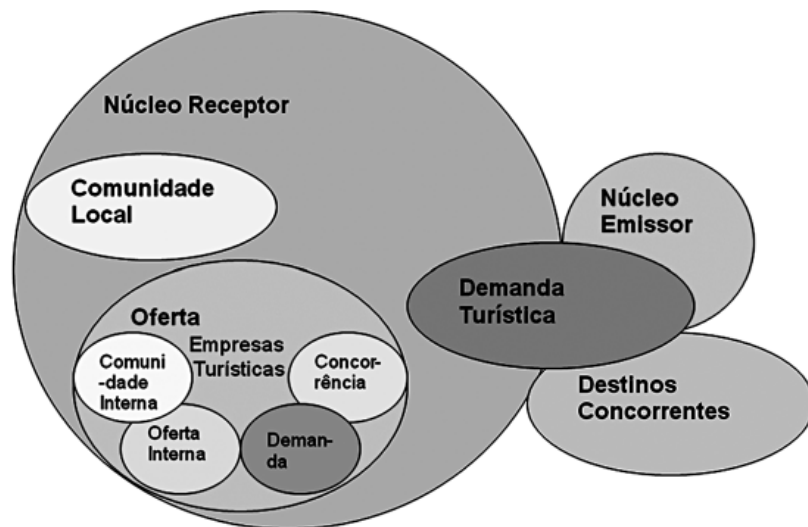


Figura 14.1: Elementos investigados pelo Processo de Planejamento do Turismo e para elaboração de um Plano de Desenvolvimento Turismo.

Fonte: BRAGA, 2007.

Após o levantamento da situação atual, ou seja, após levantarmos dados sobre as peculiaridades da localidade turística que se deseja planejar, partimos para as etapas subsequentes que embasarão a elaboração propriamente dita do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável de uma localidade, o diagnóstico (análises macroambientais) e o prognóstico (projeções de cenários futuros e tendências).

Nesta aula, discutiremos as etapas de diagnóstico turístico (análise da situação atual para detectar os pontos positivos e negativos, as oportunidades e os riscos da real situação) e de prognóstico (projeção de cenários futuros para o desenvolvimento do turismo) que embasarão a elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico. Desta forma, conheceremos os métodos e técnicas principais e mais utilizados para a definição de diagnósticos e prognósticos turísticos. A partir dos resultados destas etapas, poderemos definir a missão e os objetivos da atividade turística para a localidade em questão. Boa aula!

O diagnóstico turístico

O diagnóstico é a etapa seguinte ao inventário turístico. É o momento em que os especialistas das mais variadas áreas (turismo, psicologia, arquitetura, biologia, geografia, economia, entre outras) analisam todos os dados levantados no inventário, apontando, no ambiente interno, os pontos fortes e fracos da situação atual para o desenvolvimento de um turismo sustentável. No ambiente externo, as oportunidades e riscos apresentados para o desenvolvimento do turismo em determinada localidade.





Como ambiente interno, podemos entender uma destinação, região, área ou um ponto turístico e como ambiente externo, podemos entender uma destinação, ou atrativos com perfis semelhantes ou que gerem competição.

Pelo diagnóstico, temos um resumo da situação-problema analisada, ou seja, a análise do ambiente em que atua o empreendimento ou localiza-se a área que se pretende planejar. É possível identificar a concorrência e as variáveis do ambiente – variáveis políticas socioculturais, econômicas, ambientais, entre outras – que influenciarão o turismo da localidade ou negócio turístico, além das principais características levantadas no inventário turístico; portanto, por meio do diagnóstico, é feita uma análise macroambiental.

Para que o processo de planejamento saia da situação atual para a planejada/desejada, é imprescindível que haja um perfeito conhecimento da situação atual. Com base no diagnóstico, teremos conhecimentos mais profundos sobre a localidade planejada, as características dos atrativos; a qualidade e o estado atual da infraestrutura, dos equipamentos e serviços turísticos; a caracterização da demanda turística; o perfil da comunidade receptora e da concorrência, ou seja, destinos que competem ou produtos e serviços concorrentes internamente à localidade. Para um bom diagnóstico, devem ser considerados os seguintes itens:

A. Avaliação dos atrativos turísticos

A avaliação dos atrativos constitui elemento fundamental para tomada de decisões estratégicas para uma localidade e fornece subsídios para determinar a abrangência dos projetos que serão feitos – define-se a quantidade e a qualidade dos serviços, equipamentos e da infraestrutura por instalar – e determina e evidencia o potencial turístico da destinação.

Consideram-se atrativos turísticos todos os elementos relacionados às condições naturais e culturais da(s) localidade(s). Para sua avaliação minuciosa, indica-se um estudo, baseado na análise de pontos fortes e fracos, oportunidades e riscos (conhecida como análise *SWOT*), e, na sistematização das atrações pela categoria de hierarquias (RUSCHMANN, 2005; BRAGA, 2007).

A análise *SWOT*, cujo nome refere-se à abreviação das palavras em inglês *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats* (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), tem como objetivo analisar os pontos fortes e pontos fracos que os atrativos apresentam, bem como de que forma estes pontos fortes e fracos podem se desdobrar em oportunidades e ameaças ao desenvolvimento da atividade turística nesta localidade (BRAGA, 2007).

Braga (2007) apresenta que alguns estudiosos do planejamento turístico defendem que os pontos fortes e fracos devem ser analisados no ambiente interno, nesse caso, no que se refere especificamente ao atrativo/equipamento/ infraestrutura. Já as oportunidades e ameaças/riscos devem ser determinados em função do ambiente externo (ambiente econômico, social, cultural, ecológico, político etc. do estado, país, continente, entre outros universos geográficos com o qual se relaciona a localidade turística).

SITUAÇÃO ATUAL →→→→→→→ SITUAÇÃO DESEJADA
(Processo de Planejamento)

Figura 14.2: Função do Planejamento, intervindo sobre a realidade.

Pela Análise Macroambiental (diagnóstico), são realizados dois estudos que indicarão a situação real da localidade e auxiliarão nas projeções da situação desejada:

- a) Análise interna: composta pelo inventário turístico, documento a ser analisado para identificação de pontos fortes e fracos, existentes na localidade ou objeto a ser planejado.

- b) **Análise externa:** elaborada por meio de pesquisas de mercado (demanda potencial, concorrência, competitividade etc.), identificando as oportunidades e ameaças.

Alguns autores defendem que a análise dos pontos fortes e fracos deve estar diretamente relacionada à análise de oportunidades e ameaças/riscos que podem oferecer ao desenvolvimento do turismo naquela localidade. Nesse caso, acredita-se que a indicação de oportunidades e ameaças/riscos em função dos pontos fortes e fracos identificados, torna a análise mais consistente. Braga (2007) acredita que de um ponto de vista uma característica pode ser entendida como ponto forte, mas por outro pode ser considerada ponto fraco, gerando simultaneamente oportunidades e riscos.

Como exemplo, podemos citar as péssimas condições de acesso a um parque natural, como o Parque Estadual Turístico do Alto do Ribeira, no interior do estado de São Paulo. As péssimas condições de acesso constituem um ponto fraco do atrativo, pois ocasionam perigo e inconvenientes para os visitantes. Assim, o asfaltamento pode constituir uma solução para facilitar o acesso e reduzir os riscos para os visitantes. O asfaltamento também pode gerar um maior fluxo de visitantes ao atrativo e uma experiência de maior satisfação ao turista. Todavia, o asfaltamento também poderia gerar ameaças/riscos à conservação do atrativo e, conseqüentemente, ao desenvolvimento do turismo naquela localidade. Como o parque é extremamente sensível e não apresenta grande capacidade de atendimento aos visitantes (infraestrutura, equipamentos e serviços – mão de obra), o aumento na visitação pode causar a degradação do atrativo. Nesse caso, as péssimas condições passam a ser um ponto forte, pois impossibilitam a massificação do turismo na localidade e protegem o parque natural da degradação. A seguir, criamos uma tabela para exemplificação do diagnóstico:

Tabela 14.1: Exemplo de tabela para diagnóstico de pontos fortes e oportunidades, e de pontos fracos e ameaças para o objeto de estudo parque.

<p>Ponto fraco</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Péssimas condições de conservação da via de acesso ao parque 	<p>Riscos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perigo aos visitantes. • Inconvenientes que desfavoreçam uma experiência satisfatória aos visitantes. <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asfaltamento e melhorias nas condições de acesso. • Aumento do fluxo de visitantes.
<p>Ponto forte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Péssimas condições de conservação da via de acesso ao parque 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manutenção de um pequeno fluxo de visitantes. • Conservação das áreas naturais (pouco estruturadas para visitação). <p>Riscos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acidentes com visitantes. • Asfaltamento e diminuição do fluxo de visitantes.

A delimitação da categoria de hierarquias para os atrativos, por sua vez, parte do princípio de que alguns atrativos são mais relevantes que outros, tendo apelo nos âmbitos mais globais, como também locais. Para exemplificar essa reunião de tipos de atrativos e seu grau de relevância, indicamos as seguintes hierarquias:

- a) Hierarquia 4: são os atrativos de ordem excepcional, com apelo significativo para o mercado internacional. Nesse tipo de hierarquia, consideramos os atrativos que sozinhos motivam importantes fluxos de turistas. Por exemplo, as Cataratas do Iguaçu, localizadas na cidade de Foz do Iguaçu-PR, e os Lençóis Maranhenses, no Maranhão.



Ari Fonseca

Figura 14.3: Lençóis Maranhenses, Barreirinhas-MA.

b) Hierarquia 3: compreende as atrações com aspectos excepcionais para um país. Sozinho, pode motivar fluxos nacionais ou, em conjunto com outras atrações, também pode motivar fluxos até internacionais. Por exemplo, temos o Museu da Língua Portuguesa, o único do gênero no Brasil, capaz de motivar fluxos turísticos para a região do bairro da Luz, em São Paulo.



Ari Fonseca

Figura 14.4: Estação da Luz, onde está localizado o Museu da Língua Portuguesa, São Paulo-SP.

No entorno do Museu da Língua Portuguesa, estão localizados o Parque da Luz, a própria estação de trem e metrô da Luz (tombada pelo Iphan), a Pinacoteca do Estado, a Estação Pinacoteca (ambas são museus) e a Estação Júlio Prestes (atualmente sede da Orquestra Sinfônica de São Paulo). Assim, podemos considerar essa região da Luz como um complexo com grandes atrativos que, somados, podem motivar até fluxos de turistas internacionais.



Ari Fonseca

Figura 14.5: Pinacoteca do Estado de São Paulo.

- c) Hierarquia 2: corresponde a uma atração com aspectos relevantes, capazes de motivar fluxos regionais ou locais de turistas. Por exemplo, o Balneário Municipal de Águas de São Pedro-SP, espaço destinado ao turismo de saúde, possui espaço para banhos de imersão com água sulfurosa de fonte local. Muitas pessoas de São Paulo, Campinas e região buscam esse tipo de tratamento para problemas de pele, reumatismo e osteoporose.



Ari Fonseca

Figura 14.6: Balneário Municipal de Águas de São Pedro-SP.

Também, podemos citar como exemplo um evento regional ou local como a “Queima da Palhinha”, realizada no Dia de Reis, 6 de Janeiro, para desmontagem do presépio. Esse evento religioso, de tradição católica, é organizado em vários estados do país, particularmente na cidade de São Luís do Maranhão, e pode ser considerado sincrético por ser organizado também na Casa das Minas (tombada pelo Iphan), religião de origem africana e que atrai não apenas a comunidade e devotos da cidade, mas pessoas de outras cidades próximas.



Ari Fonseca

Figura 14.7: Presépio, evento “Queima da Palhinha”, São Luís do Maranhão-MA.

d) Hierarquia 1: atração sem méritos para ser incluída nas hierarquias anteriores, porém faz parte do patrimônio turístico e pode completar outras de maior interesse, por exemplo, o “Pau da Missa” em Paranapiacaba, Distrito de Santo André-SP. Esse atrativo nada mais é do que uma antiga árvore onde, tradicionalmente, afixava-se informações da igreja católica para informar a comunidade sobre missas, eventos e assuntos gerais.



Ari Fonseca

Figura 14.8: Foto da árvore conhecida como “Pau da Missa”, Paranapiacaba, Santo André-SP.

B. Avaliação da oferta técnica, infraestrutura, apoio ao turismo e equipamentos, e serviços turísticos

Concluída a avaliação dos atrativos, é momento de avaliarmos a oferta técnica, a infraestrutura de apoio ao turismo e os equipamentos, e os serviços turísticos, tais como: estabelecimentos para alojamento, restaurantes, espaços e atividades de entretenimentos, serviços gerais, trânsito etc. Essa avaliação pode ser também pautada na análise SWOT, pela identificação dos pontos fortes e fracos; das oportunidades e ameaças/riscos ao desenvolvimento do turismo (conforme apresentado anteriormente) e na pesquisa de demanda, a partir das opiniões dos turistas que indicaram, durante ou ao término de sua estada na destinação, a qualidade das experiências que tiveram (ver Aula 13 sobre a pesquisa de demanda turística).

C. Avaliação da demanda turística e do turismo receptivo

A pesquisa de demanda, como já foi afirmado anteriormente, permite traçar o perfil do turista, identificando as origens de fluxos, os hábitos de viagens, as motivações, os gastos, as satisfações com os produtos e serviços turísticos. Como no diagnóstico, é momento de análise e avaliação dessas opiniões, os planejadores vão utilizar todos os detalhes descritos no inventário turístico, cruzando dados importantes sobre o perfil do turista com a oferta local, o receptivo e as percepções de todos com relação à hospitalidade recebida.

Portanto, esses três itens apresentados servirão para compor o diagnóstico, que segundo Ruschmann (2005, p.160):

[...] descreve a situação atual da destinação com base nos fatos, nas estatísticas e no seu histórico, obtidos pelo inventário. Ele depende da amplitude do estudo, do tipo de turismo e do local onde ocorre. O fator mais importante do diagnóstico reside na apresentação de uma visão analítica do fenômeno turístico na localidade, das variáveis que a determinam e das relações mais importantes.

Na fase de diagnóstico, todos os dados e informações acerca do histórico e da situação atual de atrativos, empreendimentos, infraestrutura e equipamentos de uma localidade servirão para análise e avaliação da situação real e do tipo de turismo praticado. A autora afirma que, por meio do diagnóstico, os planejadores terão uma visão analítica do fenômeno, capaz de compreender as relações e variáveis que interferem ou que ativam o desenvolvimento. Assim, para análise e avaliação dessa situação real, é necessário estabelecer os pontos fortes, para se conhecer as oportunidades e, em contrapartida, os pontos fracos, que representam os riscos impeditivos do desenvolvimento.

Molina (2005) acredita que a fase do diagnóstico é o pilar fundamental para o processo de planejamento. Segundo o autor:

[...] é a descrição, análise e avaliação quantitativa e qualitativa de uma série de variáveis, relacionada com o fun-

cionamento histórico e atual do sistema turístico, de tal maneira que cheguem a ser conhecidos os aspectos estruturais e conjunturais que se opõem e os que facilitam o desenvolvimento turístico (MOLINA, 2005, p. 58).

De acordo com essa definição, a compreensão dos fenômenos atuais serve para situar as políticas de desenvolvimento que tendam a superar os obstáculos identificados e os que possam surgir. O diagnóstico permite o surgimento da ideia e da filosofia que sustentará o plano de desenvolvimento turístico. E assim, o diagnóstico será documento referencial para pautar o plano (MOLINA, 2005; RUSCHMANN, 2005; BRAGA, 2007). O diagnóstico pode seguir a seguinte estrutura:

- a) Diagnóstico geral do setor: tópico geral que pode contextualizar a atividade turística no plano nacional, estadual ou regional, contendo a entrada de divisas, número de turistas que entraram no país ou circularam pela região e destinação (informações oriundas da Organização Mundial do Turismo, Ministério do Turismo e Embratur), indicação do volume do turismo interno; os empregos gerados pelo setor; processo de desenvolvimento turístico no país; esforços de planejamentos existentes; estímulos para o desenvolvimento; papel do setor público e do órgão oficial de turismo. Você pode perceber que essa contextualização de ordem mais global é relevante para o diagnóstico de uma destinação, pois a partir desses dados gerais, conseguimos relacionar os locais, permitindo associações, análises mais profundas e projeção de tendências.
- b) Análise da oferta: item específico para abordar toda a oferta turística, composta por empreendimentos, equipamentos, infraestrutura, instalações, serviços e atrativos. Por meio da análise de pontos forte e fracos, oportunidades e riscos da oferta e hierarquização dos atrativos, a localização é traçada, o grau de exploração do meio ambiente é analisado, bem como a concentração de atrativos e a evolução dos preços; total de unidades habitacionais

dos meios de hospedagem por categoria de estabelecimento, transportes e serviços turísticos são avaliados.

- c) **Análise da demanda:** são estudados todos os aspectos referentes ao turismo receptivo, interno e emissor; o volume de deslocamentos; as origens dos fluxos ou correntes turísticas, a sazonalidade, descrevendo e analisando os períodos de alta e baixa temporadas; principais destinos concorrentes; as motivações que despertam os interesses da demanda; os transportes que foram utilizados para o deslocamento e ainda a demanda potencial.
- d) **Análise da superestrutura:** baseada nos aspectos relacionados com a organização institucional, toda a estrutura legal vigente, a(s) estrutura(s) financeira(s) de fomento ao desenvolvimento turístico, atribuições e funções do(s) órgão(s) oficial(is) de turismo; tipo de formação e preparo dos recursos humanos para atuação no turismo local, sendo este item de grande relevância para pensar nos futuros envolvidos no processo de planejamento e execução do plano. Análise de planos de desenvolvimento turístico, já elaborados no âmbito nacional, regional, estadual ou municipal; mecanismos e campanhas de promoção e comercialização do destino etc.
- e) **Análise da comunidade:** com os resultados da pesquisa de opinião pública, evidencia-se um estudo aprofundado da comunidade que será anfitriã da atividade turística e também responsável pelo desenvolvimento e manutenção da atividade turística. Os dados obtidos pela aplicação do formulário (ver modelo na Aula 13) são quantitativos e também qualitativos. A partir deles, os planejadores podem analisar hábitos de vida, por meio das características do perfil socioeconômico, escolarização, ocupação, profissionalização; relação com o meio ambiente e os patrimônios culturais e turísticos.
- f) **Análise da concorrência:** a avaliação é baseada na oferta e na pesquisa de demanda. Braga (2007) afirma que ela

depende da qualidade e da quantidade dos dados obtidos no inventário e do conhecimento do mercado que a equipe responsável pelo planejamento turístico tem de ter. Essa análise pode ser de ordem externa, quando parte de comparações com destinações consideradas concorrentes, por ter semelhanças no perfil, com atrativos similares, identificando preços praticados e relacionando-os com a qualidade. Pode ser também interna quando estamos identificando pelo inventário da oferta empreendimentos que ofertam mesmos serviços ou produtos. Identifica novas oportunidades de negócios e motiva novos investimentos.

Quando atende a todos esses tópicos, o diagnóstico permite a identificação das variáveis mais importantes, com maior efeito na evolução das atividades turísticas. A partir do conhecimento dessas variáveis, apresentam-se opções que permitem superar obstáculos que impedem o desenvolvimento durante e após o processo de planejamento. Muitas dessas variáveis acabam dificultando, ou mesmo impedindo, a aplicabilidade de um plano, devido à falta de uma política de desenvolvimento. Em outras palavras, Molina (2005, p. 60) afirma que “É importante reiterar, então, que o diagnóstico é relevante e desempenha um papel fundamental na definição da política de desenvolvimento turístico”. As conclusões tiradas do processo inicial de análise e avaliação podem corroborar para a elaboração de uma política de desenvolvimento turístico local.

Ainda com relação às variáveis impeditivas de desenvolvimento, Bissoli (2001) defende que a elaboração de um diagnóstico consiste em precisar a natureza e magnitude dos problemas que afetam uma localidade-objeto de planejamento. Essa elaboração é composta pela descrição do estado da atividade, descrição dos resultados e dos instrumentos. Permite ainda prognosticar o desenvolvimento da atividade; avaliar a situação atual e prognosticada e, por fim, explicar por que a situação atual e prognosticada difere da normativa.

Resposta Comentada

Para responder a essa questão, escolhi exemplificar com dois atrativos localizados no Bairro da Serra, entorno do Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira – PETAR, no interior de São Paulo – Caverna Santana e Cachoeira do Sem Fim.

A Caverna Santana constitui-se em uma das cavernas do PETAR e do Brasil com as mais ricas formações espeleológicas (a espeleologia é o estudo das cavernas), galerias e labirintos. Conta com escadas de madeira e pontes construídas que facilitam a locomoção de visitantes em áreas de difícil acesso.

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza em beleza e valor espeleológico. • Oferece riscos mínimos para seus visitantes e é de fácil acesso para os visitantes. • Produto turístico consolidado, apresentando grande procura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descaracterização em função das estruturas que facilitam o acesso de visitantes. • Difícil acesso a portadores de necessidades especiais. • Bastante degradada em função do carbureto, utilizado durante muitos anos para iluminação (atualmente proibido).
Oportunidades	Riscos
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver visitação, fundamentada na educação ambiental para todas as idades. • Reestruturação das adaptações para facilitação do acesso de visitantes e instalação de estruturas que possibilitem fácil acesso a portadores de necessidades especiais. • Promoção social a partir da formação de guias de turismo mais qualificados para atendimento de público com necessidade especial e a projetos voltados à educação ambiental. • Restauração de áreas da caverna a partir da técnica de lavagem de espeleotemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de visitantes e degradação com o excesso de visitação. • Possível dificuldade de acesso em algumas das áreas da caverna em função da reestruturação da estrutura de acesso. • Maior descaracterização em função da instalação de estruturas para portadores de necessidades especiais. • Impactar negativamente o ecossistema da caverna em função da lavagem de espeleotemas.

A Cachoeira do Sem Fim é composta por três quedas d'água. A maior das quedas tem 7 metros de altura e é ótima para a prática de rapel (técnica de descida por cordas, muito utilizada na prática do montanhismo). No final das três quedas, há a formação de piscinas, aptas para banho.

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none">• Beleza cênica.• Fácil acesso, a partir da estrada principal que corta o bairro.	<ul style="list-style-type: none">• Localiza-se fora dos limites do PETAR em propriedade particular.• Não possui placas que sinalizem sua localização ao turista.• É desprovida de qualquer estrutura, como banheiro, corrimão em suas trilhas etc.
Oportunidades	Riscos
<ul style="list-style-type: none">• Possibilidade de rendimentos aos proprietários por meio da visitação.• Compor um roteiro em parceria com o parque.	<ul style="list-style-type: none">• Degradação em função de uma visitação em massa.

Quanto à hierarquização, a Caverna de Santana é de hierarquia 3, pois em conjunto com as demais cavernas do PETAR atrai fluxos de visitantes nacionais e internacionais. A Cachoeira do Sem Fim é de hierarquia 2, pois somente atrai fluxos regionais e em conjunto com os demais atrativos do PETAR pode atrair o fluxo de visitantes atraído pelo parque.

Prognóstico turístico



O prognóstico é a etapa realizada após a conclusão do diagnóstico turístico.

As análises gerais do setor que foram incluídas na primeira parte do diagnóstico já servem como um referencial para se

traçar projeções e tendências para o planejamento local, ou seja, os estudos sobre o turismo mundial, nacional e regional servirão para que os planejadores tenham contato com as diferentes transformações que o turismo vem sofrendo ao longo dos anos, seja por questões políticas ou econômicas, o que facilitará para visualizar o futuro.

É sabido que a atividade turística tem atingido índices de crescimento satisfatórios, mesmo com tantas oscilações econômicas e políticas mundiais, o que possibilita o surgimento de novos tipos de turismo, ao passo que antigos venham sendo menos praticados. O que podemos notar é que a segmentação do mercado está cada vez mais desafiadora e que um destino, para se consagrar no mercado, precisa se pautar em características e particularidades que o tornem diferencial, não apenas por suas belezas naturais ou culturais, mas, principalmente, pela qualidade nas experiências oferecidas na destinação com relação aos preços praticados.

Assim, pela *prognose turística*, os planejadores buscam elementos reais resultantes das avaliações e análises do diagnóstico para, desta forma, projetar uma situação desejada para o local. O prognóstico pode ser definido, então, como uma “[...] **conjetura** sobre o desenvolvimento dum negócio” (FERREIRA, 2006, p. 657).

O prognóstico consiste em uma projeção de variáveis indicadas no diagnóstico, tal como estas se desenvolvem ao longo do tempo, ou seja, a evolução que teriam, com ou sem uma intervenção premeditada, com o objetivo de modificar os problemas estruturais e os de caráter conjuntural. Em função das condições descritas, o prognóstico faz uma estimativa dos sucessos de curto, médio e longo prazos, sendo este sujeito a erros consideráveis.

Assim, quanto menor o tempo estimado mais confiável será o prognóstico (MOLINA, 2005). Logo, se o tempo estimado for curto, terá mais chances de prever as variáveis que podem acontecer, tais como mudanças de gestão política, orçamento e outras.

A qualidade de um prognóstico depende, em grande parte, da confiabilidade dos dados e do volume das informações

Conjetura

É um juízo ou opinião sem fundamento preciso, é uma suposição ou uma hipótese.

coletadas. Por isso, a escolha dos profissionais ou da agência responsável pela aplicação das pesquisas de inventariação turística e de definição de diagnósticos refletirá em todo o processo de planejamento. Vale destacar que, mesmo dispondo de níveis ótimos quanto à qualidade e quantidade de materiais coletados, um prognóstico não é algo exato por ser uma suposição, uma previsão de um futuro desejado.

A descrição de tendências é um trabalho intelectual que pressupõe profundo conhecimento das teorias e dos conceitos de turismo, além da compreensão da realidade socioeconômica e política que pode influenciar a área de estudo. A análise do que poderá acontecer no futuro, com relação à atividade turística, exige a comparação da realidade investigada com o que há de expectativas de crescimento e evolução para o setor. Para essa tarefa, são úteis as informações estatísticas que fazem parte de anuários ou censos de órgãos oficiais (BRAGA, 2007, p. 131).

Assim, a formulação de prognósticos é uma tarefa que exige o aperfeiçoamento de métodos, técnicas e experiência por parte de quem os elabora. Este último fator trará segurança para a pesquisa, pois a partir das experiências anteriores, os planejadores serão capazes de propor prognósticos otimistas, pessimistas e os mais prováveis de serem concretizados. E eles devem ser avaliados anualmente.

Na atividade turística, os prognósticos mais comprometedores e passíveis de crítica são os que têm relação com a afluência de turistas residentes no exterior. Com efeito, normalmente as projeções do número de visitantes são elaboradas segundo métodos estatísticos, em função de informação quantitativa, e assim se esquece que a informação de ordem qualitativa acaba sendo preponderante no turismo (MOLINA, 2005, pp. 61-62).

Essas projeções de número de visitantes sempre foram e ainda são um trabalho de que se encarrega a Organização Mundial de Turismo (OMT) e, respectivamente, os órgãos nacionais

replicam e sistematizam novas pesquisas. No caso do Brasil, o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e o Ministério do Turismo (MTur). Porém a confiabilidade desses dados é muito relativa, pois casos como o clássico exemplo do episódio de 11 de setembro, em Nova Iorque, nos Estados Unidos da América, não poderiam jamais ser previstos pelas projeções estatísticas. Segundo o relatório do Fundo Monetário Internacional (FMI), *World Economic Outlook: The Global Economy after September 11*, os resultados dos desastres causados pelo terrorismo produziu uma relativa falta de confiança no futuro, o que afetou drasticamente o consumo. Nesse mesmo relatório, é possível identificar outras consequências, como a queda do turismo naquele momento, além de que o efeito negativo atingiu diretamente a produção de cultura profissional, como: teatros, concertos, museus, galerias etc. (YUDICE, 2002).



Ari Fonseca

Figura 14.9: Foto da região onde ficavam as torres gêmeas do World Trade Center, Nova Iorque, EUA.

A redução do turismo na cidade e no mundo não foi apenas pela questão dos turistas amedrontados com a insegurança perante o terrorismo, mas também pelo aumento da segurança nas fronteiras e alfândegas estadunidenses e de outros países, restringindo a entrada de muitos estrangeiros.

É conveniente classificar as informações e as variáveis que concorrem para integrar um prognóstico da atividade turística. A classificação poderia ser da seguinte forma (MOLINA, 2005):

- a) informação quantitativa: número de turistas e montante das divisas que entram no país etc. Essa classificação pode, por sua vez, ser subclassificada pela informação quantitativa externa, indicando o número total de turistas que viajam para fora de um país e a informação quantitativa interna pelo número de chegadas, pernoites e outros. Estas informações quantitativas favorecem as projeções;
- b) informação qualitativa: são as motivações, os mercados de origem dos turistas. Também pode ser subclassificada em informação qualitativa externa, representada pela evolução das expectativas do mercado do país emissor de turistas, e, por fim, a informação qualitativa interna com as motivações para manifestação do turismo interno, sazonalidade e outros. Estas informações qualitativas favorecem a definição de tendências.

Terminada a classificação, agora é momento da construção de cenários, a partir das projeções e tendências. Esse cenário, segundo Braga (2007), pode se constituir nos resultados de uma atividade conhecida como *tempestade de ideias (brainstorm)*. Nessa atividade, os planejadores envolvidos, especialistas de várias áreas da ciência reúnem-se para expor diferentes pontos de vista e possibilidades diante de variáveis e tendências detectadas, sempre buscando fundamentar as ideias com conhecimentos teóricos e relatos de experiências dos profissionais, ou de terceiros.

A partir de hipóteses levantadas com base em determinado atrativo, empreendimento, situação da localidade etc., as pessoas envolvidas no processo vão estabelecendo cenários futuros, que pode ser: sem intervenção; com todas as intervenções ideais e um terceiro com as intervenções mais necessárias. Podem ainda ser traçados somente dois cenários: o primeiro e o último. A partir

Resposta Comentada

Os recursos naturais do Bairro da Serra podem atrair fluxos turísticos para toda a cidade e mesmo para a região do Vale do Ribeira. O diagnóstico do cenário nacional e mundial demonstra que:

- *A prática de ecoturismo e atividades relacionadas à natureza com o intuito de educação ambiental e de esportes radicais estão em ascensão;*
- *Os turistas cada vez mais priorizam destinos que prezam pela preservação ambiental e responsabilidade/inclusão social (como discutimos na Aula 2 desta disciplina);*
- *Os portadores de necessidades especiais são um segmento que exige que os destinos turísticos preparem-se para recebê-los, cada vez mais, em quantidade;*
- *A promoção social (divulgada recentemente pelo Censo IBGE/2010) proporcionada pelas melhorias na economia do país possibilita que uma camada mais popular tenha acesso ao turismo e seus benefícios.*

Logo, podemos pensar em dois cenários para o turismo no Bairro da Serra:

Cenário sem intervenções

Um turismo massificado que explora atrativos degradados em função da ausência de estruturas adequadas para recebimento de grande fluxo de visitantes e que é corroborado pela ausência de programas de qualificação de mão de obra para o turismo em áreas naturais. Os estabelecimentos para hospedagem são ampliados, estimulados pelo aumento da demanda, todavia, suas instalações continuarão fora dos padrões de preservação ambiental, exigidos pela sociedade contemporânea, o que pode levar os visitantes a escolher destinos similares que estejam mais adequados aos indicadores de sustentabilidade (ecológica, social, cultural e econômica). O Bairro da Serra passa a ser um destino escolhido somente por visitantes que não estão sensíveis à degradação ambiental.

Cenário com intervenções necessárias

O turismo no Bairro da Serra é uma referência em responsabilidade social, pois além de gerar renda e emprego à comunidade local, consequentemente, promoção socioeconômica, está inteiramente adaptado a receber visitantes portadores de necessidades especiais, mesmo em suas atividades de turismo de aventura. Também no turismo de aventura está certificado em todas as normas de segurança, sendo símbolo do programa “Aventura Segura” no Brasil. É destino de centenas de escolas, anualmente, como um ótimo destino para a educação ambiental e referência em destino de turismo pedagógico/estudo do meio no estado. Esse destaque dá-se pela sua

organização em turismo e pelos recursos naturais preservados do ecossistema Mata Atlântica que lá o estudante pode encontrar. Também é necessário destacar que o bairro é trabalhado em parceria com a sede de seu município e municípios vizinhos, por meio de roteiros integrados que conjugam patrimônio cultural, étnico (quilombolas da região) e natural (mosaico de Unidades de Conservação da região). É um exemplo em turismo com base local.

Conclusão

O inventário da oferta, da demanda, da opinião pública e da concorrência constitui-se na fase de levantamentos de dados para o processo de planejamento. O diagnóstico e o prognóstico são as etapas que constituem a fase de análise e, portanto, a fase que dá o embasamento propriamente dito para a terceira fase do planejamento, a fase da ação. Nesse sentido, o diagnóstico e o prognóstico são o “alicerce” do Plano de Desenvolvimento Turístico da área a ser desenvolvida turisticamente e, assim, devem ser elaborados com todo o cuidado pelo planejador.

Tanto na etapa de diagnóstico (análise da situação atual) quanto na etapa de prognóstico (projeção de cenários), é necessário a formação de uma equipe multidisciplinar de especialistas, prezando pelas especificidades do destino que está sendo planejado para o turismo. Também é importante destacar que tanto na fase de diagnóstico quanto na de prognóstico, especialmente nessa última é que se definirá o cenário desejado para o desenvolvimento do turismo na localidade, é fundamental a participação da comunidade local, pois somente assim será garantido que os cenários traçados são passíveis de serem alcançados.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 2

A qualidade de um planejamento turístico, obrigatoriamente, depende de um conhecimento completo sobre o destino turístico, também conhecido como núcleo receptor. Esse conhecimento é

co turístico. A alternativa correta é a letra e, pois o estudo parte de um diagnóstico geral do setor, realizando um panorama do turismo mundial, nacional e regional para se identificar mudanças, e tendências no cenário contemporâneo; análise da oferta pela avaliação dos atrativos, equipamentos, infraestrutura; análise da demanda por meio da avaliação das opiniões e sugestões dos turistas; análise da superestrutura, compreendida esta como as leis vigentes e gestão que administra o turismo local, regional e nacional, os fatores orçamentários e outros; análise da comunidade com a avaliação da opinião pública, reunindo a situação socioeconômica, renda e empregos dos moradores; e, por fim, análise da concorrência, identificação dos destinos próximos e empresas fortes no mercado.

Resumo

Nesta aula, foram apresentadas as etapas de diagnóstico e prognóstico do planejamento turístico. O diagnóstico é a etapa seguinte à do inventário turístico. É o momento em que os especialistas das mais variadas áreas (turismo, psicologia, arquitetura, biologia, geografia, economia, entre outras) analisam todos os dados levantados no inventário, apontando no ambiente interno os pontos fortes e fracos da situação atual para o desenvolvimento de um turismo sustentável e, no ambiente externo, as oportunidades e os riscos apresentados para o desenvolvimento do turismo em determinada localidade. Para que o processo de planejamento saia da situação atual para a planejada/desejada é imprescindível que haja um perfeito conhecimento da situação atual/realidade. O documento referencial que conterà o diagnóstico para pautar o plano pode seguir a seguinte estrutura (MOLINA, 2005; RUSCHMANN, 2005; BRAGA, 2007): diagnóstico geral do setor, tópico geral para contextualizar a atividade turística no plano nacional, estadual ou regional, permitindo associações e análises mais profundas para definição de projeção e tendências; análise da oferta, item específico para abordar toda a oferta turística; análise da demanda que tem a finalidade de estudar todos os aspectos referentes ao turismo receptivo, interno e emissivo; análise da superestrutura, baseada nos aspectos relacionados com a organização institucional, toda a estrutura legal vigente, a(s) estrutura(s) financeira(s) de fomento ao desenvolvimento turístico, atribuições e funções do(s) órgão(s) oficial(is) de turismo etc.; análise da comunidade por meio dos

resultados da pesquisa de opinião pública que evidencia um estudo aprofundado da comunidade que será anfitriã da atividade turística e, também, responsável pelo desenvolvimento e pela manutenção da atividade turística e, por fim, análise da concorrência, baseada na oferta e na pesquisa de demanda. O prognóstico é a etapa, após conclusão do diagnóstico turístico. As análises gerais do setor que foram incluídas na primeira parte do diagnóstico já servem como um referencial para se traçar projeções e tendências para o planejamento local. Ou seja, os estudos referentes ao turismo mundial, nacional e regional servirão para que os planejadores tenham contato com as mais diversas transformações que o turismo vem sofrendo ao longo dos anos, por questões políticas ou também econômicas. É sabido que a atividade turística tem atingido índices de crescimento satisfatórios, mesmo com tantas oscilações econômicas e políticas mundiais. É conveniente classificar as informações e as variáveis que concorrem para integrar um prognóstico da atividade turística. A classificação poderia ser da seguinte forma (MOLINA, 2005): informação quantitativa: número de turistas; montante das divisas que entram no país etc. Essa classificação pode, por sua vez, ser subclassificada pela informação quantitativa externa, indicando o número total de turistas que viaja para fora de um país, e pela informação quantitativa interna, indicando o número de chegadas, pernoites e outros. E, por fim, a informação qualitativa: são as motivações, os mercados de origem dos turistas. Também pode ser subclassificada em informação qualitativa externa, representada pela evolução das expectativas do mercado do país emissor de turistas e, por fim, em informação qualitativa interna, com as motivações para manifestação do turismo interno, sazonalidade e outros.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, vamos iniciar o estudo do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável, tendo como enfoque o detalhamento de objetivos, metas e ainda a definição das estratégias e diretrizes.

15

Plano de desenvolvimento turístico

Ari da Silva Fonseca Filho

Meta da aula

Apresentar a estruturação do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável.

Objetivos

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

- 1 descrever os objetivos e as metas a serem atingidos por meio de um Plano de Desenvolvimento Turístico – PDT;
- 2 identificar estratégias e diretrizes do PDT que nortearão todo o desenvolvimento e aplicabilidade do material.

Introdução

Ao longo desta disciplina, discutimos como o entendimento do turismo é complexo, o que nos levou a sistematizá-lo pela teoria, conhecida como Sistur, apresentada nas primeiras sete aulas que foram centradas em cada um dos elementos que estruturam a atividade.

A partir da Aula 8, você iniciou o estudo do planejamento turístico propriamente dito, passando pelos conceitos de planejamento e planejamento turístico; tipos de planejamento turístico; etapas do processo de planejamento turístico (inventário, diagnóstico e prognóstico).

Neste momento, vale lembrar que o planejamento refere-se a métodos e meios de tomadas de decisão sobre o futuro, tendo em vista a resolução de problemas. É um processo contínuo e dinâmico, e para que seja concretizado efetivamente, deve se fundamentar em uma missão, em metas e em objetivos a serem atingidos que se materializarão no Plano de Desenvolvimento Turístico – PDT, que é o documento que representa o resultado do processo de planejamento.

Na primeira parte desta aula, vamos abordar a elaboração do PDT, sua definição, funções, as metas e os objetivos a serem atingidos. Na segunda parte, vamos compor as estratégias e as diretrizes que constituem este plano, consideradas as fases que nortearão todo o desenvolvimento e aplicabilidade do documento que materializa o planejamento turístico.



Plano de desenvolvimento turístico sustentável

As etapas consideradas iniciais no processo de planejamento, tais como: inventariação, diagnóstico e prognóstico turístico, fundamentam todo o plano que será estruturado para se efetivar o planejamento na prática.

As conclusões do diagnóstico da situação real, cruzadas com as projeções de cenários futuros definidos no prognóstico, mais próximos da realidade, embasam a definição da missão, dos objetivos e das metas para o desenvolvimento do turismo na localidade/área estudada.

A missão representa o propósito que o organismo contratante do serviço de planejamento define para o planejamento que será executado. Na prática, é o que se pretende alcançar para justificar sua existência. Por meio da missão, conseguimos orientar e delimitar as ações da organização ou empresa que contratou o serviço da equipe planejadora, definindo o que se propõe. No caso do plano de desenvolvimento turístico sustentável, a missão obrigatoriamente deve estar pautada nos princípios do turismo sustentável (como os estudados nas Aulas 2, 8 e 9). Em outras palavras, para um plano sustentável, os planejadores devem elaborar um plano que seja ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e podemos acrescentar o politicamente ético, já que muitos dos planejamentos são realizados no âmbito da administração pública municipal.

A concepção da missão deve ser ampla, sua formulação pode partir de questionamentos, por exemplo, *qual é o negócio de uma estância hidromineral? É a saúde e o lazer?* A missão a partir desse exemplo de planejamento com base em uma cidade com vocação turística para o turismo de saúde, por apresentar fontes de águas medicinais, será pautada na premissa de que a sua missão é proporcionar em primeiro lugar o bem-estar físico, individual e coletivo para os turistas que buscam o tratamento e seus acompanhantes, por meio de atrativos hidrominerais, equipamentos e serviços de

apoio ao turismo, como hospedagem, alimentação, atividades culturais e sociais, adaptadas para o perfil desse público.



Ari Fonseca

Figura 15.1: Balneário de Széchenyi, onde há prática do termalismo e consequentemente do turismo de saúde, em Budapeste, Hungria.

A elaboração da missão deve sempre considerar o público a quem se destina. No caso, os clientes são os turistas. Ela descreve como os visitantes serão servidos ou atendidos e pode vincular a visão do que a organização ou empresa tem ou almeja ter. Muitas querem ser sustentáveis, éticas, ecológicas, sociais e tantos outros rótulos que a atualidade carrega, porém em suas ações notamos um grande distanciamento desse desejo.

O PDT é o documento que materializa o planejamento. Ele se pauta em etapas preliminares de inventariação, diagnóstico e prognóstico para ser estruturado, tendo os seguintes elementos: objetivos, metas, estratégias, diretrizes, programas, pressupostos, projetos e avaliação.

Ao realizar um estudo, com base na estruturação do planejamento turístico, é possível identificar algumas divergências nas fases apresentadas por alguns dos principais autores na área,

para exemplificar os modelos de planejamento. Vamos apenas citar três que estão servindo como referências para esta aula. O primeiro é Molina (2005) que destaca um maior número de fases que integram o processo de planejamento, em linhas gerais são:

- a) Diagnóstico: análise e avaliação da situação histórica e atual do objeto que vai ser planejado.
- b) Prognóstico: construção de possíveis cenários futuros; é a projeção da situação atual para o futuro. Baseia-se em projeções de tendências, visualiza potencialidades ou possibilidades de desenvolvimento e crescimento.
- c) Planos: são documentos que reúnem as orientações fundamentais que surgem do processo de planejamento. É no plano que se integra a filosofia do crescimento e do desenvolvimento de um país / região / setor.
- d) Objetivos: são os fins, os propósitos ou a situação a que se deseja chegar. Apoiam-se nas conclusões do diagnóstico. Expressão qualitativa de certos propósitos.
- e) Metas: valoração quantitativa dos objetivos, são formuladas em função dos objetivos.
- f) Estratégias: conjunto de delineamentos que assinalam a forma em que se conseguem os objetivos. São capazes de moldar o futuro, as expectativas dos clientes e do setor de atividade. É a maneira como se deve conduzir uma atividade; maneira de se alcançar objetivos fixados; de se aproximar da situação desejada; alternativas para ação.
- g) Programas: documentos nos quais se detalha ou especifica a informação contida nos planos.
- h) Pressupostos: parcelas financeiras que garantem a execução dos programas.
- i) Projetos: unidades menores de planejamento. O processo materializa-se ou concretiza-se nos projetos.
- j) Avaliação: constante medição das vantagens e desvantagens das atividades implícitas no processo e dos resultados que o mesmo promove sobre o objeto que se planeja (no caso o turismo). Crítica que verifica se os objetivos foram atingidos.

Veja que o autor não destaca a fase de Inventário Turístico nem menciona a elaboração das diretrizes, mas detalha a necessidade de estudar os pressupostos financeiros que vão permitir a elaboração dos projetos, que vão materializar o processo de planejamento com ações pontuais, após a elaboração dos programas. Por fim, enfatiza a necessidade de elaborar a fase de avaliação do planejamento, sendo esta uma crítica que identificará se os objetivos e metas traçados foram atingidos. A etapa final da avaliação ainda serve como parâmetro para replanejar a localidade, lembrando que o planejamento é passível de erros e flexível para buscar os acertos.

Bissoli (2001) considera que o plano compreende as etapas:

- a) diagnóstico;
- b) prognóstico;
- c) objetivos;
- d) metas;
- e) estratégias;
- f) diretrizes;
- g) avaliação.

De modo mais simplificado, notamos que a etapa das diretrizes é prevista e de grande importância por servir de guia de ações para o desenvolvimento turístico. Porém, o desenvolvimento de programas e das intenções de projetos fica apenas com caráter de sugestão nas próprias diretrizes, sem haver uma orientação pontual com base em todo estudo feito pela equipe que possa especificar mais as ações dos contratantes do serviço. Consideramos que os riscos de o trabalho não sair do papel é muito maior, pois se formos pensar na realidade das prefeituras municipais, a participação de um agente com formação específica em turismo é mínima. Também não basta ter a formação sem ter a experiência profissional na área. Os planejadores que possuem mais experiência são os mais indicados para estruturar as propostas.

Braga (2007) destaca as etapas antecessoras do Plano, como sendo as fases de inventariação, diagnóstico e prognóstico, nessa mesma ordem. O plano propriamente dito é chama-

do de diretrizes de ação e estas são criadas a partir dos estudos preliminares, com destaque para as conclusões do diagnóstico e prognóstico, em que são definidos os objetivos e metas. Posteriormente, seguimos para a delimitação de programas e projetos. A avaliação entra como a última fase, concluindo o processo.

O Plano Nacional de Turismo (pode ser consultado no sítio: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf. Acesso: 03/05/2011), apresentado na Aula 8 desta disciplina, é o documento que materializa o processo de planejamento turístico no âmbito nacional. Nele estão contidas todas as diretrizes de ação que vão servir de parâmetros para o planejamento de diversas regiões brasileiras. Uma primeira versão do documento foi publicada na gestão de 2003/2007, do governo do presidente Lula. Depois houve a segunda versão, intitulada *PNT 2007/2010 – uma Viagem de Inclusão*. O interessante desse material é que pela primeira vez na história do turismo nacional, ele é concebido como um instrumento de planejamento e gestão que visualiza a atividade turística como fator indutor do desenvolvimento, da geração de emprego e renda no país. Tem o objetivo de transformar o Turismo em um importante elemento de melhoria do país, fazendo dessa atividade econômica um elemento indutor da inclusão social (BRASIL, 2007).

A inclusão pelo turismo, como atividade econômica, é pensada em duas vias:

- a) da produção: pela criação de novos postos de trabalho, ocupação e renda;
- b) do consumo: pela absorção de novos turistas no mercado interno.

Assim, o *PNT 2007/2010* preocupa-se com a expansão do turismo interno e com sua função social, tendo o compromisso de consolidar o Brasil como um dos principais destinos turísticos mundiais (BRASIL, 2007).

Com relação à sua funcionalidade, também prevê a divulgação da Política Nacional de Turismo e ainda dialoga com o *Progra-*

ma de Aceleração do Crescimento – PAC 2007/2010, destacando suas contribuições ao programa. Na Aula 16, destacaremos alguns programas resultantes do PNT para exemplificar os desdobramentos a partir do documento que serve de parâmetro nacional.

Plano de Desenvolvimento Turístico: objetivos e metas

O PDT deve ter clareza nos objetivos que nos aproximarão da situação desejada. Esses objetivos podem ser diversos, como melhorias na infraestrutura turística de uma cidade, o alcance de um propósito para o desenvolvimento sustentável de uma região, a construção de um equipamento turístico ecologicamente correto, ou ainda, a expansão ou contenção da demanda de uma localidade.

Os objetivos, segundo Bissoli (2001), são expressões qualitativas dos propósitos que se quer alcançar com o plano. As metas são feitas com os mesmos propósitos, mas expressas de forma quantitativa com prazos determinados. Os prazos determinam a prioridade de cada ação indicada nos objetivos e, assim, entendemos a relação direta que esses dois elementos possuem. A dica é sempre elaborar os dois em conjunto, de forma que um complemente o outro. Com isso, após a elaboração do diagnóstico e prognóstico, passamos para a etapa da identificação e fixação dos fins, das finalidades do planejamento, que podem ser de dois tipos:

- a) Qualitativo: por meio dos objetivos que não são quantificados, devido à sua amplitude e magnitude.
- b) Quantitativo: pelas metas que são expressas em números com prazos predeterminados.

Os objetivos são então elaborados após as análises, avaliações e projeções das etapas anteriores – inventário, diagnóstico e prognóstico. Com as conclusões tiradas, os planejadores possuem as condições mínimas reunidas para definição dos objetivos, que são orientadores do processo de planejamento e futuro desenvolvimento.

A congruência, coerência, complementaridade e compatibilidade dos objetivos, independentemente de sua amplitude espacial e objeto, serão os imperativos básicos para os quais se dirigem todos os esforços que buscam um processo de desenvolvimento sustentado (MOLINA, 2005, p. 64).

Em outras palavras, os objetivos, que são contraditórios ou pouco delimitados, trazem confusões e dificuldades aos participantes do processo de planejamento. Portanto, se os objetivos forem mal colocados, nunca serão atingidos e, por isso, não devem ser utópicos, mas executáveis. A função dos objetivos é orientar o desenvolvimento, por meio dos objetivos se: “[...] delinea uma situação futura que se pretende alcançar, considerando os recursos disponíveis e as restrições, e limitações existentes” (MOLINA, 2005, p. 64).

Bissoli (2001) pontua que os objetivos de um Plano devem atender às seguintes condições:

- a) selecionados em função do problema;
- b) coerentes e relacionados entre si; devem ser unificados e compatíveis, pois um objetivo não pode afirmar o contrário do que propõe o outro;
- c) organizados de um geral para os específicos;
- d) operacionalizáveis, para poderem orientar a ação;
- e) determinar a quem o produto/serviço destina(m)-se.

Para que possamos ilustrar a elaboração de objetivos, destacamos alguns exemplos que facilitarão o entendimento. O objetivo de uma cidade de trinta e cinco mil habitantes é expandir o fluxo de turistas na alta temporada, considerada o período de inverno, especificamente o mês de julho, por ser uma localidade com características de montanha. Para tanto, traçamos os seguintes objetivos específicos:

- a) melhorar a qualidade da oferta turística, existente na localidade;
- b) estruturar o modelo de distribuição dos fluxos nas áreas que dispõem de atrativos, visando uma prática sustentável do turismo;

- c) definir o limite da capacidade de visitantes que o destino comporta;
- d) divulgar o turismo de forma equilibrada, evitando o surgimento do turismo de massa.



Figura 15.2: Vista do alto da serra de São Pedro(SP), exemplo de área natural que deve ser conservada, evitando o surgimento de atividade turística massiva.

Perceba que a composição dos objetivos sempre parte de um geral para os específicos, tendo sempre em mente a ideia da coerência e complementaridade. Definido o objetivo principal, que é expandir o fluxo de turistas, é preciso determinar outros objetivos que sejam coerentes e que sejam pautados na sustentabilidade, ou seja, direcionar esforços para que haja estudos que indiquem as limitações dos atrativos para evitar um turismo massivo, antes da promoção e divulgação da localidade.

Após elaborar os objetivos do plano, são estabelecidas as metas. É uma tarefa que também pode ser empreendida em diferentes âmbitos, ou seja, segundo Molina (2005), as metas têm os seguintes raios de ação:

- a) metas globais: são as que pretendem atingir ou atingem conjuntamente todos os setores de um país;
- b) metas setoriais: são válidas para um determinado setor;
- c) metas institucionais: são propostas para uma instituição específica.

Como você pode notar, há uma estreita relação entre os objetivos e as metas. Como afirmamos no tópico referente aos objetivos, uma vez elaborados, são formuladas as metas, porém é válido destacar que nem todos os objetivos permitem a elaboração de metas, apenas os passíveis de serem mensurados, de ordem quantitativa.

A exemplo dessa elaboração de meta, a partir de um objetivo, podemos pensar em uma meta nacional que parte do objetivo geral de fomentar o turismo interno. A partir deste objetivo, podemos estabelecer como meta nacional a ampliação em 5% no número de turistas nacionais que escolhem destinos brasileiros para viajar nas férias, por meio de propagandas, veiculadas por maiores núcleos emissores.

Segundo Bissoli (2001) compreende-se por Meta a definição de propósitos de forma quantitativa. As metas e os objetivos estipulados devem ser alcançados mediante uma série de programas setoriais e de projetos isolados que, por sua vez, devem ser selecionados, estudados e avaliados, segundo sua contribuição para as metas e objetivos do desenvolvimento.

As metas podem ser de curto, médio e longo prazos. Braga (2007) defende que as metas de curto prazo são as estabelecidas em até 2 anos, as de médio, entre 2 e 5 anos, e as de longo, após 5 anos. Para contagem desses prazos, podemos considerar também o período de uma gestão pública e assim classificar de acordo com o tempo de gestão, ou seja, cada mandato de um prefeito, governador e presidente é de 4 anos. Assim, pode-se seguir esse prazo para definir metas, mediante os 4 anos de gestão.

Esse fator é bastante polêmico e pode ser uma variável a ser considerada no processo de planejamento, pois as metas previstas em longo prazo podem, muitas vezes, nunca chegarem próximas da execução, pois no Brasil não há prática de dar con-

tinuidade ao que foi iniciado na gestão antecessora. Trocando o governo, mudam-se os ocupantes dos cargos e assim um plano de desenvolvimento turístico pode ser engavetado facilmente pelo novo gestor. Portanto, defendemos que as metas de curto e médio prazos são mais confiáveis e executáveis.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Tendo como finalidade estudar a elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico – PDT, você aprendeu que este é feito a partir das fases iniciais de inventariação, diagnóstico e prognóstico, pois fundamentados nos resultados, obtidos nessas partes preliminares, damos sequência com a elaboração do plano, delimitando os objetivos e as metas a serem atingidos. Desta forma, escolhendo uma localidade turística (pode utilizar as respostas dadas nas Atividades 1 e 2 da Aula 14), inicie a elaboração de um PDT (simulado), indicando de início os objetivos para o desenvolvimento do turismo naquela localidade, as metas (correlacionadas aos objetivos) no formato de tabela, como no exemplo abaixo:

Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável para o Município X (indique o nome do município de sua escolha):

Objetivos x Metas	
Conservar as áreas turísticas onde estão os atrativos culturais e naturais.	Desenvolvimento de atividades de educação turística (englobando as educações ambientais e patrimoniais) em 100% das escolas municipais da cidade, num prazo de até 2 anos.
Inventariar os recursos naturais e culturais que podem se tornar atrativos turísticos.	Catalogar cerca de 100% dos recursos culturais e naturais do município num prazo de 8 meses.

A partir dos exemplos apresentados, você deve montar uma tabela com outros três (3) objetivos e três (3) metas, para a sua proposta de PDT.

Objetivos x Metas	

Resposta Comentada

A proposta será estruturada para a cidade de Ponta Grossa (PR), cidade com grande potencial turístico, localizada no interior do estado do Paraná. Com base nas características reais da cidade, a tabela será composta pela formulação de objetivos e metas, como os indicados a seguir:

Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável para o Município de Ponta Grossa (PR).

Objetivos x Metas	
<i>Desenvolver o turismo rural no município, tendo como pano de fundo a rota dos tropeiros.</i>	<i>Organizar uma ação educativa para sensibilizar 90% dos moradores da zona rural do município a aderirem a proposta, em um prazo de 6 meses.</i>
<i>Inventariar o patrimônio cultural de herança tropeira, existente na zona rural do município.</i>	<i>Realizar em 12 meses um inventário completo das propriedades e atrativos culturais que estão localizados na zona rural do município para desenvolver o turismo rural.</i>
<i>Criar uma certificação, por parte da administração pública municipal, que cadastra as propriedades rurais que farão parte do roteiro.</i>	<i>Propor em um prazo de 6 meses uma programação de cursos, palestras e consultorias gratuitas a todos os proprietários rurais que tenham interesse em participar da rota dos tropeiros.</i>

Plano de desenvolvimento turístico: estratégias e diretrizes

As estratégias de desenvolvimento turístico são definidas a partir do que foi proposto em planos ou políticas nacionais de desenvolvimento turístico. Elas devem ser coerentes com as capacidades do país e do setor, e considerando as restrições impostas pelo âmbito em que se desenvolve a atividade (MOLINA, 2005). Deste modo, a estratégia é a fase do processo de planejamento que orienta a respeito da forma em que os objetivos serão atingidos.



Estratégia tem seu significado muito atrelado às ações militares, se formos pesquisar em dicionários e enciclopédia, veremos que sua definição é de planejar e executar operações de tropas militares para alcançar ou manter posições relativas e potenciais bélicos, favoráveis a futuras ações táticas. Em outras palavras, podemos entender “definir estratégia” como a aplicação de meios disponíveis ou explorar condições favoráveis, com vistas a se atingir objetivos específicos (FERREIRA, 2006). Se formos aplicar o conceito em planejamento e organização do turismo, a estratégia será a alocação de meios e recursos disponíveis para se atingir os objetivos traçados pelo plano.

A determinação da estratégia surge a partir de um processo contínuo de tomada de decisões, o qual identifica opções, condições favoráveis, recursos disponíveis e avalia as diferentes possibilidades de êxito para, finalmente, selecionar a estratégia considerada mais adequada para a consecução dos objetivos e das metas.

As estratégias podem ser formuladas pela:

- a) Perspectiva espacial: são as estratégias que visam ao desenvolvimento turístico nacional, regional, estadual, municipal.

- b) Pela dimensão temporal: são as estratégias de curto, médio e longo prazos, lembrando novamente que assim como as metas, as de curto e médio prazos são sempre as mais confiáveis.
- c) Pelo objetivo proposto: estratégias nacionais, intersetoriais, econômicas, sociais, institucionais e outras.

A flexibilidade é uma das principais características que uma estratégia deve conter, pois assim são passíveis de correções e mudanças. Na formulação dessa fase, a partir das definições dos objetivos e metas, teremos diversas estratégias, e a escolha de uma não significa a renúncia das outras, pelo contrário, a intenção é de que todas sejam aplicadas, de acordo com as prioridades definidas.

Com isso, a título de exemplificação, destacamos a seguir algumas estratégias e seus respectivos exemplos. As estratégias institucionais no planejamento turístico podem ser:

- a) criar departamento ou uma secretaria municipal de turismo (caso não exista no município);
- b) informar a população em geral sobre o conteúdo do plano;
- c) sensibilizar estudantes matriculados nas escolas municipais, quanto à preservação do Patrimônio Cultural do Município;
- d) incentivar a formação de profissionais para o Turismo Rural.

Estratégias de Marketing:

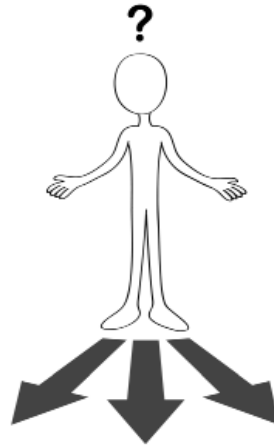
- a) utilização dos meios de comunicação locais e regionais;
- b) comunicar todos os funcionários públicos, por meio de material impresso, sobre a criação do Departamento ou Secretaria Municipal de Turismo, que centralizará as ações em prol do desenvolvimento turístico do município;
- c) promover palestras com profissionais experientes e com formação na área de turismo.

Assim, definidas as estratégias do plano, passamos agora para definição das **diretrizes** que irão permitir colocar em prática o plano. Elas podem ser definidas como as orientações ou regu-

Diretrizes

São linhas norteadoras, reguladoras de um plano, negócio ou procedimento. No caso do planejamento e organização do turismo, as diretrizes serão os procedimentos a serem seguidos para concretizar ações em prol de um desenvolvimento ou fomento da atividade.

lamentos para aplicação ou execução das estratégias, correspondem a um guia de ações a ser seguido. A definição das diretrizes depende em grande parte da disponibilidade de recursos de toda a espécie, dos custos que cada segmento social está disposto a absorver e da orientação política do município (BISSOLI, 2001).



Como exemplo de delimitação das diretrizes, vamos considerar que o plano de desenvolvimento turístico sustentável está sendo elaborado para uma prefeitura. Neste município hipotético, as características histórico-culturais são predominantes, bem como uma tradição rural, tendo uma parcela significativa da população, vivendo na zona rural. Com essas premissas, a seguir exemplificaremos como seria a delimitação das diretrizes, traçando o prazo e a responsabilidade dos agentes que viabilizarão a ação.

Delimitação das diretrizes		
Diretrizes	Prazo	Responsabilidade
Criação de cargos e concursos públicos para a Secretaria Municipal de Turismo, para melhor distribuição das tarefas e atividades relacionadas ao turismo local.	Curto	Poder Executivo.
Criação do Conselho Municipal de Defesa dos Patrimônios Culturais da cidade, sendo este incentivado pela Secretaria de Cultura.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura.
Elaboração da inventariação da oferta turística da cidade.	Médio	Secretaria Municipal de Turismo.

Elaboração de projeto de roteiros turísticos temáticos: rota do leite, rota da uva, roteiro caipira, rota dos tropeiros etc.	Médio	Secretaria Municipal de Turismo.
Criação de uma rota turística regional que vincula todos os municípios da região com características rurais para atuar no segmento de Turismo Rural.	Longo	Secretarias Municipais de Turismo das cidades envolvidas, mediadas pela Secretaria/Diretoria de Turismo Estadual ou até pelo MTur.

Braga (2007) considera o próprio plano como diretrizes de ação e afirma que elas são genéricas e compostas pelos objetivos estruturados de acordo com a imagem desejada. Já as metas são feitas com a determinação de prazos e prioridades para cada objetivo.

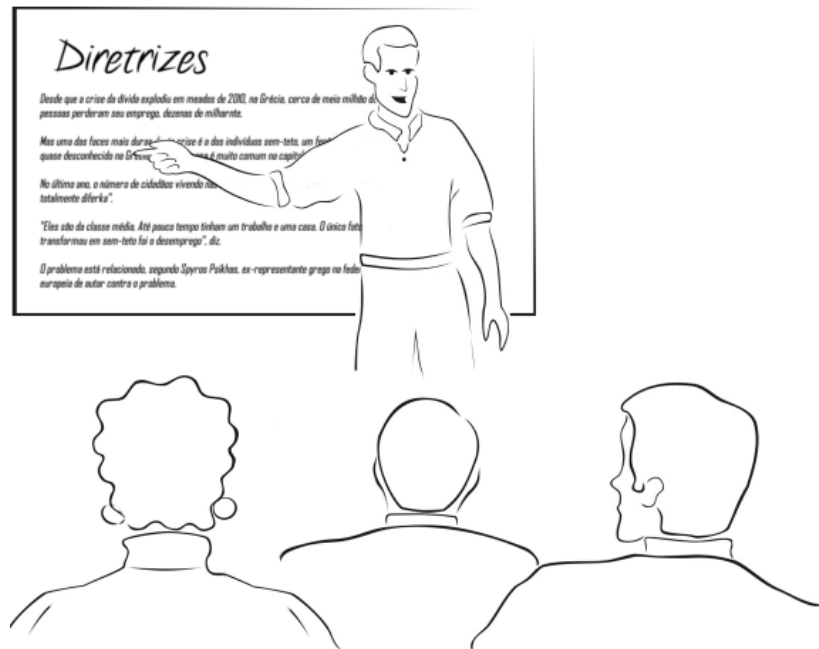
O grau de detalhamento das diretrizes de ação será determinado em função do que for estabelecido em contrato, ou seja, o processo de planejamento gera um plano, que contempla todas as etapas descritas até o momento e encerra-se com a definição das diretrizes de ação, com o detalhamento de “o que” precisa ser feito (BRAGA, 2007, p.150).

Essas diretrizes de ação que encerram o plano devem ser bastante claras com relação a sua finalidade, prazos, quem executa o quê, e com linguagem acessível, pois a partir delas que o contratante do serviço de planejamento deverá se pautar para colocar o plano de desenvolvimento turístico em ação. Esse grau de detalhamento, segundo a autora, é dividido em três níveis (BRAGA, 2007):

- a) Plano: diretrizes de ação que estabelece o que deve ser feito.
- b) Programas: que seria a atuação dos agentes de turismo para indicar como deve ser feito.

c) Projetos: cujos estudos específicos indicarão de modo mais pontual sobre o que fazer.

Desse modo, na Aula 16, daremos continuidade ao PDT com o intuito de apresentar as fases sequenciais que são os Programas, os Pressupostos e os Projetos.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Da mesma forma como você procedeu na Atividade 1, agora é momento de você apresentar o que aprendeu sobre a formulação das estratégias e diretrizes. Monte uma tabela abaixo, podendo dar seqüência à escolha do seu município como exemplo, apresentando três (3) estratégias e três (3) diretrizes para nortear a aplicabilidade do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável. Exemplo:

Delimitação das estratégias e diretrizes		
Estratégias	Diretrizes	Prazo/Responsabilidade
Desenvolvimento do turismo rural nas propriedades que fazem parte da rota dos tropeiros.	Criar sinalização e guias turísticos que orientem os turistas pela rota.	4 anos/Secretaria de Turismo e Secretaria de Planejamento e Obras.

Delimitação das estratégias e diretrizes		
Estratégias	Diretrizes	Prazo/Responsabilidade

Resposta Comentada

A estruturação das estratégias e diretrizes é tarefa que segue todas as etapas anteriores do processo de planejamento, lembrando que as diretrizes vão compor o guia de ações para implementar o plano de desenvolvimento turístico, desta forma, abaixo indicamos inicialmente as estratégias, a partir destas, seguimos a mesma ideia para compor as diretrizes e depois indicamos os prazos que devem ser respeitados e a responsabilidade de quem executará tal ação.

Delimitação das estratégias e diretrizes		
Estratégias	Diretrizes	Prazo/Responsabilidade
<i>Desenvolvimento da educação ambiental na região de mata de restinga e das dunas da praia.</i>	<i>Sensibilização de proprietários de casas próximas à região sobre a importância da proteção dessa vegetação e das dunas.</i>	<i>Curto/Secretaria de Turismo (municipal e estadual), associação de moradores da região e outros.</i>
<i>Promoção dos atrativos culturais da cidade pelos meios de comunicação locais e regionais.</i>	<i>Realizar a divulgação do inventário da oferta turística, apresentando os atrativos culturais da cidade, em especial os que estão localizados na região do centro histórico.</i>	<i>Curto/Secretaria de turismo e mídia local.</i>
<i>Desenvolvimento do turismo rural nas propriedades que fazem parte da rota dos tropeiros.</i>	<i>Criar sinalização e guias turísticos que orientem os turistas pela rota.</i>	<i>4 anos/Secretaria de Turismo e Secretaria de Planejamento e Obras.</i>

Conclusão

Nesta aula, foi apresentado o caminho para a elaboração de um plano de desenvolvimento turístico sustentável, partindo das concepções acerca do plano e destacando etapas essenciais que determinarão o sucesso de sua aplicabilidade.

O plano, que será a materialização do processo de planejamento, é o documento que norteará as ações. Ele é composto por objetivos, que preveem a finalidade e razão de existência, que são formulados diante de solicitações dos contratantes, visando à concretização de ideias ou resolução de problemas diagnosticados. As metas são complementares e quantificáveis, ou seja, elas são formuladas com base nos objetivos, estabelecendo prazos e números, quantidades. Outro objetivo trabalhado nesta aula foi o de estruturar as estratégias e as diretrizes, sendo as primeiras identificadas como os meios para se atingir os objetivos e as segundas, um guia de ações que norteará todo o processo de implantação do plano.

Como enfatizamos, a equipe planejadora não é a responsável pela aplicabilidade do documento; portanto, todas as etapas estudadas devem vir detalhadas para que os contratantes sejam capazes de tornar o plano real, compreendendo as etapas, os caminhos e a finalização por meio dos programas e projetos que serão estudados na próxima aula.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 2

Após ler a introdução da atividade, marque a opção correta.

A finalidade de um planejamento turístico consiste em ordenar todas as ações do homem sobre o território. Tem a função de direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que podem reduzir ou destruir a sua atratividade (RUSCHMANN, 2005). Em outras palavras, podemos afirmar que o planejamento do espaço turístico visa diagnosticar seu desenvolvimento, fixando um modelo de atuação, mediante o estabelecimento de:

- a) Normas técnicas, hipóteses, métodos que vão instruir a estruturação do plano.
- b) Recursos financeiros e tecnológicos que tornam possíveis as ações dos planejadores.
- c) Objetivos, metas, estratégias e diretrizes com as quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.
- d) Criatividade, originalidade, para que este plano seja bem-sucedido.

Resposta Comentada

A alternativa correta é a letra C, pois a partir do diagnóstico do desenvolvimento turístico numa dada localidade, num processo de planejamento turístico a sua materialização ocorre quando se inicia a estruturação do plano de desenvolvimento turístico em que serão fixados os objetivos, as metas, as estratégias e as diretrizes com as quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.

Resumo

Objetivos são expressões qualitativas dos propósitos que se quer alcançar com o plano e as metas, são as expressões com os mesmos propósitos, mas expressas de forma quantitativa com prazos determinados (BISSOLI, 2001). É tarefa de identificação de fixação dos fins, ou melhor, das finalidades do planejamento. As metas, segundo Molina (2005), têm os seguintes raios de ação:

- metas globais: são as que pretendem atingir ou atingem conjuntamente todos os setores de um país;
- metas setoriais: são válidas para um determinado setor;
- metas institucionais: são propostas para uma instituição específica.

A estratégia surge a partir de um processo contínuo de tomada de decisões, o qual identifica opções, condições favoráveis, recursos disponíveis e avalia as diferentes possibilidades de êxito para, finalmente, selecionar a estratégia considerada mais adequada para a consecução dos objetivos e das metas. As estratégias podem ser formuladas pela perspectiva espacial: são as estratégias que visam ao desenvolvimento turístico nacional, regional, estadual, municipal; pela dimensão temporal: são as estratégias de curto, médio e longo prazos, lembrando novamente que assim como as metas, as de curto e médio prazos são sempre as mais confiáveis; pelo objetivo proposto: estratégias nacionais, intersetoriais, econômicas, sociais, institucionais e outras. E, por fim, as diretrizes que irão permitir colocar em prática o plano, elas podem ser definidas como as orientações ou regulamentos para aplicação ou execução das estratégias, correspondem a um guia de ações a ser seguido. A definição das diretrizes depende, em grande parte, da disponibilidade de recursos de toda a espécie, dos custos que cada segmento social está disposto a absorver e da orientação política do município (BISSOLI, 2001).

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, vamos estudar as fases do programa, pressupostos financeiros e dos projetos que vão aterrissar as ações do planejamento e trabalhar de modo mais pontual, para o desenvolvimento sustentável do turismo.

16

O plano de desenvolvimento turístico: programas e projetos

*Ari da Silva Fonseca Filho
Isabela de Fátima Fogaça*

Meta da aula

Continuar a apresentação do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável, destacando as fases de elaboração de programas e projetos.

Objetivos

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

- 1** elaborar programas voltados para o turismo sustentável;
- 2** desenvolver projetos turísticos sustentáveis, sendo estes as ações pontuais do processo de planejamento.

Introdução

Na Aula 15, conhecemos como se estrutura o Plano de Desenvolvimento Turístico – PDT –, o documento que materializa o processo de planejamento turístico. Aprendemos como são delimitados os objetivos e as metas do plano para o desenvolvimento do turismo e como são definidas as diretrizes e estratégias que norteiam as ações concretas; portanto, os programas e projetos. Por meio dos programas e projetos, tudo o que foi pensado como oportunidade na fase de diagnóstico é transformado em real possibilidade, bem como tudo o que foi identificado como risco/ameaça é evitado por ações de correção e prevenção. Também é por meio dos programas e projetos que os objetivos e as metas podem ser atingidos, e as diretrizes, seguidas.

Assim, da mesma forma que o PDT materializa o processo de planejamento, os programas e projetos materializam as estratégias e diretrizes para colocar o PDT em prática. Com isso, o PDT é composto por objetivos, metas, estratégias e diretrizes, e ainda a fase de ação concreta é realizada pela elaboração dos programas e projetos. Nesse sentido, a elaboração e a execução de programas e projetos são grandes desafios da gestão do turismo, pois demandam coerência, parcerias de várias instâncias (públicas, privadas etc.) e investimentos.

Nesta aula, vamos compreender como elaborar programas e projetos capazes de serem executados no âmbito do Plano de Desenvolvimento Turístico, com vistas à sustentabilidade do turismo. Boa aula!

Programas de ação

Os programas compõem o PDT e detalham seus delineamentos. Se o PDT (com seus objetivos e metas) é considerado o documento e o produto que ocupa o posto mais alto na hierarquia do planejamento, os programas estão no lugar hierárquico seguinte (MOLINA, 2005), pois é por meio dos programas que os

objetivos e as metas do PDT são atingidos, bem como as diretrizes de desenvolvimento são seguidas.

Os programas são mais específicos que o plano em geral e, portanto, devem ser mais flexíveis. Contribuem para tornar o plano mais funcional e exequível.

Braga (2007) aponta que, como as diretrizes são genéricas, apenas sugerem atuações no âmbito específico, indicam a necessidade de realização de diversos programas departamentais ou temáticos para colocar o plano em prática. Estes programas precisam ser bem descritos, ou seja, devem conter os diversos agentes que devem participar das ações, o estabelecimento de responsabilidades e a descrição de procedimentos a serem cumpridos, em seu detalhamento; inclusive como serão conseguidos recursos e mão de obra para a realização.



Um programa é composto por uma série de projetos que mantêm estreita relação entre si e que, em seu conjunto, são destinados a converter os objetivos e as metas do plano em realidade. Os projetos organizam e otimizam os recursos disponíveis.

Assim, as principais características que um programa deve reunir são:

- a) consistência com a realidade da destinação e com o plano em geral;
- b) organização em grande escala dos recursos;

c) coerência com outros programas;

d) cronograma para a execução dos projetos que o compõem.

Por exemplo, um plano de turismo pode gerar os seguintes programas:

a) de formação de prestadores de serviços turísticos;

b) de revitalização da oferta turística;

c) de turismo social;

d) de promoção da demanda.

Cada um desses programas organiza uma série de projetos:

1. Programa de formação de prestadores de serviços turísticos.

Projetos: curso de formação de camareiras;

curso de formação de chefes de cozinha.

2. Programa de revitalização da oferta turística.

Projetos: financiamento de reformas em estabelecimentos turísticos de alimentação;

apoio técnico-arquitetônico para empreendimentos turísticos.

Essa relação pode ser representada simbolicamente como na **Figura 16.1**.

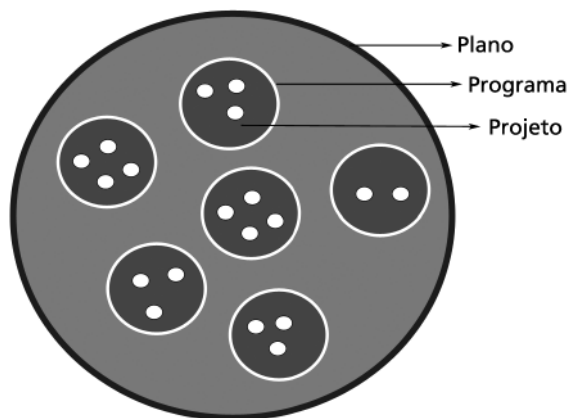


Figura 16.1: Representação simbólica da dimensão de um plano, composto por vários programas que, por sua vez, são compostos por diversificados projetos.

Os projetos definidos devem ser selecionados, estudados e avaliados segundo suas contribuições para o alcance das metas e dos objetivos do desenvolvimento esperado (BISSOLI, 2001), pois são elementos específicos que muitas vezes exigem planejamento próprio por representar uma proposta específica, que requer um estudo de viabilidade e de implantação.

Portanto, os programas constituem o marco específico de referências à “ação” por meio da elaboração e execução de projetos que, por sua vez, devem também apresentar coerência, pois correspondem ao conjunto de informações sistemáticas e racionalmente ordenadas que permitem estimar custos e benefícios de cada uma das diretrizes, propostas e delimitadas no programa de ação.



A seguir, destacamos alguns exemplos de programas de turismo que ajudarão você a entender e elaborar programas para a área que venha planejar.

a) Programa Turismo Sustentável e Infância – TSI (BRASIL, 2004)

Criado em 2004, o programa tem como objetivos prevenir e combater a exploração sexual de crianças e adolescentes no setor de turismo. Tem a responsabilidade de garantir os princípios do desenvolvimento sustentável, da responsabilidade social corporativa e dos direitos da criança. O Programa Turismo Sustentável e Infância tem como parceiros o Conselho Nacional de Turismo, Secretarias Municipais e Estaduais de Turismo, Câmara

Temática do Turismo Sustentável e Infância, empresas representativas do setor turístico, universidades e sociedade civil.

As ações realizadas pelo programa são feitas por agentes públicos federais, estaduais e municipais, empresários, profissionais do turismo e segmentos da sociedade civil.

OTSI está estruturado em quatro projetos:

- Projetos de inclusão social com capacitação profissional;
- Projetos de formação de multiplicadores;
- Projetos de seminários de sensibilização;
- Projetos das campanhas de incentivo às denúncias de exploração sexual.



Navegue pelo *site* do Programa de Turismo Sustentável e Infância para obter mais informações. Consulte o seguinte endereço eletrônico: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/programa_sustentavel_infancia/.

O Programa Turismo Sustentável e Infância, segundo dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2004), acumulou resultados e números expressivos na luta contra a exploração sexual de crianças e adolescentes, tendo 850 jovens capacitados profissionalmente; 950 jovens em processo de formação; 530 agentes locais formados; 163 seminários de sensibilização realizados; 110 mil pessoas mobilizadas.

b) Programa de Certificação do Turismo

Oriundo do Plano Nacional de Turismo, o Programa de Certificação do Turismo objetiva não só referenciar o mercado e os consumidores nas decisões de compra, como também estimular a adoção de boas práticas, contribuindo para a elevação do padrão de qualidade de serviços e produtos do segmento turístico, sendo disseminado como ferramenta da busca pela excelência na prestação dos serviços.



O Programa de Certificação do Turismo pode ser consultado no sítio: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao Equipamentos/index.html. Lá você poderá obter mais informações, referentes à proposta do Governo Federal.

O Plano Nacional de Turismo possui uma versão na íntegra, disponibilizada na internet, para auxiliar seus estudos acerca do planejamento turístico. Você pode consultar o material no seguinte endereço eletrônico: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf.

Outra função do Programa de Certificação do Turismo é apoiar a certificação dos profissionais empregados, contribuindo para aumentar a permanência nos postos de trabalho, assim como possibilitar a inserção profissional (BRASIL, 2007).

Desse programa, temos os seguintes projetos:

- Fortalecimento da cultura da qualidade na prestação de serviços no turismo;
- Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem (SBClass).

c) Programa de Qualificação Profissional

A proposta deste programa é qualificar profissionais que integram a cadeia produtiva do turismo para o desenvolvimento sustentável da atividade. Por meio deste, definem que qualificação profissional tem como premissa o atendimento à demanda quantitativa e qualitativa do mercado (BRASIL, 2007). A partir desse programa, foram criados vários projetos e ações. Destacaremos apenas dois exemplos de projetos, que serão detalhados a seguir no tópico referente a projetos:

- Projeto Olá, Turista!;
- Projeto Caminhos do Sabor – a União Faz o Destino (os dois projetos serão detalhados a seguir no tópico referente a projetos).

Pressupostos

É importante lembrar que, para a execução dos programas, deve-se elaborar um orçamento, destinando aportes e recursos financeiros para que os programas e os projetos sejam executados, o que denominamos de pressupostos. Nos pressupostos, também são detalhadas as parcelas financeiras que tornarão o programa executável.

É fundamental que os pressupostos sejam bem detalhados, pois a falta de recursos é um dos principais determinantes dos chamados “planos de papel” ou “planos de gaveta”, ou seja, planos que custaram muito para a gestão local do turismo, mas nunca saem da gaveta do gestor local de turismo. Esses planos são elaborados geralmente por empresas de consultorias caríssimas, mas que não instrumentalizam os gestores e a população local sobre como angariar orçamento para a execução das ações propostas. Habitualmente, isso acontece com planos elaborados sem a participação de todos os envolvidos com o turismo – comunidade local; poder público; iniciativa privada e demais representantes da sociedade civil organizada.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Você aprendeu nesta aula que os programas constituem um marco de referências para elaboração de projetos que serão as ações pontuais do planejamento. Os projetos devem ser coerentes e corresponderem aos dados e às informações ordenadas, pois assim permitem estimar custos e benefícios de cada uma das diretrizes propostas e delimitadas no programa de ação.

Portanto, com base nas respostas dadas às Atividades 1 e 2 da Aula 15, elabore para o destino ou a área turística escolhida, três (3) programas que sejam voltados para o desenvolvimento do turismo sustentável local.

Atenção: recomenda-se que você use como referência os dados coletados nas atividades das aulas anteriores para que compreenda

para atuar no segmento de Turismo Rural". Assim, um programa interessante de ser desenvolvido seria o "Programa de Diversificação de Roteiros".

Programa de Diversificação de Roteiros

Fomentar o desenvolvimento de diversificados segmentos do turismo, com base nos potenciais atrativos, presentes nas fazendas localizadas na zona rural do município de Ponta Grossa e região. Os agentes responsáveis pela execução desse projeto seriam as Secretarias de Turismo do município de Ponta Grossa e municípios de entorno, seus Conselhos Municipais de Turismo, proprietários de fazendas envolvidas, representantes do Sistema S (Sebrae, Sesc, Senac etc.), sindicatos rurais, associações e organizações não governamentais, relacionadas aos bairros atingidos, entre outros membros da sociedade local.

Os projetos poderiam ser:

- *Criação de uma governança regional;*
- *Projeto de sinalização turística da zona rural dos municípios, destacando os atrativos presentes nas propriedades dos mais variados segmentos;*
- *Projeto de promoção do turismo rural regional.*

Projetos

Como já citado anteriormente, são os projetos que materializam e concretizam a ação pensada no planejamento, ou seja, é nessa etapa que se comprova a efetividade do esforço de planejamento (MOLINA, 2005).

Projetos são elementos que modificam a realidade até chegarem a configurá-la conforme a situação desejada, de maneira que as necessidades e as insatisfações detectadas no início do processo (fase de diagnóstico e prognóstico) sejam superadas.

Os projetos são as menores unidades de um planejamento. Podem ser elaborados individualmente, pois, como detalhado anteriormente, em função da necessidade de riqueza de detalhes, exigem planejamento próprio por serem propostas específicas. Todavia, o ideal é que os projetos estejam subordinados a programas e planos de desenvolvimento turístico.

É muito comum encontrarmos, em destinações turísticas, projetos sendo desenvolvidos sem nenhuma relação com um programa, muitas vezes por uma organização não governamental independente ou por grupos específicos não integrados com a gestão local do turismo. Entretanto, ao desenvolver um projeto, deslocado do contexto do Plano de Desenvolvimento Turístico Local e seus programas, corre-se o risco de desperdiçar esforços, priorizar ações que não são tão necessárias para o momento e para o transcorrer lógico das ações, ou mesmo, atrapalhar o transcorrer natural do processo de planejamento e desenvolvimento do turismo local.

Como exemplo de uma situação que pode até prejudicar o desenvolvimento do turismo local, podemos imaginar um projeto de promoção do destino sendo executado independentemente por um grupo de empresários locais, anteriormente ao projeto de estruturação dos atrativos, estimulado pela gestão local do turismo. A promoção poderia favorecer o aumento de visitação a um atrativo que ainda não estaria preparado para receber um alto número de visitantes, favorecendo a degradação do atrativo.

Outro exemplo que caracteriza esforço desperdiçado é a seguinte situação: um grupo de empresários contrata uma empresa para elaborar uma pesquisa de demanda, sem verificar que no Plano de Desenvolvimento Turístico isso está previsto como uma das ações do poder público local. Assim, tanto a iniciativa privada quanto o poder público gastaria com pesquisa de demanda, quando poderiam unir forças e desenvolver um trabalho integrado. Portanto, é fundamental que todos os projetos tenham como base o Plano de Desenvolvimento Turístico oficial e que poder público, iniciativa privada e sociedade civil como um todo estejam integrados para a elaboração e execução de projetos. Todos com vistas a alcançar os objetivos e metas traçados pelo plano.



Na disciplina Projeto Turístico, do 6º período do curso de Licenciatura em Turismo, você aprenderá a elaborar, implementar, controlar e avaliar um projeto. No entanto, nesta aula, com base em Molina (2005), de forma breve, indicamos um conjunto de análises ou estudos necessários à formulação e avaliação de projetos:

- a) Estudo prévio geral: analisar e avaliar o sistema no qual o projeto está inserido (país, região, estado, município). Conteúdos: discutir aspectos políticos, geográficos, históricos, legais, econômicos, institucionais, sociais e turísticos.
- b) Estudo ecológico: tem como objetivo avaliar a estrutura e a função dos ecossistemas com os quais o projeto estará relacionado, e as consequências que este pode provocar nesses ecossistemas. Conteúdos: análise do ecossistema; fontes e destinos da contaminação; custos da contaminação.

- c) Estudo de mercado: análise e avaliação do mercado no qual será inserido o produto para identificar as possibilidades de existência de um grupo de consumidores do produto. Conteúdo: análise da demanda; oferta; preços; comercialização; balanço oferta-demanda.
- d) Estudo técnico: finalidade de analisar e solucionar problemas técnicos do projeto, bem como estimar os custos do investimento. Conteúdos: localização; dimensionamento; processo de produção; organização; custos; cronograma de atividades.
- e) Avaliação financeira: identificar e demonstrar a situação financeira que tornará rentável o investimento. Conteúdos: pressuposto de investimentos; calendário de investimento; estrutura do capital; análise financeira.

É importante atentarmos para o fato de que existem inúmeros modelos e roteiros a seguir para a elaboração de projetos. Todavia, o projeto para o financiamento ou a captação de recursos deve ser elaborado para atender às exigências dos órgãos financiadores e/ou de incentivos que geralmente determinam diretrizes/critérios, como procedimentos para sua elaboração. Por exemplo, quando buscamos recursos do Ministério do Turismo (MTur), há uma série de critérios que devem estar presentes no projeto. Para uma instituição financeira, como o Banco do Brasil, podem ser outros critérios. Veja a seguir um exemplo de roteiro de projeto, formulado com base no modelo para financiamento de projetos, proposto pelo Banco do Brasil:

1. DADOS CADASTRAIS	
1.1. Projeto	
Título:	
Período de realização:	Local de desenvolvimento do trabalho/ município/UF:
1.2. Proponente	
Nome do Responsável pelo Projeto:	
<p>2. INTRODUÇÃO (Histórico e situação socioeconômica do município e da comunidade a ser assistida)</p> <p>3. APRESENTAÇÃO (Quem somos?) (Tece comentários sobre a instituição proponente, tais como: finalidade, local de funcionamento, suas principais atividades, projetos realizados, números de beneficiários já atendidos direta e indiretamente pelos projetos executados e outras informações julgadas apropriadas.)</p> <p>4. OBJETIVOS (Para quê?)</p> <p>4.1. Geral (Definir claramente os objetivos gerais e específicos, os quais deverão corresponder à solução de problemas e/ou aproveitamento de potencialidades diagnosticadas.)</p> <p>4.2. Específicos</p> <p>5. JUSTIFICATIVAS (Por quê?) (Abordar as origens dos problemas e suas consequências, as alternativas para solucioná-las (medidas práticas) e a projeção da realidade que se pretende atingir, a partir da implantação do projeto.)</p> <p>6. PÚBLICO-ALVO (Quem?) (Indicar o público-alvo que será beneficiado.)</p> <p>7. BENEFICIÁRIOS (Quantos?) (Indicar a quantidade de beneficiários diretos e indiretos, para que se possa estabelecer a relação custo/benefício, bem como a estimativa de geração de emprego.) Beneficiários Diretos: Beneficiários Indiretos:</p> <p>8. METAS (O quê?, Quando?, Quanto? Onde?) (Quantificar as metas a serem atingidas com a implantação do projeto.)</p> <p>9. RESULTADOS ESPERADOS (O que se espera?) (Consignar os resultados previstos com a implantação do projeto e quais os efeitos e reflexos esperados sobre o cotidiano da comunidade.)</p> <p>10. PRAZO DE EXECUÇÃO (Período?)</p> <p>11. OPERACIONALIZAÇÃO (Como funcionará? Quem implementará? Quem administrará?) (Como funcionará o projeto, como serão custeadas as despesas de funcionamento e de que forma, e por quem será administrado.)</p> <p>12. FONTES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS (Onde e como?) (Onde e como o proponente pode conseguir recursos para custear as despesas de funcionamento do projeto.)</p>	

Com a intenção de lançar exemplos de projetos, destacamos a seguir alguns que tiveram grande repercussão no cenário nacional e até internacional na área de turismo.

a) Projeto Polos Ecoturísticos (OMT, 2004)

Intitulado Polos Ecoturísticos, o projeto estudou o território brasileiro em sua totalidade, identificando 96 polos regionais que demonstraram potencial para o desenvolvimento do ecoturismo. Esses polos estão espalhados por 26 estados do país, em 550 localidades. As instituições responsáveis pelo estudo foi o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e o Instituto de Ecoturismo do Brasil. O projeto foi desenvolvido entre 1998 e 2001 com os objetivos de:

- identificar as localidades brasileiras nas quais a prática do ecoturismo ocorre com algum sucesso e aquelas com potencial para seu desenvolvimento, ainda que possuam pouca infraestrutura e poucos recursos humanos;
- conduzir uma pesquisa que aponte as características e as condições de infraestrutura das localidades onde o ecoturismo ocorre como uma nova alternativa de desenvolvimento e
- propor metodologias de planejamento, projetos e gestão com o objetivo de estabelecer polos ecoturísticos de acordo com os princípios de desenvolvimento sustentável (OMT, 2004, p. 32).

O projeto foi elaborado de acordo com a Política Nacional de Ecoturismo, definida naquela época pelo governo brasileiro e que pretendia fomentar esse tipo de turismo no país. O projeto mobilizou uma equipe multidisciplinar, formada por profissionais das áreas de planejamento, meio ambiente, turismo, fotografia, publicidade e design gráfico (OMT, 2004). A proposta destacava alguns aspectos sustentáveis, como: a contribuição para a conservação de áreas naturais; benefícios econômicos gerados às organizações e comunidades que administram áreas naturais com o objetivo de conservação; educação e interpretação por meio da educação ambiental e controle de visitantes nas áreas de conservação.

b) Projetos do Programa de Turismo Sustentável e Infância (BRASIL, 2004)

- Projetos “Inclusão Social com Capacitação Profissional”: desde 2008, oferece cursos profissionalizantes, ligados ao turismo para jovens em situação de vulnerabilidade social. Já formou 850 alunos no Ceará, em Pernambuco, na Paraíba e em São Paulo. Desses, 45% já estão trabalhando formalmente. Atualmente, 950 jovens estão em processo de formação.
- Projetos de “Formação de Multiplicadores”: em parceria com a Universidade de Brasília e a Secretaria de Turismo de Pernambuco, prevê a formação de 140 multiplicadores, que disseminarão o conhecimento na temática em 26 estados e no Distrito Federal. Também será desenvolvido, no âmbito do projeto, um plano de ação nas 12 cidades-sede da Copa de 2014 e uma campanha nacional.
- Projetos “Seminários de Sensibilização”: o programa já realizou 163 seminários para sensibilizar os empresários do setor e as instituições que trabalham com a temática. Todos os estados brasileiros já receberam os eventos. No total, mais de 100 mil pessoas que trabalham com turismo já foram sensibilizadas.
- Projetos das campanhas: todos os anos, o TSI promove campanhas de incentivo às denúncias dos casos de exploração sexual, em eventos com grande fluxo de turistas – como o carnaval, as festas de São João e paradas gays. Desde 2006, já foram distribuídos mais de 4 milhões de peças de comunicação (como *folders* e viseiras) com versões, inclusive, em inglês e espanhol.

c) Projeto Olá, Turista!

Motivados pela realização da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, o Ministério do Turismo e a Fundação Roberto Marinho firmaram parceria para o desenvolvimento do Projeto Olá, Turista. O objetivo é oferecer cursos de inglês e espanhol aos profissionais de

todas as áreas do turismo para que haja um atendimento de qualidade aos turistas estrangeiros que virão ao país durante os jogos.

O programa prevê a qualificação de 80 mil profissionais ligados ao setor de turismo, que farão cursos *online* gratuitos de inglês e espanhol, ao longo do ano.

Haverá também a participação do Canal Futura, com o objetivo de estimular a adesão dos alunos, através de chamadas e programas audiovisuais, que poderão ser vistos em todo o país, na programação do canal e no portal. Poderão participar do curso, taxistas, artesãos, recepcionistas, telefonistas, barraqueiros e guias, entre outros profissionais do setor de turismo ligados a associações, cooperativas e sindicatos pré-cadastrados no projeto.



Para saber mais sobre o Projeto Olá, Turista! acesse o *site*: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/ola_turista.html.

d) Desenvolvimento de Destinos Turísticos – Gastronomia

O projeto intitulado Caminhos do Sabor – a União Faz o Destino prevê o desenvolvimento de destinos turísticos por meio da gastronomia, realizando ações de capacitação, qualificação e promoção dos empreendimentos de serviços de alimentação fora do lar.



Para saber mais sobre o Projeto Caminhos do Sabor – a União Faz o Destino, acesse: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/desenvolvimento_destinos_gastronomia.html.

Primeiro será realizada uma análise preliminar dos destinos, priorizados pelo Plano Nacional de Turismo 2007-2010. O passo seguinte consiste na aplicação da pesquisa diagnóstica, dirigida a quatro públicos diretamente interessados no programa, que receberão abordagens com métodos e técnicas específicas: empresários locais, representantes do poder público local, consumidores residentes e consumidores visitantes.

Adiante ocorrerá o lançamento oficial do destino, com exposição dos resultados da pesquisa diagnóstica, interpretação das demandas e, concomitantemente, a definição de cronograma.

Nas duas últimas etapas, o programa avança para a fase de execução efetiva das ações com a implantação de um programa de boas práticas de manipulação de alimentos, cursos de gestão operacional de qualificação profissional para melhoria no atendimento, além de treinamento de profissionais em inglês ou espanhol e, finalmente, ações de promoção e divulgação do destino turístico. As ações estão previstas para diversas cidades de todas as regiões brasileiras.



No site do Ministério do Turismo (MTur) – www.turismo.gov.br –, você encontra os tipos de projetos que o ministério apoia por meio de convênios, termos e contratos de repasse do MTur. Também no link “Convênios” – http://www.turismo.gov.br/turismo/convenios_contratos/selecao_projetos/ –, você conhece e acompanha o andamento de seleções e chamadas de projetos, realizados em convênios celebrados com o MTur.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Os projetos são elementos que modificam a realidade, até configurá-la conforme a situação desejada, de maneira que as necessidades e a insatisfação detectadas no início do processo

4. JUSTIFICATIVA

Com a explicação devida sobre a razão de se planejar a localidade, indicando a problemática que despertou tal interesse.

5. PÚBLICO-ALVO

A quem será destinado o projeto.

6. BENEFICIÁRIOS

Após implantação da proposta, quais sujeitos serão os beneficiários do presente projeto? Descrever que a proposta irá beneficiar, além da população local, os turistas que visitarão a localidade.

7. METAS

São formuladas de modo quantitativo e definidas em prazos, considerando uma estimativa de tempo. Como, por exemplo: sensibilizar 2.900 moradores da estância turística de Socorro, quanto à importância de seu patrimônio histórico-cultural, em 12 meses.

8. RESULTADOS ESPERADOS

Incluir uma previsão do que se espera, a partir dos objetivos e metas que foram traçados para a localidade. Mudanças estruturais, ambientais, sociais e culturais.

9. PRAZO DE EXECUÇÃO

Delimitar o tempo máximo de execução da proposta, podendo definir hierarquia de prioridade, mediante o Plano de Desenvolvimento Turístico local.

10. OPERACIONALIZAÇÃO

A operacionalização da proposta pode prever palestras, workshops, oficinas e cursos, agendados com grupos específicos, divididos por faixa etária, atuação na comunidade e outros critérios que podem ser utilizados para difundir e divulgar o projeto.

11. FONTES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

E para finalização, você deve incluir algumas fontes para captação de recursos que vão operacionalizar a proposta. Financiamentos, investimentos públicos e/ou privados, de acordo com a natureza e abrangência do projeto.

Para ilustrar a resposta comentada desta atividade, vou apresentar um projeto, elaborado por alunos que cursaram a

disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II (POT), do curso presencial da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Observem que a linguagem é simples e clara.

Projeto Conhecendo Socorro.

1. DADOS CADASTRAIS

1.1. Projeto título: Conhecendo Socorro

Período de realização: Decorrer do ano de 2011.

Local de desenvolvimento do trabalho/município/UF: o município de Socorro, no estado de São Paulo.

2. INTRODUÇÃO

O aumento da rede hoteleira e o desenvolvimento do turismo rural, ecológico e de aventura no município de Socorro demonstram o impulso econômico, proporcionado pelo turismo.

O turismo em Socorro tem como marco inicial o ano de 1997, com a inauguração da empresa Canoar Rafting e Expedições, operando a atividade de *rafting* (botes infláveis que variam de 6 a 10 pés de comprimento) no rio do Peixe e dando o pontapé inicial no turismo de esportes de aventura no município.

Socorro conta com mais de 18 modalidades de esportes de aventura e é um dos principais locais do estado de São Paulo para o ecoturismo. Em janeiro de 2002, foi sede de oficina do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) para auxiliar o planejamento do turismo de aventura no estado de São Paulo e abriga a sede da Associação Paulista Pró Turismo de Aventura (APPTA) (APPTA, 2010).

Contudo, mesmo com a atividade turística em franco desenvolvimento, a comunidade local ainda é alheia aos atrativos histórico-culturais do município, demonstrando desconhecimento sobre sua história e o patrimônio por ela legado.

Nesse sentido, esse projeto visa à sensibilização da comunidade local e, conseqüentemente, ao estímulo ao turismo cultural, à geração de emprego e renda à população local e à promoção sociocultural.

3. OBJETIVOS

3.1. Geral

Sensibilizar população da estância turística de Socorro sobre a importância do patrimônio histórico-cultural existente no município.

3.2. Específicos

- Promover palestras sobre a potencialidade do turismo histórico-cultural em Socorro;
- Qualificar a população como conhecedora da história da cidade;
- Promover o curso com aulas práticas e teórico-interativas.

4. JUSTIFICATIVAS

De acordo com a pesquisa de opinião pública, aplicada no município de Socorro por ocasião da elaboração de seu Plano de Desenvolvimento Turístico (simulado na disciplina de POT), a população desconhece o patrimônio cultural presente e na cidade.

A falta de conhecimento da população a respeito dos potenciais atrativos histórico-culturais são fatores que limitam o desenvolvimento do segmento de turismo cultural na cidade, que poderia ser integrado ao trabalho com os segmentos de turismo de aventura e rural, já consolidados, gerando mais emprego e renda à população local e promoção sociocultural.

A partir deste cenário, traçou-se o projeto Conhecendo Socorro, que oferecerá cursos/palestras para a população de Socorro, com o objetivo de torná-la conhecedora da sua história.

5. PÚBLICO-ALVO

População de Socorro em geral.

6. BENEFICIÁRIOS

Beneficiários Diretos: A população de Socorro, estimada em 29 mil habitantes. Pretende-se beneficiar com esse projeto de sensibilização no mínimo 10% de sua população, tendo como foco jovens em idade escolar, adolescentes e adultos em busca de emprego e grupos de terceira idade.

Beneficiários indiretos: Consideram-se como beneficiários indiretos o restante da população do município, pois se acredita no efeito multiplicado das ações de sensibilização. Também serão beneficiados indiretamente turistas que visitam a cidade, pois terão aprimorada sua experiência turística.

7. METAS

Sensibilizar 2.900 moradores da estância turística de Socorro quanto à importância de seu patrimônio histórico-cultural, em 12 meses.

8. RESULTADOS ESPERADOS

Com a implantação do projeto Conhecendo Socorro, espera-se que os moradores do município sintam-se parte da história local e verdadeiros conhecedores desta. Somente assim, poderão mensurar a importância que esses atrativos histórico-culturais representam de fato. Desta forma, os turistas que visitarem a cidade, perceberão o quanto a comunidade local está inserida no processo da atividade turística.

9. PRAZO DE EXECUÇÃO

O projeto será executado em 12 meses e apresenta prioridade máxima para o Plano de Desenvolvimento Turístico local.

10. OPERACIONALIZAÇÃO

O Conhecendo Socorro será operacionalizado por meio de palestras e cursos, agendados com grupos específicos, divididos por faixa etária, como segue na tabela a seguir. Também serão desenvolvidas visitas técnicas aos patrimônios histórico-culturais do município. As palestras e visitas com público em idade escolar serão realizadas em dias da semana, de acordo com agenda fechada junto às escolas do município. Os cursos (que focam pessoas em busca de emprego) serão aos sábados, das 9 horas até às 17 horas, com pausa de 1 hora e 30 minutos para almoço.

As atividades serão realizadas por monitores qualificados (obrigatoriamente morador local), professor (no caso do público estudantil) e guias locais.

A coordenação do projeto deve ser dividida por um turismólogo e um educador, selecionados pela prefeitura municipal e pelo Conselho Municipal de Turismo.

Tabela 16.1: Tabela da formação das turmas

Faixa etária	Número máximo de participantes por turma	Número de monitores	Número de visitas guiadas
10 – 13 anos	–	2	6
14 – 17 anos	–	2	6
18 – 25 anos (curso)	15	1	4
25 – 40 anos (curso)	15	1	4
55 – 70 anos*	10	2	6

*O limite etário deste grupo pode ser estendido, caso necessário.

11. FONTES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Os recursos para o projeto serão providos pela prefeitura de Socorro e também pelo Ministério do Turismo, já que o destino foi eleito pelo mesmo, como modelo de destino acessível para o turista do país.

A iniciativa privada pode também custear o projeto por meio de patrocínio.

Conclusão

Muitas vezes, as pessoas não dão o devido valor ao planejamento. Justamente, pois muitos planos são engavetados e não colocados em prática. Ignarra (1999) explica que geralmente isto ocorre porque o planejamento ordenado por especialistas que o elaboram tem base em sua larga experiência sobre o tema, mas não envolvem a comunidade local, a responsável por colocá-lo

em prática. Assim, a comunidade local não assume ou compreende os objetivos e as diretrizes definidas no plano, que acaba não sendo posto em prática por ausência de programas e projetos adequados e viáveis para aquela localidade.

Os programas e projetos do Plano de Desenvolvimento Turístico representam sua parte prática e devem ser elaborados pelos responsáveis por sua implementação. Dessa forma, gestores públicos do turismo, iniciativa privada e comunidade em geral, que são os responsáveis por elaborar e executar os programas e projetos para o desenvolvimento do turismo, devem participar desde o início do processo de planejamento no intuito de definirem programas e projetos exequíveis. Apesar do processo de planejamento ser representado por um documento escrito, “o plano”, ele não é estanque; muito pelo contrário, é dinâmico, contínuo e renovável. E os programas e projetos representam a flexibilidade do plano, pelos quais é continuamente renovado e avaliado.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 2

São apresentados aqui 15 projetos propostos em um Plano de Desenvolvimento Turístico. Organize os 15 projetos em programas de desenvolvimento turístico específicos, justificando a forma que organizou.

1. Projeto Centro de Dados sobre o Turismo;
2. Projeto Incentivo à Cultura;
3. Projeto de Incremento da Infraestrutura Específica para o Turismo;
4. Projeto Estradas Turísticas;
5. Projeto de Incremento da Infraestrutura Básica do Município;
6. Projeto de Criação de um Website;
7. Projeto de Inventariação Turística;
8. Projeto de Criação de Material Impresso para Promoção do Turismo;

Resposta Comentada

Os projetos apresentados foram organizados de acordo com sua coerência e relação com os programas. Dessa forma, identificamos as seguintes relações que viabilizam a operacionalização dos programas pelas ações pontuais de projetos:

- *Programa de Viabilização do Planejamento Turístico: diante deste programa, podemos desdobrá-lo nos seguintes projetos, tais como uma proposta de Inventariação Turística; um projeto de criação do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo) e um projeto de criação de uma governança regional;*
- *Programa de Estruturação do Turismo: viabilizado por um projeto de sinalização turística; um projeto de incremento da infraestrutura básica do município e outro projeto de incremento da infraestrutura específica para o turismo;*
- *Programa de Promoção Turística, objetivando a promoção do destino turístico por meio de projeto de criação de um Website, com as informações inventariadas; um projeto de criação de material impresso (folheteria de turismo);*
- *Programa de Qualificação Profissional para o Turismo: visando à profissionalização da área por meio da qualificação de profissionais existentes e futuros trabalhadores da área, por meio de um projeto de formação em turismo;*
- *Programa de Diversificação de Produtos, com a finalidade de aumentar as possibilidades de atrativos nas destinações turísticas, por meio de um projeto de incentivo à cultura; projeto de caminhos e estradas turísticas para aproveitamento de paisagens no deslocamento até atrativos específicos e, por fim, projeto de identificação de novos produtos turísticos.*

Resumo

Nesta aula, os programas e projetos – e tudo que foi pensado como oportunidade na fase de diagnóstico – são transformados em real possibilidade por meio da ação concreta, bem como tudo que foi identificado como risco/ameaça é evitado por ações de correção e prevenção. São também os programas e projetos que possibilitam que os cenários traçados no prognóstico possam ou não acontecer. Portanto, essa etapa é a parte prática do Plano de Desenvolvimento Turístico. Dessa forma, a elaboração e execução de programas e projetos é um dos grandes desafios da gestão do turismo, pois demanda coerência, parcerias de várias instâncias (públicas,

privadas etc.) e investimentos. Os programas são mais específicos que o plano em geral e, portanto, devem ser mais flexíveis. Contribuem para aterrissar o plano e torná-lo mais funcional e exequível. Um programa é composto por uma série de projetos que mantêm estreita relação entre si e que, em seu conjunto, são destinados a converter em realidade os objetivos e as metas do plano. Os projetos materializam e concretizam a ação pensada no planejamento, ou seja, é nessa etapa que se comprova a efetividade do esforço de planejamento (MOLINA, 2005). São elementos que modificam a realidade até chegar a configurá-la, conforme a situação desejada, de maneira que as necessidades e a insatisfação detectadas no início do processo (fase de diagnóstico e prognóstico) sejam superadas.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, encerramos as discussões acerca da estruturação do Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável, por meio da avaliação do processo de planejamento turístico. Desta forma, destacaremos a necessidade e importância de monitoramento contínuo do planejamento turístico e da definição de indicadores de controle dos resultados do planejamento. Portanto, vamos destacar o caráter dinâmico, flexível e contínuo do planejamento.

17

Avaliação do processo de planejamento turístico e controle

*Ari da Silva Fonseca Filho
Isabela de Fátima Fogaça*

Meta da aula

Apresentar a última etapa do processo de planejamento turístico.

Objetivos

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

- 1** criar formas de controle e avaliação ao longo do processo de planejamento turístico;
- 2** elaborar avaliações sobre as ações executadas a partir do processo de planejamento.

Introdução

Você aprendeu nas aulas anteriores como se materializa o processo de planejamento por meio da elaboração detalhada de um plano de desenvolvimento turístico, sendo este esmiuçado por programas e projetos que incentivem, normatizem e/ou facilitem o desenvolvimento do turismo. Desde o início da atividade de planejamento, em cada uma das etapas indicamos que havia a necessidade de tirar algumas conclusões gerais e que, a partir destas, a etapa sequencial se estruturaria como em um processo. Em outras palavras, quando diagnosticamos a situação real de uma localidade a ser planejada, destacamos todos os seus pontos fortes e as oportunidades de uma intervenção, como também os seus pontos fracos e as ameaças, garantindo aos planejadores um conhecimento maior, mesmo que ainda em um plano reflexivo, sobre como o planejamento deve ser desenvolvido. Com essas conclusões é criado todo o plano de desenvolvimento, cruzando as informações com características e particularidades locais, com os objetivos solicitados pelo(s) órgão(s) contratantes do serviço e com os anseios da população local.

Ao passar por estas etapas preliminares, no decorrer da estruturação do plano, ou seja, em sua execução, propriamente dita, o processo de planejamento deve ser totalmente passível de um constante controle/monitoramento e avaliação, para que, ao final da execução de cada ação prevista no plano, seja possível se tirar elementos que auxiliarão na identificação dos resultados que foram atingidos, variáveis e eventuais problemas que surgiram ao longo do processo, bem como quais medidas serão necessárias para se reverter situações impeditivas de um desenvolvimento esperado.

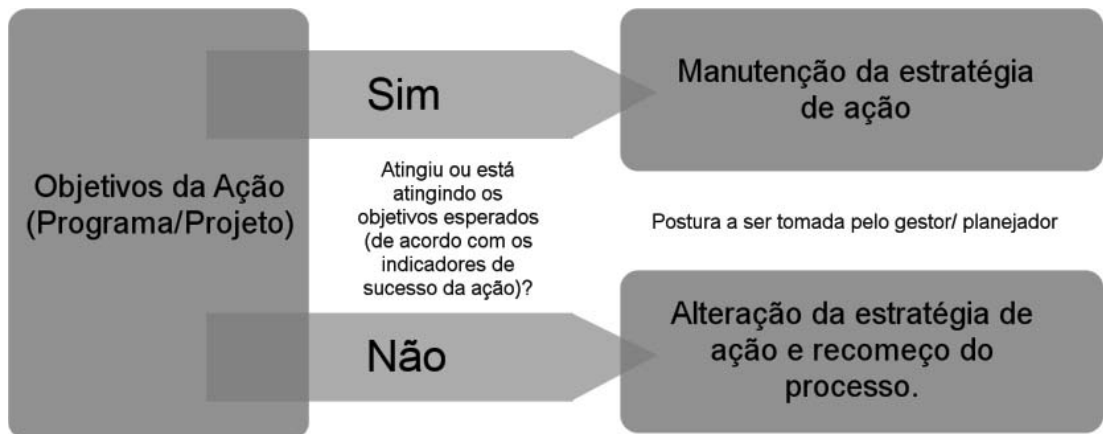


Figura 17.1: Processo de monitoramento/controle e avaliação das ações.

O planejamento, como já foi bastante defendido ao longo desta disciplina, é uma atividade dinâmica e que, portanto, pode ser refeita de acordo com as necessidades e os interesses dos agentes envolvidos.

Desse modo, a presente aula apresentará a avaliação final do planejamento, identificando-a como uma fase que não encerrará o planejamento, mas sim será uma etapa para identificação dos objetivos que foram atingidos, bem como para destaque dos elementos que futuramente retroalimentarão o reinício de novos processos de planejamento turístico. Portanto, ao mesmo tempo em que a avaliação é a etapa final do processo, é uma ação que deve acontecer constantemente a partir do controle/monitoramento e que marca o(a) recomeço/retroalimentação do processo. Boa aula!

Avaliação

A etapa de avaliação é definida por alguns autores, como Bissoli (2001) e Molina (2005), como sendo a última etapa do processo de planejamento. Desse modo, vencidas todas as etapas do processo de planejamento e de estruturação do Plano de Desenvolvimento Turístico (PDT) de uma localidade ou empreendimento, bem como de sua execução, é o momento de se concluir

e analisar como foi o andamento de todo o planejamento turístico por meio da etapa de avaliação.



Figura 17.2: Avaliação do planejamento turístico.

Assim, a avaliação é um processo de crítica por meio do qual se determina se os objetivos delimitados foram atingidos (BISSOLI, 2001) e, caso contrário, é também por meio da avaliação, busca-se a identificação dos motivos reais que levaram a essa não concretização.

Todavia, Beni (2006) afirma que passar de uma situação inicial (com o problema) para uma situação desejada (sem o problema) não é algo simples de alcançar, pois, como discutimos da Aula 1 à Aula 7, o turismo compõe um sistema aberto e esse caminho está cheio de entraves e situações não previstas. Logo, o entorno do ambiente em que o turismo se desenvolve, que é ao mesmo tempo físico, socioeconômico, político e institucional, na maior parte das vezes, condiciona ou modifica permanentemente o objetivo da intervenção. Portanto,

[...] é uma realidade que sempre está mudando, muitas vezes a uma velocidade maior que a “rigidez” dos planos, programas ou projetos, mas com um bom gerenciamento, ou seja, um bom planejamento, organização, monitoramento e avaliação, que permitam uma inteligente tomada de decisões e a permanente negociação com a participação organizada da comunidade beneficiária, seguramente diminuirão os problemas e os riscos de execução (BENI, 2006, p. 137).

Em outras palavras, Beni (2006) destaca que o gerenciamento de uma intervenção exige uma atuação sistemática e flexível de avaliação durante todo o ciclo do processo de planejamento, desde a identificação do problema, a concepção da ideia do programa e projetos até a avaliação final, passando pela formulação da intervenção e sua execução.

Em cada uma das fases elaboradas pela equipe de planejamento, algumas conclusões são formuladas e servem de base para o encadeamento das próximas fases, sendo sempre uma ação complementar à outra. Essas conclusões em partes já são elementos relevantes para se retomar, na avaliação, ao final do processo.

Portanto, apesar de ser apresentada como uma etapa final do processo de planejamento, como defende Molina (2005), a avaliação está presente em todos os momentos da execução das ações propostas pelo planejamento, e “consiste na comparação do desejado, do preestabelecido, com o obtido, o realizado” (MOLINA, 2005, p. 79).

Quando se avalia, mede-se a diferença existente entre a situação desejada e os resultados realmente obtidos, identificando as variáveis que tenham incidido nessa diferença.

Logo, mesmo a avaliação sendo indicada como a etapa final do processo de planejamento, Molina (2005) vai mais a fundo na questão e destaca que não é apenas a etapa de finalização do planejamento, pois é a partir dela que são criados mecanismos de controle para orientar as próximas ações. Assim, com a concepção de que a avaliação é uma atividade constante, segundo Molina (2005), essa fase deve ser realizada em três momentos:

- a) Avaliação *ex-ante*: executada antes das ações. É um trabalho reflexivo dos profissionais e estudiosos envolvidos que visa prever as consequências de uma atividade antes que esta seja executada. As projeções feitas no prognóstico são revistas aqui nesse momento e podem servir para novas reflexões, hipóteses ou concretização de ideias iniciais que foram se confirmando (ou se confirmarão) durante o planejamento e a elaboração do plano.
- b) Avaliação durante: registrada durante toda a atividade. Cada elemento identificado é registrado para servir como material de base para uma avaliação realizada durante o processo. Seria uma forma de controle do andamento do planejamento.
- c) Avaliação *ex-post*: realizada depois que ações e atividades foram executadas. Esse tipo de avaliação propõe ações corretivas, caso tenham ocorridos desvios.

A avaliação do processo de planejamento turístico é entendida como a fase responsável pelo fechamento do trabalho e momento de levantar os erros e acertos durante o processo. É uma atividade subjetiva, que implica uma atuação ética e profissional dos planejadores, estes focados na missão, nos objetivos e nas metas que foram traçados. A equipe de planejamento é a que melhor entende e conhece o plano, os programas e projetos, portanto a experiência desta equipe servirá para que esta identifique caminhos ideais para sua execução. Segundo Beni (2006, p. 137):

A experiência indica que a qualidade da elaboração dependerá da qualidade do monitoramento e da avaliação. Eis a importância do processo de planejamento/elaboração. Inclusive, a partir da formulação de um plano, programa ou projeto com o apoio ou concepção da metodologia do marco lógico, se desenha um sistema ou esquema de monitoramento e avaliação.

Já que estamos nos referindo aos planejadores e executores, na prática, infelizmente, estes, na maioria das vezes, são sujeitos diferentes: os primeiros são membros da equipe con-

tratada para empreender o processo de planejamento (proposta da intervenção) e os segundos, os contratadores que serão encarregados de executar as ações (propostas de intervenção). Dessa forma, recomenda-se que a tarefa de avaliar não seja feita somente pelos executores, mas pelos planejadores juntamente com os executores, para que a atividade seja empreendida de modo mais objetivo, imparcial e não partidário, principalmente se estamos falando de gerenciamentos de intervenções no âmbito da administração pública. Compreendemos que a

[...] avaliação deve ser entendida como uma técnica de gestão que procura o fornecimento contínuo de dados e informações que possam ser usados por diretores, gerentes, representantes de entidades patrocinadoras e também pelas instâncias intermediárias de decisão, com o propósito de auxiliar na preparação, correção de rumos e exame dos resultados finais alcançados pelo programa ou projeto (BENI, 2006, p. 140).

Identificar os problemas e erros de um planejamento não implica destacar fracassos, mas sim compreender que a avaliação garante uma das características mais importantes do planejamento: a flexibilidade. Por ser dinâmico e flexível, ele é – e deve sempre ser – passível de reformulações, consertos de rumo, aberto a críticas que contribuirão para ações futuras e para a retroalimentação.

Assim, Beni (2006, p. 138) afirma que a “[...] a retroalimentação do planejamento ou formulação se dá quando o plano, programa ou projeto está em execução e os processos de monitoramento/avaliação estão sendo implementados”.



Figura 17.3: Retroalimentação do processo de planejamento.

Beni (2006), da mesma forma como Molina (2005), apresenta a etapa de avaliação realizada em três momentos:

- a) fase do planejamento: momento em que se definem os objetivos e metas, o ponto de partida, assim como os recursos que serão aplicados e o cronograma das ações a serem desenvolvidas.
- b) fase da execução: é a fase em que se examinam as atividades realizadas, a forma como elas estão sendo executadas, se as populações envolvidas no programa estão sendo beneficiadas e se os avanços são compatíveis com as metas parciais ou globais definidas na primeira fase.
- c) fase de finalização do programa ou projeto: momento em que se avalia se os objetivos e metas definidos para cada atividade do programa foram atingidos e se os impactos diretos ou indiretos foram suficientemente favoráveis para mudar a realidade antes das intervenções.

Desse modo, Beni (2006) acredita que a avaliação se estrutura com três aspectos básicos:

- o esforço: correspondente aos tipos e quantidades desenvolvidas pelo programa;
- a eficácia: na realização dos objetivos e metas propostos para cada etapa do programa;
- o rendimento: relação entre esforços e resultados alcançados.

Portanto, monitorar o plano (os programas/projetos) durante a fase de implantação é de responsabilidade direta do administrador, que deve contar com a participação de todos os envolvidos com o sistema de turismo local (comunidade, empresariado da iniciativa privada, organizações não governamentais etc.) e empresas contratadas para a elaboração do planejamento. As responsabilidades devem ser delegadas aos vários indivíduos envolvidos, bem como a definição de cronogramas para agendar as atividades propostas. Cada um dos responsáveis deve compor um relatório que garantirá um controle maior sobre as ações, evitando conflitos na implantação, cumprindo prazos e gerando cooperação entre os participantes (OMT, 2004).

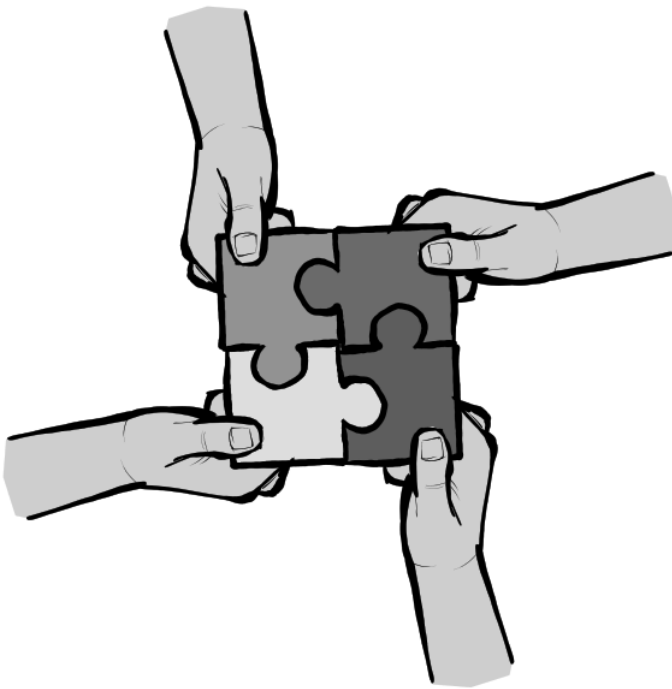


Figura 17.4: Participação na avaliação das ações definidas pelo planejamento.

Resposta Comentada

Os indicadores que poderiam ser utilizados antes da execução do projeto poderiam ser definidos pelos dados de visitação referentes a cada segmento de público-alvo (estudantes, terceira idade e executivos), bem como pelos meses em que o fluxo de visitação sofria queda significativa.

Durante a execução do projeto, esses dados poderiam ser monitorados para verificar sua flutuação.

Ao final do projeto, devem ser levantados novos dados sobre a visitação. A partir desses dados, poderá ser avaliado se foi alcançado equilíbrio da visitação o ano todo em Paraty. Também poderá ser avaliado se o público alvo de visitação nos meses de baixa temporada foi o público definido durante o projeto (estudantes, terceira idade e executivos), ou seja, poderiam ser verificados se os objetivos (geral e específicos) do projeto foram alcançados nos prazos estabelecidos.

Além dos dados sobre a visitação, outros indicadores poderiam ser levantados a partir da avaliação da adequação dos produtos turísticos locais ao novo público-alvo definido, bem como pela avaliação da qualidade dos serviços junto ao público-alvo do projeto, como, por exemplo, quão atrativos os eventos de Paraty são para este público-alvo, visto que este também foi um dos objetivos específicos definidos.

Relatório final de avaliação das ações propostas no plano

Finalizada cada ação do plano, de acordo com os prazos nele estabelecido, deve ser apresentado, pelas autoridades responsáveis pela gestão do turismo na localidade e pela empresa contratadora e/ou contratada, um relatório com a avaliação da efetivação do plano, para maiores explicações, discussão e aprovação.

Uma vez aprovado, este relatório poderá ser remetido a todos os que participaram de sua aplicação.



Figura 17.5: Apresentação do relatório/divulgação dos resultados.

Referente à avaliação é necessário esclarecer que:

A execução está além da área do planejador. Suas funções são de análise, investigação e avaliação, mas não de execução. Não obstante, as autoridades encarregadas da execução do plano devem ser responsáveis também pela sua elaboração (BISSOLI, 2001, p. 33).

Ou seja, os responsáveis pela contratação da equipe planejadora serão os agentes que colocarão em prática o plano de desenvolvimento turístico, sob orientação dos especialistas. Assim, é recomendado que participem também da elaboração da avaliação final do processo, como já defendido anteriormente.

Uma vez o relatório aprovado, mediante as considerações dos contratadores dos serviços e pequenos ajustes no momento de avaliação final do processo, o material deve ser publicado, de preferência em sua totalidade, ou pelo menos em suas disposições básicas, como as diretrizes, os programas e projetos aplicados, com a finalidade de se informar ao público em geral, tanto aos responsáveis pela execução do Plano de Desenvolvimento Turístico quanto à comunidade toda, destacando os futuros caminhos definidos para seu desenvolvimento e obter, assim, o apoio e a colaboração da comunidade anfitriã enquanto se executa a retroalimentação do plano.

A participação da população local também é essencial no processo de avaliação e monitoramento, ou seja:

A participação da população-alvo, de forma organizada, na identificação do problema no planejamento, monitoramento e avaliação é considerada um objetivo, mas também um processo que, na maioria das vezes, pode ser a diferença que garante o sucesso de uma intervenção (BENI, 2006, p. 139).

Beni (2006) complementa essa afirmação com a ideia de que participar significa tomar parte de ou fazer parte de, ou seja, participar indica envolvimento em algo, no caso destacado a participação da população envolvida, a anfitriã, que habita a localidade a ser planejada, tem de ter papel principal no processo, inclusive nas etapas de monitoramento e avaliação, pois são as pessoas que vivenciarão em tempo integral as transformações ocorridas pelas intervenções e, por isso, devem ter voz ativa nesse processo.

Amarrando os conteúdos

Da Aula 1 à Aula 7, nós discutimos o sistur e, especialmente, o modelo referencial de sistur preconizado por Beni. Durante estas sete aulas nós destacamos indicadores para avaliar cada um dos subsistemas que compõem o sistur. Agora, na fase de monitoramento e avaliação do processo de planejamento que se materializou no plano composto por suas ações (programas e projetos), novamente os indicadores de avaliação do sistur são instrumentos fundamentais ao nosso trabalho. Ou seja, os indicadores de avaliação do sistur são úteis para a avaliação do sistur (diagnóstico), mas também para essa avaliação final e para o monitoramento do processo.

Portanto, estamos dizendo que, além dos resultados que desejamos alcançar com os objetivos e metas do plano ou de cada programa e projeto, cujo alcance ou não são as medidas de controle do plano, os indicadores do sistur também são elementos que nos ajudam a controlar/monitorar o Plano de Desenvolvimento Turístico de uma localidade.

Assim, para facilitar a revisão destes indicadores apresentamos a seguir um resumo de todos os indicadores do sistur.

INDICADORES PARA ANÁLISE DO CONJUNTO DE RELAÇÕES AMBIENTAIS DO SISTUR

Subsistema Ecológico

- inventário dos recursos (atrativos) naturais explorados pelo turismo na localidade;
- análise da importância desses atrativos para seu produto turístico total e da postura da gestão do turismo na localidade para com os recursos naturais;
- existência de leis que protejam esses recursos naturais;
- existência de projetos para a conservação desses recursos naturais (ex: projetos de educação ambiental, coleta seletiva de lixo, capacitação profissional, sensibilização etc.);
- formas de organização e de gestão dos atrativos naturais (adequadas ou não);
- impactos positivos e negativos gerados pelo turismo para a preservação da flora, fauna e paisagens;
- existência de ações de controle ambiental, estudos de capacidade de carga; planos de manejo de áreas naturais etc.

Subsistema Econômico

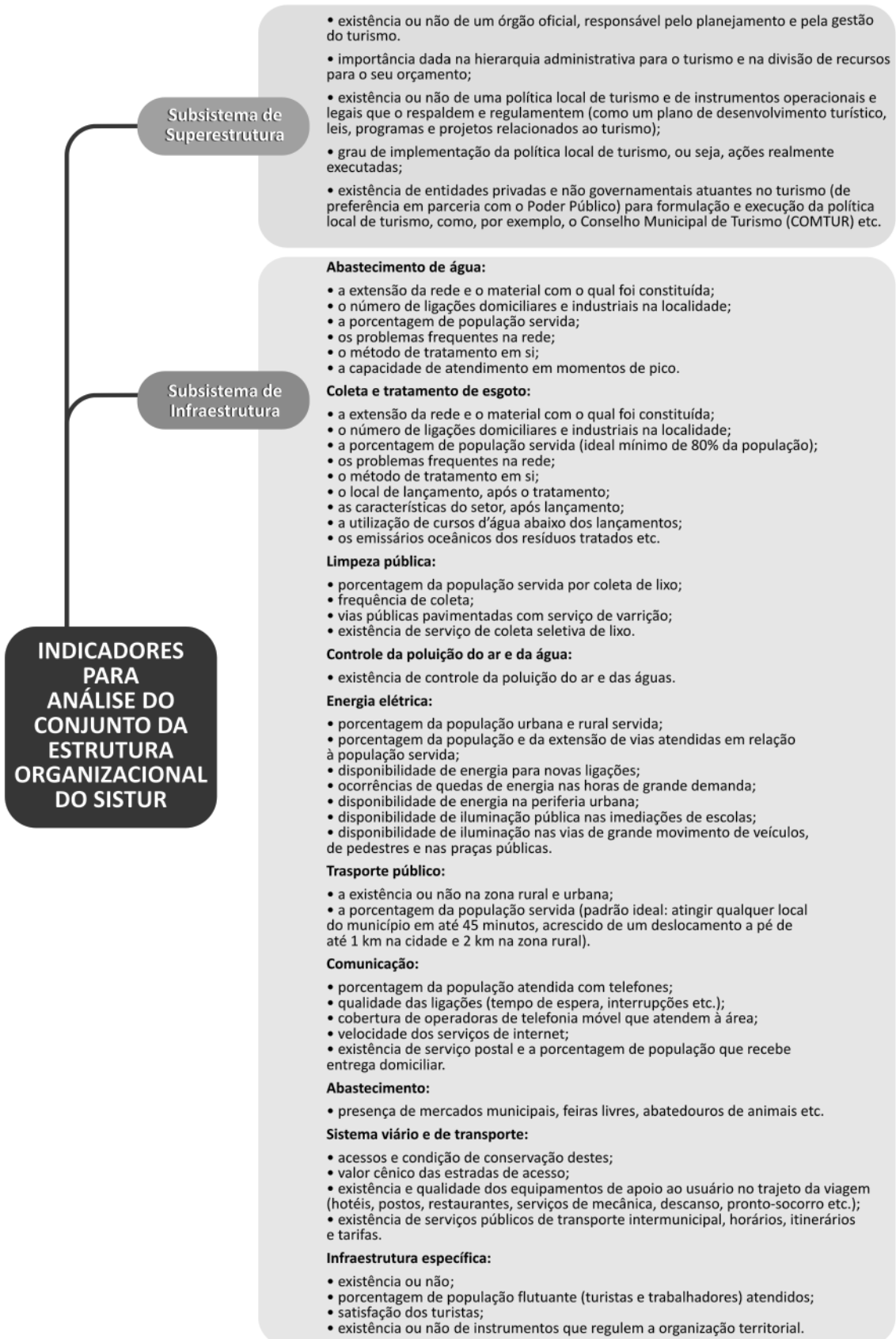
- comportamento econômico dos viajantes;
- comportamento econômico das empresas e dos agentes públicos que operam nas localidades emissoras e receptoras;
- impactos positivos e negativos do turismo;
- desenvolvimento intersetorial e o efeito multiplicador do turismo;
- geração de renda para o setor público representadas pelos impostos diretos e indiretos;
- estímulo ao processo de abertura da economia;
- estímulo ao empreendedorismo pela rentabilidade do setor;
- disponibilidade de recursos no âmbito financeiro para financiar a demanda de serviços turísticos;
- geração de emprego e renda;
- inflação;
- especulação imobiliária etc.

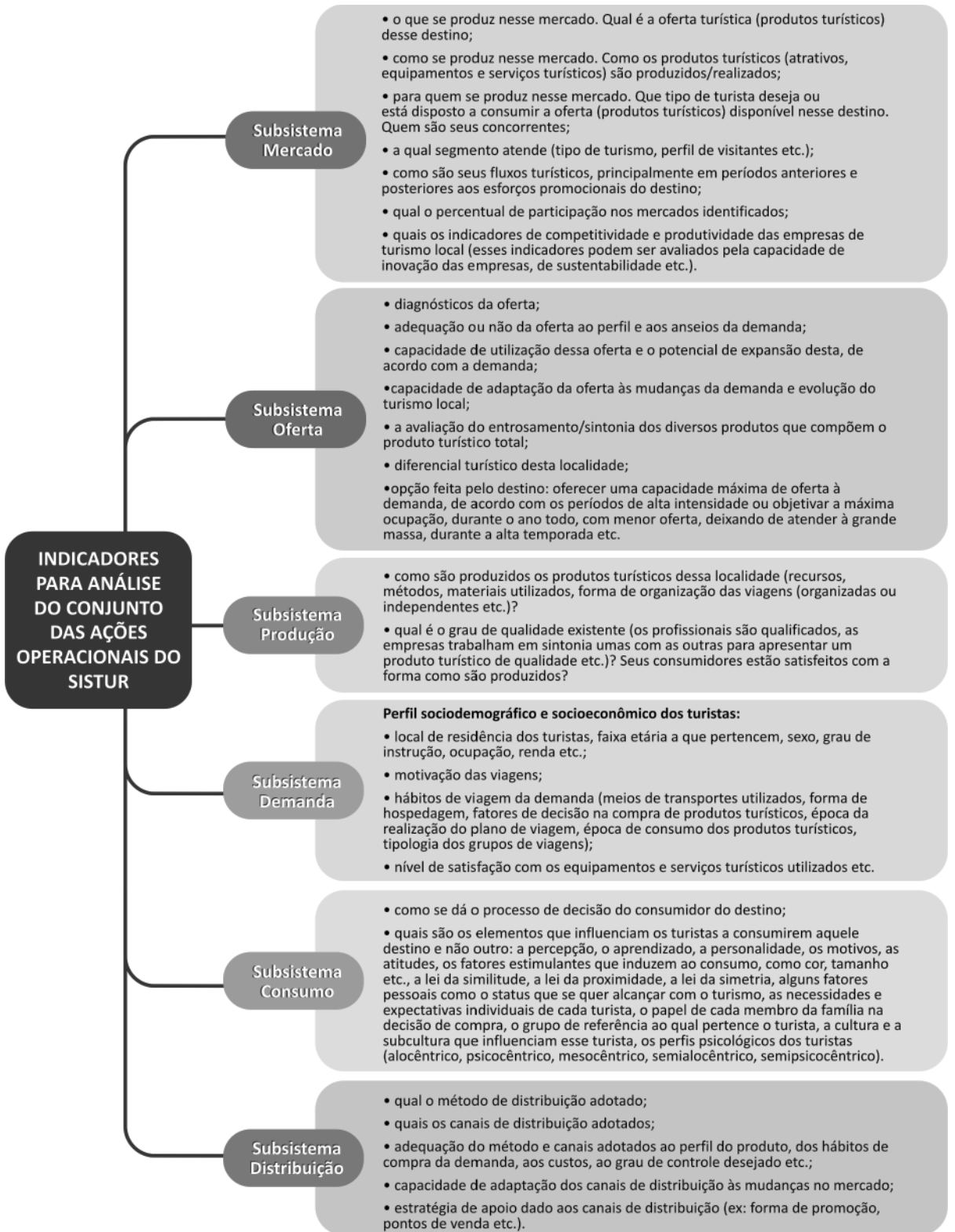
Subsistema Social

- grau de participação (direta e indireta) da comunidade local no desenvolvimento do turismo;
- relacionamento *comunidade local x turistas e trabalhadores temporários*;
- influência de grupos externos nos hábitos de vida e valores da comunidade local;
- motivações dos trabalhadores temporários pela atividade;
- condições de trabalho e vida no período que permanecem no destino;
- grau de promoção social proporcionada pelo trabalho junto ao turismo
- desvio de divisas e resultados para a cidade de origem dos trabalhadores;
- expectativas e satisfação dos visitantes para com o destino turístico;
- motivações e necessidades;
- grau de expansão da personalidade
- mobilidade social;
- existência ou não de democratização do turismo;
- comportamento do turista em viagem.

Subsistema Cultural

- inventário dos atrativos culturais motivadores de turismo;
- importância do patrimônio cultural na oferta de turismo;
- patrocínio (valorização/instrumentos empregados) dado pelo poder público e privado para o estabelecimento e a manutenção de atrativos culturais;
- consciência social e pública sobre o patrimônio;
- grupos envolvidos com a valorização da cultura local;
- políticas públicas (locais, estaduais e federais) oficiais de preservação/conservação e uso do patrimônio;
- impactos culturais positivos e negativos, causados pelo turismo para conservação ou degradação da cultura local/patrimônio;
- existência de ações de conservação e defesa da cultura/patrimônio.





micas, sociais, culturais, políticas etc. Mas, com base nos indicadores dos três grandes conjuntos que compõem o sistur de Beni e de seus mais variados subsistemas, poderíamos pensar que o poder público estaria atento aos resultados econômicos que as ações do plano proporcionaram à localidade, como aumento na arrecadação de impostos; resultados sociais, como geração de renda e emprego para a população, bem como interfaces culturais e ecológicas relacionadas ao plano, como a sensibilização da população quanto à cultura e à questão ambiental etc. O empresariado poderia focar seu relatório no aumento de fluxo de seus clientes (turistas) aos seus estabelecimentos, nos dados sobre a melhora ou não na forma de distribuição de seus produtos, na qualificação de seus prestadores de serviços (funcionários), na avaliação de seus serviços pela demanda etc. Já a sociedade civil poderia destacar indicadores sociais e econômicos como os já citados, mas também indicadores referentes à cultura, como valorização de sua cultura, resgate de costumes que estavam se perdendo, recuperação de áreas verdes que estavam degradadas, maior participação social em decisões sobre o turismo, entre outros. Enfim, cada plano e cada localidade apresentam especificidades e estas determinarão quais indicadores serão mais eficientes no monitoramento e avaliação do processo de planejamento, bem como na composição deste relatório final.

A avaliação é apresentada como uma fase final do processo de planejamento, mas, na verdade, ela é desenvolvida durante todo o processo na forma de monitoramento e, mais especificamente, no final, como uma avaliação (diagnóstico) que alimentará o recomeço das etapas do processo de planejamento. Ao mesmo tempo que é o fim, é o recomeço.

Essa perspectiva reforça que o planejamento é dinâmico, mutável e, principalmente, contínuo. Se avaliarmos uma das ações previstas no plano e percebermos que esta não está alcançando os objetivos e metas predefinidos ou que os resultados não estão causando o impacto esperado, seja ele social, cultural, econômico, ecológico ou que envolva todas estas vertentes, essa ação precisará ser revista e modificada em suas estratégias. Assim, é dessa forma que se dará o monitoramento e avaliação do plano.



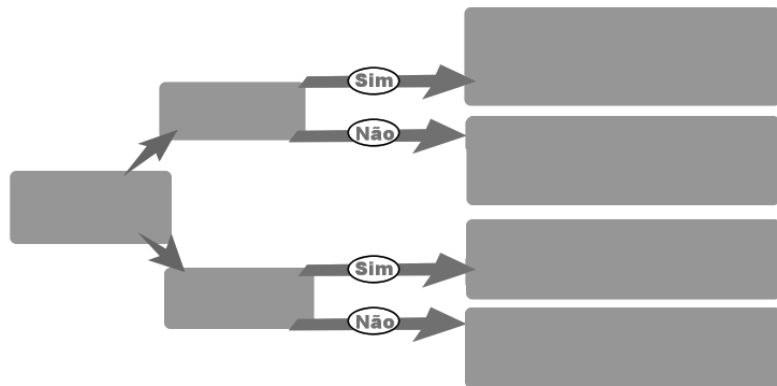
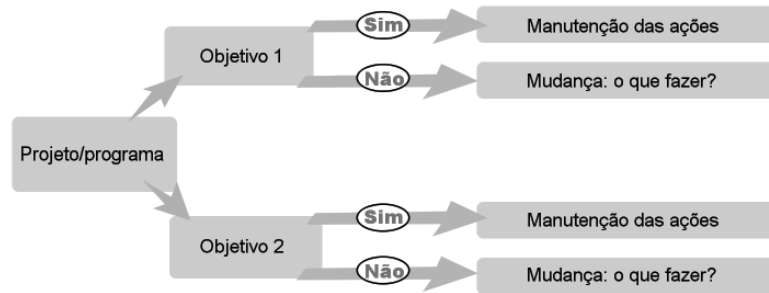
Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 2

Na Aula 16, você propôs alguns programas e projetos para compor o Plano de Desenvolvimento Turístico do destino escolhido. Escolha um destes programas ou projetos e simule seu monitoramento, com a hipótese de ter um bom resultado e com a hipótese de não ter um bom resultado e você precisar definir novas estratégias para seu sucesso.

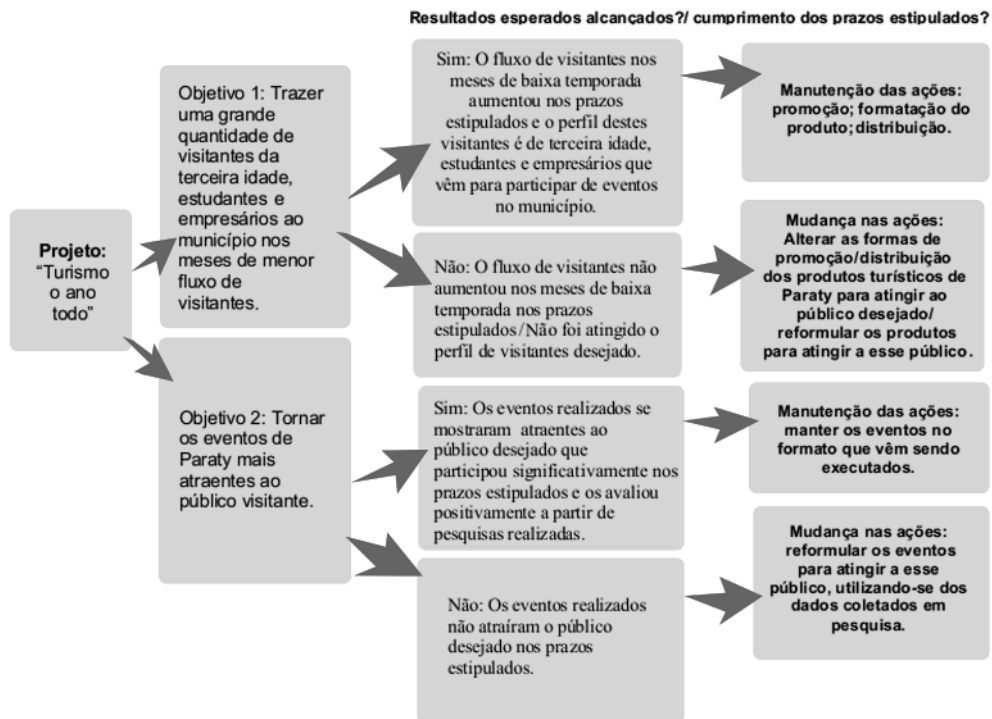
Veja como raciocinar:

Resultados esperados alcançados?/Cumprimento dos prazos estipulados?



Resposta Comentada

Utilizando do exemplo dado na Atividade 1 sobre um projeto proposto no plano de Paraty (RJ), você poderia dar a seguinte resposta:



Percebam que, para chegar nesta avaliação de alcance ou não dos resultados esperados nos prazos estipulados, devemos utilizar indicadores como os apresentados na resposta da Atividade 1 (conseguidos a partir do controle/monitoramento dos resultados). Uma das estratégias para conseguir definir estes indicadores é a pesquisa, por meio da qual obtemos dados como, por exemplo, o fluxo de visitantes, o perfil e a satisfação destes visitantes.

Conclusão

O planejamento é um processo: contínuo, dinâmico e, portanto, flexível.

Para iniciarmos uma avaliação da realidade (diagnóstico), dependemos de conhecermos essa realidade. Logo, necessitamos ter informação/dados sobre essa realidade (inventário). Assim, de posse de dados que retratem a realidade atual da localidade (inventário), podemos analisá-la (diagnosticá-la em suas forças, oportunidades, fraquezas e ameaças) e, a partir dessa análise, podemos prever cenários futuros (prognósticos: em que se evidenciam/evitam as oportunidade e as ameaças).

Estes cenários vão nos direcionar a definir quais ações (intervenções/diretrizes) executar para atingir o futuro desejado. Estas ações, por sua vez, constituem o plano (programas, projetos, normas, facilidades, incentivos etc.) que deve ser executado em um determinado período de tempo (prazo).

No entanto, como destacado em aulas anteriores, o turismo (sistema aberto) é altamente vulnerável a todo tipo de influência social, ecológica, política, econômica, cultural etc. Portanto, a qualquer momento (inclusive durante o processo de planejamento e execução das ações previstas no plano), quaisquer tipos destas influências podem alterar sua realidade por completo ou apresentar alterações que comprometam o prazo de execução das ações previstas, por isso que dizemos que seu planejamento é dinâmico e flexível. Logo, fica evidente a necessidade constante de controle e monitoramento de todo o processo, o que o retroalimenta.

O planejador precisa ser ágil para perceber as influências sofridas pelo turismo e quais efeitos estas podem operar no rumo dos resultados esperados a partir do planejamento. Assim, poderá executar as alterações/mudanças no curso das ações, caso isso seja necessário.

Ao final do prazo estipulado, é feita uma avaliação final que dará as diretrizes para a continuidade das ações e o recomeço do processo de planejamento.

Logo, encerramos esta Aula 17 afirmando que o planejamento nunca termina. A partir do monitoramento, controle e avaliação final, o planejamento torna-se contínuo/constante, sempre com novos elementos a serem trabalhados. Os textos que substituem a Aula 18 virão para deixar isso ainda mais evidente. Não será uma aula convencional, mas sim, artigos cuidadosamente selecionados que tragam essa discussão das tendências do planejamento do turismo, principalmente em função das inúmeras influências que esse fenômeno sofre. São textos adequados à

realidade que vivemos nesse momento, que pode ser diferente da realidade que vivíamos ontem. Nesse sentido, o formato artigo é preferível ao formato aula, pois sua capacidade de contemporaneidade é maior.

Resumo

Nesta aula, discutimos sobre a última etapa do processo de planejamento turístico: a avaliação. A avaliação, ao mesmo tempo em que é considerada a última etapa do processo de planejamento turístico, é uma etapa constante quando a tratamos como monitoramento das ações, visto que o planejamento é dinâmico e o turismo é uma atividade extremamente vulnerável às influências do ambiente (o sistema de turismo é considerado um sistema aberto). Ainda, a avaliação é a etapa de reinício, pois realimenta o processo para que seja reiniciado, visto que o planejamento é contínuo. Logo, a avaliação é feita antes, durante e após a ação. Para isso, temos de definir formas e indicadores de avaliação das ações. A principal forma ou indicador utilizado para o monitoramento e avaliação final do plano é o alcance ou não dos objetivos e metas para ele definidos, o que se repete em cada programa ou projeto. É interessante lembrar que os objetivos e metas devem ter interfaces ecológicas, econômicas, sociais, culturais, políticas etc. Assim, também podemos utilizar como forma de avaliação os indicadores dos três grandes conjuntos que compõem o sistur de Beni. Estes indicadores irão compor o relatório final de avaliação do plano, que deve ser elaborado por todos os envolvidos no seu processo de planejamento e execução e divulgado a todos os interessados.

Informação sobre a próxima aula

A Aula 18, última aula de nossa disciplina, não é uma aula convencional com material didático previamente elaborado. Ela se constitui na leitura de um ou dois artigos que tragam discussões contemporâneas para o planejamento turístico, novas práticas e tendência para o planejamento do turismo. Buscando trazer novas discussões, a cada semestre, estes artigos são previamente selecionados pela coordenadora da disciplina e disponibilizados na plataforma. Vá até lá e acesse o material.

**Planejamento e
Organização do Turismo**

Referências

Aula 10

ACERENZA, M. A. *Administración del turismo: planificación y dirección*. 2 ed. México: Trillas, 1992. 243 p.

BARRETO, M. *Planejamento e organização em Turismo*. Campinas: Papirus, 1991.

_____. *Turismo e legado cultural*. 5 ed. Campinas: Papirus, 2004.

BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 1998.

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

FOGAÇA, I. F. Gestão de destinos turísticos: um ensaio à discussão dos papéis do poder público, iniciativa privada e sociedade civil para um turismo consciente. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 5., 2008, Caxias do Sul. *Anais...* Caxias do Sul: UCS, 2008.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1991.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

JANSEN-VERBEKE, M.; LIEVOIS, E. Análise de recursos históricos para turismo urbano em cidades europeias. In: PEARCE, D. G.; BUTLER, R. W (Orgs.). *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 10.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12 ed. Campinas: Papirus, 2005.

VASCONCELOS, M. A.; GARCIA, M. E. *Fundamentos de economia*. São Paulo: Saraiva, 1998.

Aula 11

BRASIL. Academia de Viagens e Turismo. *Programa Aprendiz de Turismo*. São Paulo: LEMADI / Dep. Geografia / USP, 2001.

BRASIL. Empresa Brasileira de Turismo. *Embarque nessa: turismo, patrimônio e cidadania*. Brasília, 1999.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Roteiros do Brasil: Módulo operacional 1: sensibilização*. Brasília, 2007.

FONSECA FILHO, A. da S. Educação e Turismo: reflexões para a elaboração de uma Educação Turística. *Revista Brasileira de Turismo*, Brasil, v. 1, n. 1, p. 5-33, 2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/view/77/76>>. Acesso em: 21 maio 2009.

_____. *Educação e turismo: um estudo sobre a inserção do turismo no Ensino Fundamental e Médio*. 2007. 182 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

KRIPPENDORF, J. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph, 2000.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Educando educadores en turismo*. Valência, 1995.

REBELO, S. M. *Plano Municipal de Educação Turística – P.M.E.T.: um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico*. Universidad Pontificia de Salamanca. Extracto de la Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Educación. Salamanca, 1998.

Aula 12

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, R. C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: Edusc, 2002.

BRAGA, Débora Cordeiro. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil*. Brasília, 2004.

CÉSAR, P. de A. B.; STIGLIANO, B. V. *Inventário turístico*. Campinas: Alínea, 2005.

IGNARRA, L. R. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12 ed. Campinas: Papyrus, 2005.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

Aula 13

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, R. C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1994.

BRAGA, D. C. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.

FONSECA FILHO, A. da S. Planejamento organizacional do turismo: ensino, teoria e experiências práticas. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 4., 2007, São Paulo. *Anais...* São Paulo: UAM, 2007.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12 ed. Campinas: Papirus, 2005.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

Aula 14

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, R. C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1994.

BRAGA, D. C. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.

IGNARRA, L. R. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12 ed. Campinas: Papirus, 2005.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

YUDICE, G. O lugar da cultura no contexto pós-onze de setembro. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Coimbra, n. 63, p. 175-187, out. 2002.

Aula 15

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, R. C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1994.

- BRAGA, D. C. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano nacional de turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão*. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf>. Acesso em: 3 maio 2011.
- MOLINA, S. *Turismo: metodologia e planejamento*. Bauru: Edusc, 2005.
- RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12. ed. Campinas: Papirus, 2005.
- RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

Aula 16

- BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.
- BOULLÓN, R. C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1994.
- BRAGA, D. C. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano nacional de turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão*. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf>. Acesso em: 3 maio 2011.
- _____. Ministério do Turismo. *Programa Turismo Sustentável e Infância*. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/programa_sustentavel_infancia/>. Acesso em: 2 maio 2011.
- IGNARRA, L. R. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- MOLINA, S. *Turismo: metodologia e planejamento*. Bauru: Edusc, 2005.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Desenvolvimento sustentável do ecoturismo: uma compilação de boas práticas*. São Paulo: Roca, 2004.
- RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12. ed. Campinas: Papirus, 2005.
- RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

Aula 17

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, R. C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1994.

BRAGA, D. C. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano nacional de turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão*. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf>. Acesso em: 3 maio 2011.

_____. Ministério do Turismo. *Programa Turismo Sustentável e Infância*. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/programa_sustentavel_infancia/>. Acesso em: 2 maio 2011.

MOLINA, S. *Turismo: metodologia e planejamento*. Bauru: Edusc, 2005.

OLIVEIRA, A. P. *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Desenvolvimento sustentável do ecoturismo: uma compilação de boas práticas*. São Paulo: Roca, 2004.

PREFEITURA DE PARATY. *Plano diretor de desenvolvimento turístico de Paraty: projetos*. Paraty: Solving Consultoria em Turismo, 2003.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 12 ed. Campinas: Papirus, 2005.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

ISBN 978-85-7648-955-9



9 788576 489559



UENF
Universidade Estadual
do Norte Fluminense



Universidade
Federal
Fluminense



UFRRJ



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



GOVERNO DO
Rio de Janeiro

SECRETARIA DE
CIÊNCIA E TECNOLOGIA



UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL

Ministério da
Educação



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA