

# Manuais do Patrimônio Mundial



## Gestão do turismo em Sítios do Patrimônio Mundial: manual prático para gestores de Sítios do Patrimônio Mundial

Por Arthur Pedersen

**ONU**   
meio ambiente

**TEMA**



# Gestão do turismo em Sítios do Patrimônio Mundial:

manual prático para gestores  
de Sítios do Patrimônio Mundial

Por Arthur Pedersen

Publicado em 2019 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, França e a Representação da UNESCO no Brasil, em cooperação com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), o Centro Lucio Costa e o Ministério da Cidadania, por meio do projeto 914BRZ4016.

© UNESCO 2019

WHC/2002/R/1



Esta publicação está disponível em acesso livre ao abrigo da licença Atribuição-Partilha 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Ao utilizar o conteúdo da presente publicação, os usuários aceitam os termos de uso do Repositório UNESCO de acesso livre (<http://unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-port>).

Título original: *Managing tourism at world heritage sites: a practical manual for world heritage site managers*. Publicado em 2002 e em 2005 pelo Centro do Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (ONU Meio Ambiente) e a TEMA (Suécia).

As indicações de nomes e a apresentação do material ao longo deste livro não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco da delimitação de suas fronteiras ou limites.

As ideias e opiniões expressas nesta publicação são as dos autores e não refletem obrigatoriamente as da UNESCO nem comprometem a Organização.

#### **Créditos da versão em português:**

##### *Coordenação técnica:*

UNESCO – Representação no Brasil

Marlova Jovchelovitch Noleto, Diretora e Representante

Isabel de Freitas Paula, Coordenadora *a.i.* do Setor de Cultura

Antía Vilela Díaz, Oficial de Projeto

Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Departamento de Cooperação e Fomento

CLC – Centro Lucio Costa

*Tradução:* Alcance Consultoria de Idiomas Ltda.

*Revisão técnica:* Setor de Cultura da Representação da UNESCO no Brasil e Iphan

*Revisão editorial e diagramação:* Unidade de Comunicação, Informação Pública e Publicações da Representação da UNESCO no Brasil

*Produção gráfica:* Divisão de Editoração e Publicações, Departamento de Cooperação e Fomento, Iphan

*Esclarecimento:* a UNESCO mantém, no cerne de suas prioridades, a promoção da igualdade de direitos entre homens e mulheres, em todas as suas atividades e ações. Devido à especificidade da língua portuguesa, adotam-se, nesta publicação, os termos no gênero masculino, para facilitar a leitura, considerando as inúmeras menções ao longo do texto. Assim, embora alguns termos sejam escritos no masculino, eles referem-se igualmente ao gênero feminino.

# Prólogo

*O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) ao longo de sua trajetória, iniciada em 1937, colocou-se na vanguarda entre seus pares estrangeiros ao compreender a preservação patrimonial não como fim em si mesma, mas enquanto ativo transversal, vinculando-a ao desenvolvimento, à educação e à sustentabilidade. Entende-se que, dessa perspectiva, uma das principais ferramentas que permite o transbordamento dos benefícios culturais da preservação patrimonial é uma política de turismo cultural bem desenhada e executada.*

*O turismo cultural é definido como a atividade turística em que a motivação do visitante é aprender, experimentar e descobrir as atrações culturais tangíveis e intangíveis de determinado destino turístico. Assim, representa uma importante ponte entre patrimônio e desfrute, conhecimento e experiência, dando subsídio à sustentação de cadeias turísticas que irradiam efeitos por toda a região e, ao fim, promovendo condições para fomentar a qualidade de vida das populações locais.*

*Como responsável pela conservação dos bens culturais brasileiros declarados Patrimônio Mundial, particularmente desde 1980, quando a Cidade Histórica de Ouro Preto se tornou o primeiro bem brasileiro nessa lista, o Iphan vem aprimorando sistematicamente as formas de gestão patrimonial no país. Progressivamente, tem-se mudado a percepção da sociedade sobre seus bens culturais, em que a preservação do patrimônio passa a ser vista não mais como um fardo para os gestores públicos, mas como importante fonte de recurso para cidades e regiões, gerando renda própria e tornando sustentável a política patrimonial.*

*Somente a gestão apropriada desses espaços complexos, porém, permite equilibrar turismo e proteção, mantendo a autenticidade e integridade dos bens. Com isso, a fim de superar esse desafio gerencial, o Iphan tem buscado suscitar o debate e promover espaços de colaboração e compartilhamento de boas práticas, inovações e experiências de sucesso entre os entes públicos, privados e a sociedade civil.*

*A publicação deste Manual em português se insere no contexto da Campanha Patrimônio + Turismo, promovida pelo governo federal em 2019, e visa propiciar aos gestores brasileiros elementos práticos para conciliar com sucesso a preservação da memória nacional e a exploração do potencial turístico. Torna-se palpável, assim, o desenvolvimento de estratégias sólidas de longo prazo, com metas, objetivos, canais de comunicação e indicadores de desempenho, bem como de formas criativas de financiamento.*

*Assim, essa ação prossegue na estratégia do Centro Lúcio Costa – Centro de Categoria 2 da UNESCO de traduzir para o português material de referência para subsídio de suas atividades formativas e do desenvolvimento de pesquisas aplicadas que favoreçam a reflexão e o aperfeiçoamento da gestão patrimonial, tema considerado fundamental no contexto atual do país.*

*Ao fim, espera-se contribuir com o debate sobre métodos e boas práticas de gestão turística do patrimônio brasileiro, despertando o potencial da região de forma sustentável aliado à responsabilidade cidadã em preservá-lo.*

**Kátia Bogéa**  
Presidente do Iphan

# Prefácio

*É um destino inevitável: as razões pelas quais um bem é escolhido para inscrição na Lista do Patrimônio Mundial são também os mesmos pelos quais milhões de turistas visitam esses sítios todos os anos. De fato, a convicção de que os Sítios do Patrimônio Mundial pertencem a todos e devem ser preservados para as gerações futuras é o mesmo princípio no qual a Convenção do Patrimônio Mundial é baseada. Então, como podemos unir nossas convicções com as nossas preocupações acerca do impacto do turismo nos Sítios do Patrimônio Mundial? A resposta é: por meio do turismo sustentável. Orientar governos, gestores de sítio e visitantes a respeito das práticas de turismo sustentável é a única maneira de garantir a segurança do patrimônio natural e cultural do nosso mundo.*

*Em 2002, a “atenção praticamente exclusiva” da comunidade internacional se voltou para o turismo e seu impacto sobre o nosso patrimônio cultural e natural. O foco começou com a declaração do ano de 2002 como o “Ano do Patrimônio Cultural” pela Organização das Nações Unidas. Depois, em maio, a cidade de Québec sediou a primeira Cúpula Mundial de Ecoturismo, cuja Declaração sobre o desenvolvimento do Ecoturismo no contexto do desenvolvimento sustentável foi posteriormente apresentada na Cúpula Mundial de Joanesburgo. Em novembro, “patrimônio, turismo e desenvolvimento” foi um dos focos do Congresso Internacional de Veneza, por ocasião do 30º aniversário da Convenção do Patrimônio Mundial. Por meio da publicação deste manual, nosso objetivo é aproveitar este impulso, colocando em ação todas as ideias, teorias e planos para o turismo sustentável.*

*Ao aprender a “pisar com cuidado” na terra, estamos garantindo não só o futuro dos Sítios do Patrimônio Mundial, mas também o do turismo. É uma situação vantajosa para todos os envolvidos: o sítio é melhor protegido e conservado, o turista tem uma visita mais agradável, e a economia local é estimulada.*

*O turismo é uma questão muito importante na gestão de sítios naturais e culturais do Patrimônio Mundial. É uma indústria com custos bem conhecidos, mas também com o potencial para ajudar os esforços de proteção. Reconhecemos este potencial e estamos convencidos de que, por meio do engajamento e da aplicação de medidas adequadas nos diferentes níveis do processo do turismo sustentável, é possível que ele gere ganhos para o sítio. Este manual tem o objetivo de orientar os gestores de sítios para esse fim.*

*Dedicamos o presente manual, o primeiro de uma série de guias práticos do Patrimônio Mundial, aos homens e mulheres que lutam todos os dias, sem medir esforços, para proteger os tesouros inestimáveis do nosso mundo.*

*Finalmente, agradeço à empresa TEMA e ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (ONU Meio Ambiente) por apoiar a iniciativa do Centro de elaborar e publicar um manual de fácil utilização para os gestores de Sítios do Patrimônio Mundial.*

**Francesco Bandarin**  
Ex-diretor, Centro do Patrimônio Mundial da UNESCO  
Paris, França

# Prefácio

*Tenho orgulho de apresentar este manual, mais uma valiosa contribuição para o Ano Internacional do Ecoturismo em 2002. O turismo é uma das maiores indústrias do mundo, com quase 700 milhões de turistas internacionais em 2002, e pode se tornar uma ferramenta essencial para superar as perdas de biodiversidade e erradicar a pobreza, particularmente em ecossistemas sensíveis e áreas protegidas. O fato é que um meio ambiente social e natural saudável é o primeiro e o mais importante ativo para esta indústria global. E para todos os que participam dela, uma boa estratégia comercial é serem aliados naturais da sustentabilidade.*

*Áreas protegidas, particularmente os Sítios do Patrimônio Mundial, são algumas das principais atrações turísticas, e estão recebendo cada vez mais visitantes. Os Sítios do Patrimônio Mundial são lugares culturais e paisagens naturais que abrangem todo tipo de ecossistemas, e são cuidadosamente selecionados por meio de um processo resultante de um acordo multilateral firmado em 1972 envolvendo 175 países. A conservação desses sítios exige práticas adequadas para garantir a sua gestão ambientalmente correta e, ao mesmo tempo, fazer com que as comunidades locais se beneficiem da existência do sítio.*

*Os potenciais benefícios econômicos que o turismo pode trazer não se concretizarão sem um planejamento cuidadoso. De fato, o seu desenvolvimento descontrolado pode causar grandes impactos negativos sobre essas “joias” do patrimônio da humanidade. Os gestores de Sítios do Patrimônio Mundial estão, muitas vezes, inadequadamente preparados para lidar com os desafios da visitação e para negociar com a complexa indústria turística. Sua formação, na maioria das vezes, vem do setor florestal, da gestão ambiental pública e das ciências biológicas, portanto conceitos como gestão de negócios, marketing e gestão de risco empresarial ainda são relativamente novos para muitos desses gestores. Uma abordagem prática com estudos de caso é usada no manual para explicar esses e outros conceitos para que os gestores de parques possam projetar e desenvolver a visitação de acordo com as necessidades e limites dos planos diretores de um sítio.*

*Em 2002, a ONU Meio Ambiente, a UICN e a Organização Mundial do Turismo publicaram o livro intitulado “Turismo sustentável em áreas protegidas”, escrito pelo dr. Paul Eagles, da Comissão Mundial de Áreas Protegidas, com a contribuição de muitos outros especialistas internacionais. O livro visa construir uma melhor compreensão das questões relacionadas ao turismo em áreas protegidas e oferecer orientações sobre como abordá-las. O presente manual complementa de forma eficaz a publicação anterior: ele aborda as necessidades específicas dos gestores de Sítios do Patrimônio Mundial, orientando-os ao longo do processo de planejamento e gestão de visitantes. Este é um novo marco na longa colaboração da ONU Meio Ambiente com a UNESCO na melhoria dos benefícios para áreas protegidas por meio do turismo sustentável. Estou certa de que a presente publicação resultará em um aumento da cooperação e das parcerias entre os gestores de Sítios do Patrimônio Mundial, a indústria do turismo, as comunidades locais, os governos e os viajantes.*

**Jacqueline Aloisi de Lardere**  
*Ex-diretora executiva adjunta e ex-diretora,  
Divisão de Tecnologia, Indústria e Economia,  
Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente*

# Apresentação

Com todos os outros manuais de turismo que já existem, cabe se perguntar por que escrever outro. Esta é, naturalmente, uma pergunta legítima que deve ser respondida pelo autor.

A resposta é bastante simples: este manual surge do desejo de ver o que já está sendo feito na área, tentando dar um sentido a tudo isso, fazendo comparações com a minha própria experiência e colocando o que eu aprendi em um estilo de linguagem que todos possam entender. Tendo trabalhado na gestão e planejamento de visitantes durante muitos anos, eu queria saber o que descobrimos ao usar o turismo como uma ferramenta para beneficiar a conservação.

Na verdade, este manual é apenas o início de uma série planejada de manuais para gestores de Sítios do Patrimônio Mundial que aborda questões turísticas. Por que o foco em Sítios do Patrimônio Mundial? Talvez isso seja melhor explicado citando uma pergunta do Chefe da Seção do Patrimônio Natural do Centro do Patrimônio Mundial, Natarajan Ishwaran, que uma vez perguntou: “se não pudermos salvar os Sítios do Patrimônio Mundial, o que poderemos salvar?”. É isso que me tem guiado. Ao continuar a trabalhar com os Sítios do Patrimônio Mundial, percebi o importante papel da Convenção do Patrimônio Mundial.

O que este manual faz, e o que o torna diferente dos demais, é resumir o processo lógico e holístico da gestão do turismo e de visitantes que aparece na literatura que trata de gestão. Na minha experiência, quando uma pessoa compreende o processo e possui uma visão global de como as coisas se encaixam em determinada área, é muito mais fácil lidar com a matriz de detalhes técnicos que compõem a maioria dos campos de estudo modernos. Sem esse conhecimento, aqueles que não são especialistas podem se perder na complexidade.

O turismo sustentável bem-sucedido exige um processo de estreito envolvimento. Trata-se de ter ideias claras sobre as metas e objetivos, saber para onde se deseja ir, definir essas metas e objetivos dentro das restrições legais e sociais e, em seguida, negociar com os grupos de interesse relevantes para tentar incorporar suas necessidades neste conjunto. Isso também significa monitorar continuamente para ver se estas metas elusivas estão sendo alcançadas e, se não estiverem, decidir quais medidas devem ser tomadas para que o programa volte aos rumos. Em teoria, este processo é simples, mas difícil de ser implementado e sustentado na prática.

Alguém me disse uma vez que “as ideias devem ser percebidas como afinidades e não imposições”, e eu tentei, com a ajuda da minha excelente editora Gina Dogget, direcionar o texto para este fim.

**Arthur Pedersen**

# Sumário

<b>Introdução</b>	<b>1</b>	<i>Página 13</i>
<b>A Convenção do Patrimônio Mundial</b>	<b>1</b>	<i>Página 15</i>
<b>A indústria do turismo: implicações para gestores</b>	<b>2</b>	<i>Página 23</i>
<b>Impactos e problemas do turismo</b>	<b>3</b>	<i>Página 31</i>
<b>Envolvimento das partes interessadas: os benefícios e desafios da participação pública</b>	<b>4</b>	<i>Página 41</i>
<b>Definição de metas para políticas e objetivos de gestão</b>	<b>5</b>	<i>Página 51</i>
<b>Capacidade de acolhimento e questões relacionadas ao planejamento</b>	<b>6</b>	<i>Página 63</i>
<b>Estratégias e soluções para a gestão de problemas do turismo</b>	<b>7</b>	<i>Página 71</i>
<b>Promoção de um sítio</b>	<b>8</b>	<i>Página 87</i>
<b>Apêndice 1: Pesquisas com turistas: técnicas e modelos</b>		<i>Página 97</i>
<b>Apêndice 2: Carta Internacional sobre o Turismo Cultural</b>		<i>Página 103</i>
<b>Apêndice 3: Editoras de guias, revistas e jornais</b>		<i>Página 107</i>





# Introdução

O turismo é uma das maiores indústrias do mundo. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (*World Travel and Tourism Council* – WTTC) estima que essa atividade gera cerca de 12% do PIB total mundial. Com estudos prevendo um crescimento contínuo, o turismo é um fator cada vez mais importante no planejamento e na gestão dos Sítios do Patrimônio Mundial da UNESCO.

Embora não tenham sido coletados dados oficiais, a inscrição de um sítio na Lista do Patrimônio Mundial coincide frequentemente com um aumento das taxas de visitação. Mesmo nos lugares onde essas taxas são mais moderadas, o turismo é uma questão importante nos Sítios do Patrimônio Mundial. Em 1993, um estudo conjunto do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (ONU Meio Ambiente) e da UNESCO mostrou que a maioria dos gestores de sítios naturais considerava o turismo uma questão fundamental, o que foi revelado também em entrevistas e levantamentos realizados pelo Centro do Patrimônio Mundial em sítios culturais.

O turismo oferece vantagens bem conhecidas: os ingressos, as concessões e as doações fornecem recursos para as atividades de restauração e proteção; os visitantes podem se tornar “amigos de um sítio” e ajudar a gerar apoio internacional; os operadores turísticos e as cadeias hoteleiras podem participar na gestão de um sítio, fazendo contribuições financeiras, auxiliando nos esforços de monitoramento ou orientando os seus clientes a praticarem o turismo responsável. O turismo também pode promover os valores culturais, apoiando o artesanato local ou gerando atividades econômicas alternativas.

No lado negativo, o turismo gera problemas bem conhecidos. Gerenciar o rápido crescimento dessa atividade é um processo demorado que exige políticas claras, diálogo contínuo com as partes interessadas e um monitoramento constante. As atividades de turismo exigem avaliações de impacto ambiental (EIA) e procedimentos para minimizá-los. Em sítios com equipes e orçamentos limitados, o crescimento do turismo pode sobrecarregar os escassos recursos e tirar o foco dos gestores das atividades de proteção.

Embora o turismo possa contribuir para os esforços de proteção e restauração, atingir o equilíbrio entre os ganhos econômicos e os impactos indesejáveis pode ser difícil. Os gestores sabem que uma atração turística deve ser renovada periodicamente para se manter competitiva e, no caso dos Sítios do Patrimônio Mundial, eles também estão cientes da sua obrigação internacional de manter ou restaurar os valores originais do sítio. Esta responsabilidade levanta questões difíceis em relação ao grau de mudança que deve ser permitido para adequar o sítio ao crescimento do turismo. Outro problema é garantir que uma parcela das receitas turísticas permaneça na comunidade como uma forma de promover os esforços locais de proteção, conservação e restauração.

Para enfrentar estes e outros desafios, os gestores solicitaram treinamento e informação sobre o Patrimônio Mundial, bem como exemplos concretos de procedimentos para poder resolver as questões relacionadas ao planejamento do turismo. O Centro do Patrimônio Mundial respondeu aumentando o seu apoio à formação na gestão turística, incluindo a publicação do presente manual.

Este manual aborda as necessidades identificadas pelos gestores de sítios e pelos centros de treinamento. Ele fornece um conjunto de metodologias e práticas de gestão destinadas a ajudar os gestores a resolver problemas relacionados ao turismo e também estabelece uma terminologia comum com o objetivo de facilitar a comunicação e o intercâmbio de informações entre os gestores. Os assuntos abordados incluem a UNESCO, a Convenção do Patrimônio Mundial e o Centro do Patrimônio Mundial, a indústria do turismo, o relacionamento com o público, as questões de capacidade de acolhimento, os impactos do turismo, as estratégias de gestão de visitantes e a interpretação e promoção. Muitos desses assuntos são ilustrados por pequenos estudos de caso.

Esta obra também oferece um conjunto de ferramentas aplicáveis à elaboração de pesquisas, implementação de políticas e gestão de monitoramento, promoção de sítios e comunicação com as partes interessadas. Os gestores podem selecionar os procedimentos que são adequados para diferentes sítios e adaptá-los à sua realidade.



Os leitores observarão que o manual aborda o turismo tanto em sítios culturais quanto naturais. Embora a gestão de visitantes apresente diferentes questões conforme o tipo do sítio, ambos possuem muitos pontos em comum, como a definição de metas e objetivos, o relacionamento com as partes interessadas, a solução de questões relativas à capacidade de acolhimento e as atividades de interpretação e promoção. Além disso, muitos Sítios do Patrimônio Mundial, embora listados como naturais ou culturais, protegem os dois tipos de recursos.

A experiência tem mostrado que a gestão de visitantes é como um número de equilíbrio que exige a criação de uma política turística baseada em metas de conservação e preservação que devem ser apoiadas por todas as partes interessadas, respeitando os mandatos legais, incentivando o debate contínuo e monitorando as atividades turísticas. Este manual tenta reunir estes diversos fatores para fornecer aos gestores um marco de referência prático que sirva como base para suas atividades.

# A Convenção do Patrimônio Mundial



*Parque Nacional da Serra da Capivara, Brasil*

© UNESCO/Edson Fogaça

A compreensão das responsabilidades assumidas no âmbito da Convenção do Patrimônio Mundial é essencial para a definição de políticas e a tomada de decisões. As Diretrizes Operacionais que acompanham a Convenção têm uma grande influência na gestão do turismo, proporcionando orientações úteis a respeito de responsabilidades, por exemplo, a emissão de relatórios periódicos. A Rede do Patrimônio Mundial também oferece referências únicas, e o Centro do Patrimônio Mundial possui uma série de recursos disponíveis para gestores de turismo, incluindo materiais de informação pública.

## 1.1 A Convenção do Patrimônio Mundial

**1.1.1 A Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, assinada em Paris em 16 de novembro de 1972, é um acordo internacional por meio do qual as nações se uniram para conservar uma coleção de tesouros insubstituíveis do mundo.** Cada país, ou “Estado-parte” da Convenção, reconhece o seu dever primordial de assegurar a identificação, a proteção, a conservação e a transmissão do patrimônio cultural e natural situado no seu território às futuras gerações.

Até o momento, mais de 170 Estados-partes assinaram a Convenção do Patrimônio Mundial, tornando-a um dos instrumentos de proteção mais poderosos do mundo. É o único instrumento jurídico internacional para a proteção de sítios culturais e naturais que incentiva a cooperação entre as nações para salvaguardar o seu patrimônio.

**1.1.2 O Comitê Intergovernamental do Patrimônio Mundial é composto por 21 Estados-partes eleitos para um mandato de seis anos pela Assembleia Geral dos Estados-partes da Convenção do Patrimônio Mundial.** O Comitê é responsável pela implementação da Convenção e determina quais sítios serão incluídos na Lista do Patrimônio Mundial, com base nas recomendações de dois órgãos consultivos: o Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS) para sítios culturais e a União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) para os sítios naturais. Um terceiro órgão consultivo, o Centro Internacional de Estudos para a Conservação e Restauro de Bens Culturais (ICCROM), presta assessoria especializada na restauração de monumentos e na gestão do patrimônio cultural, bem como organiza treinamentos para especialistas.

Os seis membros do Bureau do Comitê do Patrimônio Mundial, que dá suporte ao Comitê na interpretação da Convenção, se reúnem duas vezes por ano para avaliar candidaturas de sítios e solicitações de assistência financeira. O Comitê e o seu Bureau examinam os relatórios sobre o “estado de conservação” dos sítios já inscritos na Lista do Patrimônio Mundial e fazem recomendações aos Estados-partes a respeito da conservação do sítio, prestando assistência técnica ou financeira, conforme adequado e dentro do orçamento disponível, para garantir a proteção da integridade e da autenticidade dos sítios.

### **Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural**

#### **TRECHOS**

*[...] perante a extensão e a gravidade dos novos perigos que os ameaçam, incumbe à coletividade internacional, no seu todo, participar na proteção do patrimônio cultural e natural, de valor universal excepcional, mediante a concessão de uma assistência coletiva que sem se substituir à ação do Estado interessado a complete de forma eficaz;*

*Cada um dos Estado-parte na presente Convenção deverá reconhecer que a obrigação de assegurar a identificação, proteção, conservação, valorização e transmissão às gerações futuras do patrimônio cultural e natural referido nos artigos 1º e 2º e situado no seu território constitui obrigação primordial.*

*[...] os Estados-parte na presente Convenção reconhecem que o referido patrimônio constitui um patrimônio universal para a proteção do qual a comunidade internacional no seu todo tem o dever de cooperar.*

*É criado junto à Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, um comitê intergovernamental para a proteção do patrimônio cultural e natural de valor universal excepcional denominado Comitê do Patrimônio Mundial.*

*O Comitê deverá estabelecer, atualizar e difundir, sempre que as circunstâncias o exijam, sob o nome de “lista do patrimônio mundial em perigo”, uma lista dos bens que figurem na lista do patrimônio mundial para a salvaguarda dos quais sejam necessários grandes trabalhos e para os quais tenha sido pedida assistência, nos termos da presente Convenção.*

*Qualquer Estado-parte na presente Convenção poderá solicitar assistência internacional em favor dos bens do patrimônio cultural ou natural de valor universal excepcional situados no seu território.*

A Convenção protege centenas de sítios de “valor universal excepcional”, incluindo sítios culturais, naturais e mistos. Para ser incluído na Lista do Patrimônio Mundial, um bem deve cumprir um ou mais dos critérios culturais ou naturais específicos, e seu(s) valor(es) devem sobreviver ao teste de autenticidade e/ou integridade. A Convenção estabelece quatro critérios para sítios naturais e seis para sítios culturais como meio de determinar os valores pelos quais um bem pode ser designado como um Sítio do Patrimônio Mundial.

**1.1.3 Proposta de inscrição de um sítio na Lista do Patrimônio Mundial deve ser apresentada pelo Estado-parte.** A proposta inclui um plano detalhando como o sítio é gerido e protegido, uma descrição dos seus valores como

parte do Patrimônio Mundial e uma justificativa para inscrevê-lo na Lista do Patrimônio Mundial. O Comitê do Patrimônio Mundial decide inscrever um sítio na Lista após examinar as avaliações conduzidas pelo ICOMOS e/ou pela UICN.

**1.1.4 Os Sítios do Patrimônio Mundial são colocados na Lista do Patrimônio Mundial em Perigo quando o Comitê do Patrimônio Mundial considerar que um sítio está sujeito a ameaças comprovadas ou potenciais, tais como a degradação resultante da urbanização descontrolada ou a exploração insustentável dos recursos naturais.** O Comitê poderá ser alertado a respeito de possíveis perigos aos quais um Sítio do Patrimônio Mundial está sujeito, e então decidir, em consulta com o Estado-parte, se deve colocá-lo na Lista do Patrimônio Mundial em Perigo.

A Lista do Patrimônio Mundial em Perigo pode servir como uma ferramenta de conservação, dando aos países acesso à assistência técnica internacional. É também uma forma de mobilizar apoio político e público em âmbito nacional para a conservação de um sítio em perigo.

## 1.2 Responsabilidades

**1.2.1 Responsabilidades do Estado-parte.** Uma vez que um sítio esteja inscrito na Lista do Patrimônio Mundial, a principal responsabilidade do Estado-parte é preservar os valores pelos quais o sítio foi inscrito. O Artigo 5º da Convenção pede que cada Estado-parte assegure a proteção, a conservação e a apresentação dos bens do patrimônio cultural e natural situados em seu território, tomando as devidas medidas jurídicas. A Convenção convoca os governos a “adotar uma política geral com vistas a atribuir função ao patrimônio cultural e natural na vida coletiva e a integrar sua proteção aos programas de planejamento”. As recomendações incluem levar em conta os planos locais e nacionais, as previsões de crescimento ou declínio populacional, fatores econômicos e projeções de tráfego, assim como tomar medidas preventivas contra desastres.

**1.2.2 Responsabilidades do Centro do Patrimônio Mundial.** O Centro do Patrimônio Mundial, estabelecido em 1992, atua como secretaria de trabalho dos órgãos estatutários da Convenção. Ele ajuda os Estados-partes a implementar a Convenção e a desenvolver e fortalecer as capacidades locais e nacionais para a proteção e a gestão de longo prazo dos sítios. O Centro coordena o intercâmbio internacional de conhecimento e assistência, coleta e difunde informações sobre o estado dos Sítios do Patrimônio Mundial e mantém bancos de dados contendo os dossiês de inscrição de todos os Sítios do Patrimônio Mundial. O Centro trabalha em estreita cooperação com os Estados-partes, os órgãos consultivos e os setores de Cultura, Ciências, Educação, Ciências Sociais e Humanas, e Comunicação da UNESCO. Além disso, o Centro desenvolve materiais informativos para os meios de comunicação, os tomadores de decisão, as autoridades locais, o setor privado, as comunidades locais e os gestores de sítio. As informações estão disponíveis em formato impresso e na internet.

## 1.3 Orientação do Centro do Patrimônio Mundial

**1.3.1 Atividades relacionadas ao turismo realizadas pelo Centro do Patrimônio Mundial.** O Centro do Patrimônio Mundial está envolvido em uma série de atividades relacionadas ao turismo, incluindo a realização de missões para examinar os projetos de desenvolvimento turístico que afetam os valores inscritos de um sítio. Tais missões incluíram avaliações do impacto de voos de helicópteros nas Cataratas do Iguaçu no Brasil; do turismo sobre a vida selvagem nas Ilhas Galápagos; projetos de teleférico em Machu Picchu, no Peru, e no Parque Nacional de Morne Trois Piton, em Dominica; e a redução e gestão dos fluxos turísticos nos sítios de Alhambra, Generalife e Albayzín em Granada, Espanha.

### Quem é quem na Convenção do Patrimônio Mundial

*De acordo com a Convenção, um Comitê do Patrimônio Mundial composto por 21 membros é eleito pela Assembleia Geral de todos os Estados-partes para um mandato de seis anos. O Comitê recebe assessoria técnica de vários grupos consultivos na seleção dos sítios a serem listados e no planejamento de suas atividades.*

*A Convenção específica, em particular, o papel de três órgãos consultivos que apoiam o Comitê em questões técnicas. O Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), organização não governamental fundada em 1965 com uma secretaria internacional em Paris, auxilia o Comitê do Patrimônio Mundial na seleção de sítios culturais a serem inscritos na Lista do Patrimônio Mundial. O Centro Internacional de Estudos para a Conservação e Restauro de Bens Culturais (ICCROM), órgão intergovernamental criado pela UNESCO em 1956 e sediado em Roma, presta consultoria especializada para a conservação dos bens culturais e oferece atividades de treinamento. A União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN), outra agência intergovernamental criada pela UNESCO em 1948 e sediada em Gland, na Suíça, assessora o Comitê na seleção e conservação dos sítios do patrimônio natural.*

*O papel da UNESCO como Secretaria do Comitê do Patrimônio Mundial é especificamente mencionado na Convenção. Para coordenar as atividades relacionadas ao Patrimônio Mundial, que foram conduzidas pelos diferentes serviços da UNESCO desde a origem da Convenção, o diretor-geral da UNESCO estabeleceu em 1992 o Centro do Patrimônio Mundial como o ponto focal dentro da Organização. O Centro administra o Fundo do Patrimônio Mundial, atualiza o banco de dados e a Lista do Patrimônio Mundial e organiza as reuniões dos órgãos estatutários da Convenção, como o Comitê do Patrimônio Mundial. O Centro também organiza a assistência técnica a pedido dos Estados-partes, mobiliza a cooperação internacional, especialmente para ações de emergência quando*

os Sítios do Patrimônio Mundial estão ameaçados, e coordena os relatórios sobre as condições de preservação dos sítios. A organização de seminários técnicos e workshops, o desenvolvimento de materiais didáticos para conscientização do público a respeito dos conceitos do Patrimônio Mundial e a manutenção dos meios de comunicação informados sobre as questões relacionadas estão também entre as atividades realizadas pelo Centro do Patrimônio Mundial da UNESCO. O Centro trabalha em estreita colaboração com outras entidades dentro da Organização e com outras instituições especializadas.

A Convenção do Patrimônio Mundial exerce uma influência contínua nas políticas de turismo. Nas Ilhas Galápagos, especialistas apoiados pelo Fundo do Patrimônio Mundial contribuíram com políticas para criar fluxos turísticos ideais para as ilhas e com medidas para reduzir o impacto dos visitantes no sítio. Em outros lugares, por exemplo, no Sítio do Patrimônio Mundial de El Vizcaino, no México, o turismo sustentável tem sido recomendado como uma alternativa às atividades econômicas que trazem riscos para um sítio.

Os funcionários do Centro também prestam apoio para *workshops* regionais sobre Patrimônio Mundial e gestão de áreas protegidas. O turismo é um importante assunto para debate na maioria dos *workshops*, e alguns são especificamente focados em questões turísticas, como um *workshop* sobre turismo sustentável em Hue, Vietnã, em 1993, e um sobre turismo e comunidades locais em Bhaktapur, Nepal, em 2000. Em 1993, o Centro, juntamente com a ONU Meio Ambiente, realizou um estudo intitulado "Gestão do Turismo em Sítios Naturais do Patrimônio Mundial". As informações dos levantamentos deste estudo mostraram que os gestores de sítios consideravam o turismo como uma questão essencial da gestão. Tais conclusões orientaram esforços como este manual, que foi compilado em colaboração com a ONU Meio Ambiente e a empresa de turismo sueca TEMA.

### **Crítérios para a inclusão de bens culturais na Lista do Patrimônio Mundial**

Os critérios para a inclusão de bens culturais na Lista do Patrimônio Mundial são considerados no âmbito do Artigo 1º da Convenção, que é reproduzido abaixo:

**Os monumentos:** obras arquitetônicas, esculturas ou pinturas monumentais, objetos ou estruturas arqueológicas, inscrições, grutas e conjuntos de valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

**Os conjuntos:** grupos de construções isoladas ou reunidas, que, por sua arquitetura, unidade ou integração à paisagem, têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

**Os sítios:** obras do homem ou obras conjugadas do homem e da natureza, bem como áreas, que incluem os sítios arqueológicos, de valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico.

Um monumento, conjunto ou sítio, como definido acima, que seja nomeado para inclusão na Lista do Patrimônio Mundial será considerado como tendo "valor universal excepcional" para efeitos da Convenção, quando o Comitê constatar o cumprimento de um ou mais dos critérios a seguir, além do critério de autenticidade. Portanto, cada um dos bens nomeados deve:

- (i) representar uma obra-prima do gênio criativo humano; ou
- (ii) ser a manifestação de um intercâmbio considerável de valores humanos durante um determinado período ou em uma área cultural específica, no desenvolvimento da arquitetura, das artes monumentais, de planejamento urbano ou de paisagismo; ou
- (iii) aportar um testemunho único ou excepcional de uma tradição cultural ou de uma civilização ainda viva ou que tenha desaparecido; ou
- (iv) ser um exemplo excepcional de um tipo de construção ou de conjunto arquitetônico ou tecnológico, ou de paisagem que ilustre uma ou várias etapas significativas da história da humanidade; ou
- (v) constituir um exemplo excepcional de habitat ou estabelecimento humano tradicional ou do uso da terra, que seja representativo de uma cultura ou de culturas, especialmente as que tenham se tornado vulneráveis por efeitos de mudanças irreversíveis; ou
- (vi) estar associados diretamente ou tangivelmente a acontecimentos ou tradições vivas, com ideias ou crenças, ou com obras artísticas ou literárias de significado universal excepcional (o Comitê considera que este critério não deve justificar a inscrição na Lista, salvo em circunstâncias excepcionais e na aplicação conjunta com outros critérios culturais ou naturais).

### **Crítérios para a inclusão de bens naturais na Lista do Patrimônio Mundial**

Em conformidade com o Artigo 2º da Convenção, considera-se o seguinte como "patrimônio natural":

"os monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas ou por conjuntos de formações de valor universal excepcional do ponto de vista estético ou científico; as formações geológicas e fisiográficas, e as

*zonas estritamente delimitadas que constituam habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas de valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação; os sítios naturais ou as áreas naturais estritamente delimitadas detentoras de valor universal excepcional do ponto de vista da ciência, da conservação ou da beleza natural”.*

*Um bem do patrimônio natural, como definido acima, que seja proposto para inclusão na Lista do Patrimônio Mundial será considerado como tendo “valor universal excepcional” para efeitos da Convenção, quando o Comitê constatar o cumprimento de um ou mais dos critérios mostrados a seguir, além dos critérios de integridade. Os sítios nomeados devem, portanto:*

- (i) ser exemplos excepcionais representativos dos diferentes períodos da história da Terra, incluindo o registro da evolução, dos processos geológicos significativos em curso, do desenvolvimento das formas terrestres ou de elementos geomórficos e fisiográficos significativos; ou [...]*
- [...] (ii) ser exemplos excepcionais que representem processos ecológicos e biológicos significativos para a evolução e o desenvolvimento de ecossistemas terrestres, costeiros, marítimos e de água doce e de comunidades de plantas e animais; ou*
- (iii) conter fenômenos naturais extraordinários ou áreas de uma beleza natural e uma importância estética excepcionais; ou*
- (iv) conter os habitats naturais mais importantes e mais representativos para a conservação in loco da diversidade biológica, incluindo aqueles que abrigam espécies ameaçadas que possuem um valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação.*

Para aumentar a eficácia da gestão, o Centro está criando uma página na internet com informações que permitirão aos gestores partilharem estudos de caso e melhores práticas, dos quais podem selecionar e adaptar abordagens adequadas aos seus sítios. Junto com outras unidades da UNESCO, o Centro apoia a Carta do Turismo Cultural Sustentável do ICOMOS. Essas diretrizes incluem um resumo completo das políticas de turismo cultural que podem ajudar no desenvolvimento de políticas no país e no sítio. Muitas das recomendações podem ser adaptadas para as áreas naturais.

**1.3.2 Diretrizes Operacionais.** As Diretrizes Operacionais para a Implementação da Convenção do Patrimônio Mundial estabelecem as medidas que os Estados-partes devem tomar para cumprir as obrigações de proteção. As diretrizes contêm informações sobre os requisitos de monitoramento, utilização do logotipo do Patrimônio Mundial e oportunidades para assistência técnica, treinamento, e assistência preparatória e emergencial. No âmbito do sítio, as Diretrizes Operacionais podem oferecer informações sobre a assistência disponível aos gestores por meio da Rede do Patrimônio Mundial.

**1.3.3 Os materiais promocionais e educativos disponibilizados pelo Centro incluem um conjunto de 30 painéis expositivos que explicam o processo de conservação do Patrimônio Mundial, desde a identificação de um potencial sítio até a sua inscrição e gestão,** e podem ser usados livres de restrições de direitos autorais para fins não comerciais. Eles podem também ser baixados como arquivos PDF ou obtidos diretamente do Centro. Os temas e textos de alguns dos painéis são os seguintes:

- **Turismo e gestão do sítio**
- **Turismo sustentável: equilibrando o melhor dos dois mundos**  
Os Sítios do Patrimônio Mundial atraem turistas, e o turismo é a maior indústria do mundo, e a que cresce mais rapidamente. Quais serão as consequências desta tremenda expansão para a integridade dos sítios?
- **Cultura/natureza: a relação com a preservação**  
O emblema do Patrimônio Mundial simboliza a interdependência da diversidade natural e cultural do mundo. O Comitê do Patrimônio Mundial adotou, em 1994, uma estratégia global para uma Lista do Patrimônio Mundial mais representativa para o século XXI. Trata-se tanto de um marco conceitual como de uma metodologia pragmática e operacional.
- **Paisagens culturais: interação entre as pessoas e a natureza**  
Como parte dos esforços para tornar a Lista do Patrimônio Mundial mais universal e representativa, o conceito de paisagens culturais foi elaborado em 1992 para reconhecer as interações significativas entre as pessoas e o meio ambiente natural.
- **O Projeto Cidades: perspectivas para o século XXI**  
Como centros de civilidade e urbanidade e um lugar de trocas e encontros, as cidades desempenharam um papel vital no desenvolvimento da civilização ao longo do tempo.
- **O Patrimônio Mundial nas mãos dos jovens**  
Somente ao incutir um profundo senso de responsabilidade nos jovens em relação ao Patrimônio Mundial, poderemos garantir a preservação da diversidade cultural e natural do planeta.

Nesse sentido, é útil também o *kit* de materiais pedagógicos para os professores intitulado: “Patrimônio Mundial nas Mãos dos Jovens”. Esse material está publicado em árabe, chinês, inglês, francês e espanhol, e mais de 20 versões em outros idiomas estão sendo preparadas. O *kit* está disponível no site do Centro de Patrimônio Mundial da UNESCO e também pode ser adquirido em livrarias da ONU e da UNESCO em inglês, espanhol e francês.

Diversos filmes já foram produzidos sobre os Sítios do Patrimônio Mundial, e suas informações estão disponíveis no Centro do Patrimônio Mundial.

**1.3.4 Uso do emblema do Patrimônio Mundial. O emblema representa um potencial para angariação de recursos e sua utilização pode aumentar o valor comercial dos produtos nos quais aparece.** Ele simboliza a Convenção, significa a adesão dos Estados-partes à



Convenção e serve para identificar sítios inscritos na Lista do Patrimônio Mundial. O emblema deve ser usado para promover os objetivos da Convenção e melhorar o conhecimento a respeito da Convenção em todo o mundo. Ele não deve ser utilizado para fins comerciais não autorizados. As Diretrizes Operacionais incluem orientações a respeito do uso do emblema por Sítios do Patrimônio Mundial e outras partes contratantes, especialmente aquelas que operam com fins predominantemente comerciais.

## 1.4 Atividades de monitoramento envolvendo gestores de sítio

**1.4.1 Monitoramento reativo. Diversos tipos de monitoramento em Sítios do Patrimônio Mundial podem incluir os gestores de sítio.** Quando um sítio enfrenta uma ameaça, o Comitê do Patrimônio Mundial ou o Estado-parte pode solicitar o monitoramento reativo. Com base nos relatórios de monitoramento reativo, o Comitê do Patrimônio Mundial faz recomendações direcionadas à solução desses problemas, as quais são utilizadas também quando é necessária a obtenção de assistência internacional. Isso pode incluir financiamento para estudos sobre atividades econômicas alternativas que seriam menos prejudiciais ao sítio, como, por exemplo, um programa de turismo sustentável. As missões de monitoramento reativo são organizadas pelo Centro do Patrimônio Mundial e realizadas por especialistas internacionais.

### Os objetivos dos relatórios periódicos

*Para garantir a aplicação eficiente da Convenção do Patrimônio Mundial, é essencial que todos os atores envolvidos tenham acesso às informações atualizadas sobre a aplicação da Convenção e sobre o estado de conservação dos bens do Patrimônio Mundial.*

*Para estabelecer essas informações, o Comitê do Patrimônio Mundial tomou uma série de decisões a respeito de relatórios periódicos na sua 22ª sessão, celebrada em 1998. Em conformidade com o Artigo 29 da Convenção do Patrimônio Mundial, os Estados-partes na Convenção fornecerão relatórios periódicos, nos quais indicarão as “disposições legislativas, regulamentares e as demais medidas adotadas para a aplicação da Convenção, bem como a experiência adquirida nesse campo”.*

*Os relatórios periódicos têm o objetivo de oferecer:*

- uma avaliação da aplicação da Convenção do Patrimônio Mundial pelo Estado-parte;
- uma avaliação que indique se os valores do Patrimônio Mundial dos bens inscritos na Lista do Patrimônio Mundial estão sendo mantidos ao longo do tempo;
- informações atualizadas a respeito de mudanças nas circunstâncias e do estado de conservação dos bens; e
- um mecanismo para a cooperação regional e o intercâmbio de informações e experiências entre os Estados-partes no que diz respeito à aplicação da Convenção e à conservação do Patrimônio Mundial.

**1.4.2 Relatórios periódicos. Relatórios periódicos devem ser apresentados pelos Estados-partes, a cada seis anos, sobre o estado de conservação dos Sítios do Patrimônio Mundial.** O Centro do Patrimônio Mundial pode ajudar os Estados-partes na preparação dos relatórios. Eles também devem apresentar relatórios e estudos de impacto quando são realizados trabalhos em grande escala nos sítios e que possam impactar no seu estado de conservação. Estratégias proativas estão sendo desenvolvidas para o monitoramento do patrimônio em cada uma das regiões.

O Comitê do Patrimônio Mundial optou por uma abordagem regional aos relatórios periódicos como um meio de promover a colaboração e as estratégias regionais. Para cada estratégia regional será gerado um Relatório Regional sobre o estado do Patrimônio Mundial.

O relatório periódico é dividido em duas seções. A 1ª seção aborda a aplicação global pelo Estado-parte da Convenção do Patrimônio Mundial, incluindo os seus esforços para identificar bens de valor cultural e/ou natural; proteção, conservação e valorização do patrimônio cultural e natural; cooperação internacional e angariação de fundos; educação, informação e conscientização.

A 2ª seção relata o estado de conservação dos sítios. O objetivo principal é demonstrar se os valores do Patrimônio Mundial pelos quais um bem foi inscrito na Lista do Patrimônio Mundial estão sendo preservados ao longo do tempo.

Todos os Estados-partes devem fornecer informações atualizadas relativas à gestão do sítio, aos fatores que afetam o bem e aos sistemas de monitoramento.

## 1.5 Implicações e recomendações

- Uma estratégia turística deve respeitar os valores pelos quais o sítio foi inscrito. A documentação que foi preparada para a nomeação do sítio pode fornecer orientações para a definição de políticas (este assunto é discutido mais detalhadamente no Capítulo 4). Os dossiês apresentados para a candidatura e nomeação do sítio podem ser obtidos no Centro ou por meio dos órgãos pertinentes do Estado-parte.
- A classificação como Sítio do Patrimônio Mundial ajuda a atrair organizações doadoras. As propostas devem sempre destacar os valores originais do sítio como um ponto de referência.
- O monitoramento realizado em Sítios do Patrimônio Mundial deve envolver os gestores de sítio. Realizar um monitoramento quantitativo pode ser especialmente valioso, e os governos estão cientes tanto dos benefícios econômicos que o turismo pode gerar quanto do potencial econômico dos Sítios do Patrimônio Mundial. Assim, dados concretos que demonstram os benefícios do turismo decorrentes da designação dos sítios como Patrimônio Mundial podem facilitar a cooperação nos esforços de monitoramento entre o Centro, os governos e os sítios.

## Atividades sugeridas

1. Análise do dossiê de inscrição do sítio para ajudar a formular futuros objetivos de políticas e gestão.

- Caso o dossiê de inscrição ainda não faça parte da biblioteca de referência do sítio, solicite uma cópia junto à autoridade governamental pertinente ou ao Centro do Patrimônio Mundial.
- Analise como os critérios da inclusão do sítio na Lista do Patrimônio Mundial devem ser refletidos em suas políticas gerais de turismo e objetivos de gestão.
- Desenvolva estas ideias junto com membros da equipe e produza um esboço que possa ser usado para o futuro desenvolvimento de políticas.

2. Listagem das formas nas quais os valores de Patrimônio Mundial do sítio podem ser refletidos e incorporados nos programas de interpretação.

- Revise os critérios pelos quais o sítio foi selecionado para inscrição na Lista do Patrimônio Mundial, bem como os objetivos de políticas e gestão estabelecidos para o sítio.
- Selecione as espécies, monumentos, arte etc. que constituem valores emblemáticos do sítio como Patrimônio Mundial.
- Com a equipe, descreva como essas atrações podem ser melhor representadas nos materiais de interpretação.

3. Listagem das formas para monitorar as atrações turísticas que representem os valores do Patrimônio Mundial.

- Analise a seção do formulário de candidatura da Convenção do Patrimônio Mundial intitulada "Formato para os Relatórios Periódicos".
- Analise o dossiê de nomeação original e entre em contato com as autoridades governamentais responsáveis pelo monitoramento periódico, de modo a aumentar a coordenação.
- Determine quais elementos do sítio melhor representam os valores do Patrimônio Mundial e atraem turistas, e mencione alterações que possam ser úteis na solicitação de relatórios de dados de monitoramento periódicos.

## Leituras sugeridas

Fielden, Bernard M.; Jokilehto, Jukka. *Guide to the Management of World Heritage Cultural Sites*. Rome: ICCROM, 1996.

Stovel, Herb. Monitoring at world heritage sites. *ICOMOS Canada Bulletin*, v. 4, n. 3, p. 15-20, 1995.

Sayer, Jeffrey; Ishwaran, Natarajan; Thorsell, James; Sagaty, Todd. Tropical forest biodiversity and the World Heritage Convention. *Ambio*, v. 29, n. 6, Sep. 2000. Disponível em: <<http://www.ambio.kva.se>>.

UNESCO World Heritage Centre. *Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural*. Paris, 2001. Disponível em: <<https://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>>.

UNESCO World Heritage Centre. *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris, 2017. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000369013?posInSet=23&queryId=e8038d77-3952-40e2-8bac-e55b02452fe3>>.

UNESCO World Heritage Centre. *Format for the periodic reporting on the application of the World Heritage Convention*. Paris, 2002. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000128765?posInSet=1&queryId=c3a465f0-80cd-41d2-a5c0-e2dc5012b58a>>.

Ver: <http://whc.unesco.org>

# 2

## A indústria do turismo: implicações para gestores



*Centro Histórico de São Luís, Brasil*

© Albani Ramos

Uma compreensão básica da indústria do turismo, seus mercados e tendências é, de várias maneiras, útil para os gestores de sítio. O conhecimento da estrutura da indústria ajuda os gestores a identificar oportunidades para obter assistência nos esforços de gestão e proteção por meio do turismo. O conhecimento dos segmentos e categorias de mercado pode ajudar na elaboração de propostas e relatórios de projetos. As informações sobre os segmentos de mercado podem também proporcionar uma valiosa contribuição durante o desenvolvimento de programas de promoção e interpretação.

## 2.1 A estrutura da indústria do turismo

**2.2.1 A indústria do turismo possui diversos níveis dos responsáveis pela promoção àqueles que atendem diretamente o consumidor.** É composta das seguintes estruturas organizacionais:

A principal responsabilidade pela promoção das atrações turísticas de um país reside nas organizações de turismo financiadas pelo governo, tais como os **Institutos Nacionais de Turismo (INT)**. Os INT colaboram com hotéis e companhias aéreas para obter financiamento para programas de promoção de destinos turísticos e dedicam grande parte de seus esforços no exterior para estabelecer relações com operadores turísticos e agências de viagens. Os INT apoiam o desenvolvimento de novos sítios ou roteiros turísticos, proporcionando contatos e influenciando planos de desenvolvimento que afetam os destinos turísticos, bem como políticas legislativas ou financeiras. Eles patrocinam viagens de familiarização, realizam eventos promocionais e produzem dados de pesquisa.

**Operadores turísticos (emissores), agências de turismo e operadores no local de destino (receptores)** estão na linha de frente da indústria. Os operadores turísticos são empresas que vendem passeios para clientes diretamente, ou indiretamente por meio de agentes de viagens. Seu volume de atividades é variável. Muitas das empresas menores lidam com mercados especializados, como o ecoturismo e o turismo de aventura, e oferecem suporte de *marketing* para seus agentes de viagens, como, por exemplo, visitas de familiarização para os membros da equipe. Os operadores turísticos costumam atender os mesmos locais, e seus materiais e folhetos promocionais tendem a ser parecidos. Já as agências de viagem tentam diferenciar seus destinos com ofertas diferentes tanto na qualidade (ou intensidade das atividades) quanto no preço, como, por exemplo, em estações de esqui, onde as acomodações podem ser mais ou menos luxuosas e a prática de esqui pode ser mais ou menos difícil. Embora os operadores de turismo respondam por cerca de apenas 12% dos fluxos turísticos globais (IFTO, 2002), eles podem ajudar a superar as baixas temporadas de viagens, proporcionando um mercado mais estável, desenvolvendo novos destinos e ajudando a definir as necessidades de serviço e infraestrutura no âmbito local.

Em contrapartida, **as agências de viagens** lidam com uma grande variedade de pacotes de viagens disponibilizados por operadores turísticos e companhias aéreas. Na Europa e na América do Norte, uma grande proporção de passeios turísticos é comercializada ao público por meio dessas agências. Na Europa, elas dominam a oferta de viagens de férias e são a principal fonte de informações para a maioria dos clientes no planejamento de suas férias. Grandes operadores turísticos selecionam agentes de viagens para representá-los com base na produtividade da agência. As agências de viagens podem ser de propriedade de indivíduos, grupos nacionais, empresas internacionais ou qualquer combinação dos três. Embora as vendas pela internet a consumidores individuais estejam em ascensão, em geral, as agências de viagens vendem passeios turísticos a partir de folhetos e dos sistemas de reserva informatizados dos principais operadores turísticos. Portanto, os folhetos são essenciais para suas atividades comerciais. No entanto, os folhetos disponíveis são tantos (por exemplo, cerca de 4 mil na Grã-Bretanha em 1993), que é impossível para as agências de viagens oferecer todas as opções. A seleção que é então exibida em suas vitrines depende das comissões pagas pelos operadores turísticos, da eficiência de seus sistemas de reserva e da solidez das relações comerciais. Em geral, as agências de viagens não estão preparadas para oferecer informações que não estejam relacionadas aos principais pacotes turísticos que ofertam.

Os operadores no local de destino, por sua vez, estão relacionados aos operadores turísticos e lidam com as operações logísticas no local, bem como atuam com os grupos turísticos a partir do momento da sua chegada, por avião ou navio, até a sua partida. Eles também podem vender passeios turísticos nos países em que estão operando. Os operadores no local de destino têm sede principalmente em capitais e são geralmente cidadãos do país de acolhimento qualificados que falam várias línguas. Em alguns países, uma das chaves para aumentar a popularidade de um sítio é ter operadores no local de destino confiáveis trabalhando com operadores turísticos na Europa ou na América do Norte. A escassez de operadores no local de destino é uma situação que, embora não desanime os viajantes independentes, pode desencorajar os consumidores de passeios organizados que dependem dos seus serviços.

## 2.2 Mercados internacionais de turismo

O mercado de turismo engloba três classificações gerais:

- o mercado de viagens independentes;
- o mercado especializado em uma atividade; e
- o mercado geral de pacotes turísticos.

**Os viajantes independentes** não fazem parte de grupos organizados, eles viajam sozinhos ou em pequenos grupos de amigos, motivados por algum interesse geral ou porque querem praticar uma determinada atividade em um ambiente novo e diferente. A maioria dos viajantes independentes são jovens e aventureiros, dispostos a

usar acomodações rústicas, comer comidas típicas e usar transportes públicos. Os viajantes independentes obtêm grande parte de suas informações sobre um destino turístico por meio de amigos que visitaram a área, por meio de livros de viagens, jornais e artigos de revistas ou, cada vez mais, na internet. Muitos operadores na indústria de turismo ignoram esses turistas porque eles tendem a viajar de forma econômica, caindo na categoria dos “mochileiros”, que são cuidadosos com seu orçamento. Na realidade, os viajantes independentes são “exploradores” e, geralmente, são responsáveis pela popularização de um destino. Sua contribuição financeira é muitas vezes suficiente para permitir que as empresas locais possam expandir e melhorar acomodações rústicas para grupos turísticos mais exigentes. Esses viajantes, em sua maioria jovens, estão mais dispostos a usar bens e serviços locais e interagem mais com a comunidade fora da supervisão de um passeio organizado, o que, infelizmente, pode causar impactos sociais negativos.

**Empresas de turismo especializado** organizam viagens para clientes que desejam participar de uma atividade específica, como observação de aves e animais selvagens, fotografia ou passeios arqueológicos, históricos e culturais. Também nesta categoria estão as empresas de turismo de aventura, que oferecem atividades como mochilagem/trilhas, *rafting*, caiaquismo, canoagem, escalada e pesca esportiva. Outras empresas especializadas organizam viagens de pesquisa de campo para cientistas, atraindo grupos de voluntários pagantes que se inscrevem para trabalhar como assistentes de campo em projetos como escavações arqueológicas e programas de monitoramento da vida selvagem. Além disso, este mercado inclui organizações e universidades com programas de viagens de interesse especial, como, por exemplo, o Fundo Mundial para a Natureza e muitos museus que organizam excursões para os seus membros. Esses passeios geralmente ajudam a angariar fundos para uma determinada causa ou projeto, e esses grupos geralmente subcontratam outros operadores turísticos para lidar com os arranjos de viagem. Operadores turísticos especializados comumente usam operadores de destino no país de acolhimento para a logística no país. Estas firmas nacionais, com sede no país em que o passeio é realizado, fornecem todos os serviços (transporte, hospedagem, guias etc.) da chegada à partida. Algumas empresas especializadas na América do Norte e na Europa realizam elas mesmas as operações logísticas em um país estrangeiro, mas tendem a ser exceções à regra. Os gestores devem estar cientes de que muitas empresas especializadas são pequenas e não muito estáveis.

O **mercado de pacotes de férias geral** atrai grupos que desejam ver uma área e sua cultura, mas sem um interesse definido em uma atividade ou assunto específicos. Estes turistas tendem a estar interessados em passeios turísticos e compras e podem estar interessados em atrações culturais, como museus, ruínas ou outros locais históricos bem conhecidos ou documentados. Os turistas neste mercado tendem a querer os serviços e as instalações padrão oferecidos na maioria dos roteiros comuns e

provavelmente não ficarão satisfeitos com os serviços que uma comunidade rural possa oferecer. Na maioria das vezes, os grupos turísticos internacionais em geral querem conforto, facilidade de acesso, segurança e acomodações e comidas mais sofisticadas.

### 2.3 Compreensão sobre os mercados especializados

**2.3.1 Embora os pacotes turísticos em massa ainda representem a maior parte da atividade turística, os roteiros turísticos especializados estão ganhando popularidade.** O turismo está, mais do que nunca, dividido em segmentos de mercado que definem diferentes tipos de experiências. Os pacotes de férias especializados atendem aos interesses particulares das pessoas, como velejar, observação de aves, fotografia ou arqueologia. Mercados ou segmentos de mercado foram desenvolvidos em torno das diferentes atividades.

Os pacotes de férias especializados se tornaram tão populares que surgiram novas categorias de viagens, incluindo o ecoturismo, o turismo de aventura, o turismo de patrimônio e o turismo cultural. Uma caminhada no Himalaia agora pode ser considerada turismo de aventura, e uma semana visitando sítios culturais na Índia, como turismo cultural.

**2.3.2 O ecoturismo é uma das categorias mais frequentemente citadas do “novo” turismo.** Ele é definido pela Sociedade Internacional de Ecoturismo como uma “viagem responsável a áreas naturais que conserva o meio ambiente e sustenta o bem-estar da população local”. Determinadas atividades foram identificadas como ecoturismo, por exemplo, observar aves e baleias, auxiliar cientistas a realizar pesquisas de conservação, mergulhar em recifes de corais, observar animais selvagens e fotografar a natureza. O ecoturismo tem conexão com o turismo de patrimônio e o turismo cultural, e algumas atividades são semelhantes.

Pesquisas mostram que os ecoturistas tendem a ser jovens com alto nível de escolaridade e com ocupações profissionais e gerenciais. Os passeios de ecoturismo tendem a ser mais longos, com menos pessoas em um grupo de turistas típico. Pesquisadores relatam que os ecoturistas são mais propensos a usar pequenos hotéis independentes, ao contrário dos turistas de massa, que tendem a ficar em redes de hotéis. Como seria de se esperar, o ecoturista está interessado em um ambiente mais natural, preferindo os destinos menos concorridos que estão fora dos circuitos habituais e que oferecem experiências desafiadoras.

No âmbito dos sítios, as demandas dos ecoturistas e dos turistas de massa podem ser semelhantes e serem difíceis de diferenciar. Alguns ecoturistas, por exemplo, podem exigir hospedagem em quartos de hotel, e não em acampamentos. As pessoas em um cruzeiro de observação de aves para a Patagônia poderiam ser consideradas

ecoturistas, mas podem ter demandas semelhantes às dos turistas em um cruzeiro de luxo pelas ilhas caribenhas. Na prática, o ecoturismo se refere a uma ética de viagem, promovendo comportamentos de conservação e determinadas políticas econômicas. Exemplos são uma ênfase em técnicas de baixo impacto para a observação da vida selvagem e uma preferência pela contratação de guias locais.

**2.3.3 O turismo de aventura inclui uma vasta gama de atividades ao ar livre.** Os turistas de aventura participam de atividades que são fisicamente desafiadoras e às vezes perigosas, e que são vistas dessa forma. Alguns exemplos são esportes como caminhadas, montanhismo, *rafting* em águas rápidas e mergulhos. O turismo de aventura não requer necessariamente instalações e infraestruturas caras, mas requer uma boa organização, guias, serviços de transporte, alojamento básico no campo e oportunidades para acomodações mais confortáveis no final do passeio. O turismo de aventura é um setor em rápido crescimento no mercado de turismo especializado.

**2.3.4 O turismo cultural é frequentemente usado para descrever determinados segmentos do mercado de viagens.** Ele pode estar associado a visitas a atrações históricas, artísticas e científicas ou do patrimônio. A Organização Mundial do Turismo (OMT) possui duas definições de turismo cultural. No sentido mais estrito, o turismo cultural inclui os “deslocamentos de pessoas com motivações essencialmente culturais, como passeios de estudo, artes performativas e passeios culturais, viagens a festivais e outros eventos culturais, visitas a sítios e monumentos, viagens para estudar a natureza, o folclore ou a arte, e peregrinações”. No sentido mais amplo, ele é definido como “todos os deslocamentos de pessoas que satisfazem a necessidade humana de diversidade, tendendo a elevar o nível cultural do indivíduo e dando origem a novos conhecimentos, experiências e encontros”. Uma vez que a cultura é subjetiva, as definições de turismo cultural tendem a ser muito amplas ou muito estritas, limitando a sua utilização prática no setor.

**2.3.5 O turismo de patrimônio é uma categoria ampla que envolve tanto o ecoturismo como o turismo cultural, com ênfase na conservação do patrimônio natural e cultural.** É uma categoria ou segmento de mercado que inclui visitas a sítios históricos, museus e galerias de arte, e exploração de parques nacionais e florestais. O turismo de patrimônio, devido ao grande número de atividades que abrange, é difícil de definir e medir. Nos últimos anos, planejadores urbanos interessados na regeneração urbana adotaram a expressão para descrever muitos programas turísticos, uma estratégia que recebeu apoio de empresas e bancos.

Muitos outros termos de turismo refletem a ética ambiental e os interesses locais. As preocupações de preservação ambiental deram origem ao que é conhecido como turismo ecológico, turismo de apoio à conservação e turismo sensível às questões ambientais. Em geral, esse tipo de

turismo favorece ou causa o mínimo de impactos ambientais e enfatiza a preocupação com as questões ambientais. Também foram criadas as categorias de turismo urbano e rural. No entanto, uma vez que poucos países fazem essa distinção, a sua quantificação tem sido difícil.

## 2.4 Turismo sustentável

**2.4.1 O princípio de sustentabilidade encontra-se em todos os segmentos de mercado e definições do “novo” turismo.** Todas as definições abordam a preservação dos recursos para as gerações futuras, o uso do turismo com o objetivo de contribuir para a proteção ambiental, a limitação dos impactos socioeconômicos negativos e o benefício da população local economicamente e socialmente. A OMT define o turismo sustentável como o “desenvolvimento turístico que atenda às necessidades dos turistas e das regiões de acolhimento atuais, protegendo e aprimorando oportunidades para o futuro. O resultado desejado é que os recursos sejam geridos de modo que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser cumpridas, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de apoio à vida”. A expressão “turismo sustentável” é frequentemente usada em propostas de projetos que buscam assistência internacional.

Na prática, os programas de turismo sustentável são uma oportunidade que também exige um trabalho árduo, pois demandam metas e objetivos claramente definidos que destaquem as características essenciais da sustentabilidade no contexto local, um processo contínuo para abordar as necessidades das partes interessadas no marco dessas metas e objetivos e um monitoramento constante. Tal como acontece com todos os projetos de desenvolvimento sustentável, este processo exige um trabalho intensivo, leva tempo e geralmente envolve muitos grupos de interesse, tornando os programas difíceis de projetar, implementar e manter.

Os programas de turismo sustentável enfatizam a necessidade de um foco ambiental e social, e isso levou à normatização de algumas práticas ambientais, bem como a novas ideias a respeito do funcionamento da indústria. O debate produziu metas de políticas e diretrizes para planejadores e um incentivo para a auto regulação pela indústria.

## 2.5 Tipos de turistas

**2.5.1 Na busca de definições de maior utilidade prática, os pesquisadores se concentraram nos comportamentos e preferências dos turistas.** As definições e seus respectivos segmentos de mercado, como as viagens de aventura ou o turismo cultural, tendem a agrupar pessoas em categorias amplas com base em uma série de atividades. Essas definições e atividades necessariamente se sobrepõem, dificultando, no âmbito dos sítios, a diferenciação entre os tipos de turismo. Por exemplo, o ecoturismo e o turismo de

patrimônio combinam aspectos da cultura e da natureza, da mesma forma como acontece com a maioria dos passeios especializados. Assim, por exemplo, caminhadas no Himalaia são consideradas atividades do turismo de aventura, mas a maioria dos turistas deste segmento também visitam sítios culturais budistas ou hindus. Os observadores de aves visitam sítios arqueológicos e frequentemente participam de caminhadas. As definições mais amplas dos mercados internacionais são muito abrangentes para serem utilizadas para a tomada de decisões específicas aos sítios.

Uma forma eficaz de se abordar essa sobreposição para fins de pesquisa, políticas e gerenciamento de sítios é classificar os turistas de acordo com suas motivações, comportamentos e experiências desejadas. Pesquisadores desenvolveram várias categorias de comportamentos e preferências turísticas, como, por exemplo, os turistas podem ser classificados de acordo com a intensidade das experiências que procuram ou da rigidez das condições que desejam ou aceitarão, incluindo o tipo de acomodações esperado. Assim:

**Os turistas “militantes”** integram grupos que viajam especificamente com fins educacionais e/ou para participar em projetos ambientais ou culturais, tais como o monitoramento de animais selvagens.

**Os turistas “motivados”** desejam visitar áreas protegidas ou culturais e compreender a história natural e cultural local.

**Os turistas “despreocupados”** consideram as viagens naturais e culturais como um componente incidental de uma viagem mais ampla.

Outro sistema que é útil para diferenciar as preferências dos turistas é classificar os viajantes que preferem viajar em condições “intensas” ou “brandas”. Esta classificação está relacionada ao fator da rigidez das condições da viagem, principalmente no que diz respeito ao grau de desafio envolvido e ao nível de conforto das acomodações. Essas categorias incluem:

Uma experiência de **caráter intenso** que seja fisicamente difícil com um elemento de perigo. Essas experiências podem exigir, por exemplo, caminhar grandes distâncias em áreas desabitadas, escalar uma montanha tecnicamente difícil, ou dormir em abrigos rudimentares.

Uma experiência de **caráter brando** significa riscos menores e acomodações mais luxuosas, como um safari com barracas, que pode envolver condições fisicamente desafiadoras e, ao mesmo tempo, oferecer comodidades, como refeições *gourmet* e transporte confortável.

## 2.6 Tendências do turismo

**2.6.1 Os turistas estão se tornando mais interessados na proteção ambiental.** Os consumidores estão se interessando cada vez mais na qualidade ambiental e na

qualidade dos serviços como fatores a considerar em sua seleção de destinos turísticos. Mais e mais consumidores querem um alto padrão de conservação ambiental, juntamente com um atendimento simples, eficiente e agradável. Parece que muitos turistas agora preferem destinos mais preservados e menos concorridos.

Nesse sentido, uma tendência é que, antes de viajar, muitos turistas se informem sobre os problemas ambientais em determinados sítios. Eles querem que os destinos sejam limpos e ambientalmente saudáveis e evitarão lugares que não atendam essas premissas. Mais do que nunca, as informações são obtidas na internet.

A degradação ambiental pode levar não só ao declínio das taxas de turismo, mas também a mudanças nos tipos de turistas que viajam para um sítio. Exemplos a esse respeito são encontrados no Mediterrâneo, onde o padrão levou a uma contínua degradação e urbanização dos *resorts* de praia.

**2.6.2 O interesse pelo turismo cultural parece estar em expansão, mas a taxa de crescimento não está claramente definida.** Mais dados quantitativos são necessários para verificar essa tendência. Por exemplo, o número de visitas a sítios culturais nos últimos cinco anos na Grã-Bretanha e nos Países Baixos indica que o turismo cultural tem acompanhado o ritmo de crescimento do mercado de turismo global.

Como o mercado do turismo cultural é difícil de quantificar, especialistas indicam que novas pesquisas ajudariam a identificar grupos amplos de turistas culturais com base em suas motivações. Estabelecer categorias como artes, arqueologia, aprendizagem de idiomas, e assim por diante, pode ser a forma mais prática de abordar esta questão.

**2.6.3 Os turistas cada vez mais desejam experiências “reais” com outras culturas e estilos de vida.** Um estudo sobre turismo de massa e ecoturismo concluiu que ambos os grupos consideram importante o conhecimento sobre as artes folclóricas e o artesanato, bem como sobre a história do local de destino.

**2.6.4 Os consumidores procuram férias mais ativas e com conteúdo educativo.** Os mercados especializados estão observando uma tendência em direção a um turismo mais dinâmico, orientado para o meio ambiente, com cardápios saudáveis e muitas oportunidades para exercícios físicos. Embora os turistas do mercado de massa sejam menos ativos e aventureiros, e menos focados em atividades específicas, férias ativas, mas menos intensas, também são uma tendência crescente neste segmento de mercado.

**2.6.5 Visitas a áreas protegidas estão em ascensão. Nos países desenvolvidos, os turistas tendem a viajar em grupos menores por períodos mais curtos.** Por exemplo, as visitas aos parques nacionais australianos aumentaram substancialmente nos últimos dez anos, mas

muitas vezes por períodos mais curtos. As duas tendências juntas, grupos menores e estadias mais curtas, criaram uma necessidade de espaços individuais mais amplos e instalações projetadas para acomodar o uso intenso, com serviços extras durante certas épocas do ano.

### 2.6.6 A indústria do turismo deverá assumir mais responsabilidade pelo desenvolvimento sustentável.

Os profissionais de conservação estão começando a pedir que a indústria se envolva mais em atividades de gestão de sítio. Muitas vezes, isso implica assumir um grau de responsabilidade financeira para a manutenção de longo prazo dos recursos dos quais se beneficiam. O apoio financeiro pode ser na forma de subsídios diretos ou voluntários para agências de gestão ou ONGs. O envolvimento também pode significar adotar práticas que limitam os impactos negativos do turismo. Um exemplo é o Parque da Grande Barreira de Corais na Austrália, onde os operadores se tornaram cada vez mais autorregulados e responsáveis por meio do estabelecimento de códigos de conduta e diretrizes para práticas de baixo impacto. Os operadores da Grande Barreira de Corais também estão envolvidos no monitoramento de seus sítios. O fato de os operadores estarem proibidos de deslocar as suas instalações e atividades, uma vez que um sítio existente tenha se deteriorado por causas naturais ou humanas, reforçou estas ações.

## 2.7 Implicações e recomendações

- As definições de *turismo* podem orientar diretrizes de políticas mais amplas utilizadas no desenvolvimento de metas e objetivos para a gestão de sítios. Por exemplo, de acordo com a Sociedade Internacional de Ecoturismo, o ecoturismo deve manter a integridade de um ecossistema e gerar oportunidades econômicas trazendo benefícios para a população local. Esse tipo de declaração pode ser incorporado a uma declaração de políticas que define o tipo de turismo que um sítio promoverá.
- As definições de *turismo*, como a do *ecoturismo*, podem ser utilizadas em relatórios ou propostas que buscam financiamento para projetos futuros. Elas podem dar aos documentos uma imagem positiva e fortalecer sua atratividade. Além disso, os conceitos e definições gerais de desenvolvimento devem corresponder ao público para o qual a proposta está sendo escrita. Por exemplo, o termo “ecoturismo” deve ser utilizado no lugar do “turismo” ao escrever para organizações de conservação da natureza; “turismo cultural”, ao escrever às organizações relacionadas à restauração de monumentos, e assim por diante. As definições de mercado podem ser usadas em materiais promocionais, como um folheto que mencione o incentivo ao ecoturismo em um determinado sítio natural ou misto.
- Os materiais promocionais dos operadores têm clareza a respeito da compatibilidade de seus produtos com os objetivos do sítio. As publicações dos operadores turísticos também podem ajudar os gestores a determinar se os operadores contribuem localmente para os esforços de proteção, por exemplo, educando seus clientes a respeito das práticas de baixo impacto. O material promocional revelará quais são seus clientes-alvo, o tipo de experiências que valorizam e suas necessidades específicas. Por exemplo, um operador pode se especializar em passeios orientados para turistas interessados na observação de aves com objetivos mais precisos ou para um grupo amador de arqueologia.
- Embora o conhecimento das definições de turismo e dos mercados de turismo especializado possa ajudar os gestores a definir diretrizes de políticas e compreender os interesses dos visitantes, as categorias são muito amplas e tendem a se sobrepor. Para fins de gestão, é vantajoso classificar e analisar os turistas de acordo com suas preferências e comportamentos. Categorias como turismo “intenso” ou “brando” são um bom ponto de partida. Estas categorias, que focam nas necessidades e expectativas dos visitantes, são importantes para elaborar planos de gestão e estabelecer objetivos, incluindo o desenvolvimento de infraestrutura.
- O conhecimento dos diferentes segmentos de mercado e dos comportamentos e preferências mais amplos dos turistas pode ajudar os gestores a decidir quais segmentos promover. Diferentes turistas representam diferentes oportunidades e requisitos de gestão. Os turistas que buscam experiências mais desafiadoras ou mais “intensas” estão mais propensos a se satisfazer com uma infraestrutura mínima do que aqueles que buscam uma experiência mais “branda”. Operadores turísticos como aqueles que trabalham com observadores de aves ou clientes interessados em arqueologia podem ter demandas de mercado especiais. Esses operadores especializados podem querer uma regulamentação rigorosa dos números de turistas e do ruído para lhes permitir exercer as suas atividades sem interferência por outros grupos. Tendo em vista a variedade de preferências entre as pessoas interessadas em natureza, o mercado deve oferecer uma variedade de acomodações.
- Uma análise da estrutura da indústria do turismo nos arredores de um sítio pode revelar oportunidades para envolver as partes interessadas na gestão. Assim, poderia ser solicitada a cooperação dos funcionários dos INT nos futuros esforços promocionais. Operadores turísticos e hoteleiros também poderiam ajudar com atividades de monitoramento ou estabelecendo códigos de conduta e práticas de baixo impacto e podem, ainda, fazer contribuições financeiras diretas para projetos no sítio. Entrevistas com operadores turísticos e diretores de hotéis poderiam determinar quais mecanismos, administrativos e financeiros, facilitariam suas contribuições para os esforços de conservação e proteção.
- Uma abordagem proativa produzirá benefícios se as tendências de mercado forem abordadas. Prevê-se um crescimento contínuo do turismo internacional, particularmente no turismo especializado, e a crescente



preocupação com as questões ambientais e socioculturais indica a existência de uma ampla fonte potencial de apoio aos sítios. Os perfis socioeconômicos indicam que cada vez mais turistas terão os recursos para contribuir financeiramente com a proteção dos sítios. Conseqüentemente, se um sítio for bem planejado e gerenciado, dentro dos limites definidos, um aumento nas visitas pode potencialmente trazer novos recursos financeiros.

- Visto que os turistas são mais conscientes e interessados na proteção do meio ambiente natural, histórico, cultural e social, será cada vez mais importante informar os turistas e operadores turísticos – mediante a interpretação do sítio e atividades promocionais – a respeito dos esforços enviados pela gestão para preservar o sítio.
- A preferência por áreas protegidas é uma tendência crescente no turismo. Os gestores devem estar cada vez mais conscientes dos perfis desses visitantes e das tendências de visitação específicas de cada sítio.

## Atividades sugeridas

### 1. Análise da estrutura turística do sítio.

- Entreviste funcionários do Instituto Nacional de Turismo para obter uma visão aprofundada da estrutura turística do país como um todo.
- Entreviste os membros da indústria do turismo no sítio e, se possível, nas principais cidades, para determinar como agências de turismo, operadores turísticos e operadores no lugar de destino atraem turistas para o sítio.
- Descreva os diversos grupos de visitantes e a forma como interagem, inicie a identificação dos tipos de turismo no sítio e desenvolva categorias preliminares de turistas.
- Analise os esforços passados para envolver a indústria do turismo no apoio ao sítio e liste todas as possibilidades de participação.

### 2. Determinação em detalhes do tipo atual de turistas que visita o sítio e daqueles cuja presença é mais desejável.

- Examine os padrões de viagem dos turistas, suas atividades e as atrações que eles visitam.
- Crie perfis dos grupos de usuários. Use as listas neste capítulo para ajudar a determinar, por exemplo, se são turistas que se encaixam nas categorias “intensa” ou “branda”. Decida quais são os mercados turísticos preferidos.
- Analise as diferenças entre os grupos de usuários.
- Examine os folhetos de turismo dos diversos operadores turísticos que atendem o sítio e determine em quais mercados eles atuam.
- Desenvolva uma lista dos grupos, mercados e atividades relacionadas que são preferíveis e que promoveriam o desenvolvimento do turismo, e selecione as empresas de turismo que melhor atenderiam essas necessidades.

## Leituras sugeridas

Ceballos-Lascurain, H. *Tourism, eco-tourism and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Gland; Cambridge: UICN, 1966.

Crossley, John; Lee, Bong Koo. Eco-tourists and mass markets: a difference in 'benefits sought'. In: THE ECONOMY'S SILVER LINING: TWENTY-FIFTH ANNUAL CONFERENCE, Oct. 1994. *Tourism*. Colorado: Travel and Tourism Research Association, 1994. p. 22-29.

Hall, C. Michael; Jenkins, John M. The policy dimensions of rural tourism and recreation. In: Butler, Richard C.; Hall, Michael; Jenkins, John (Eds.). *Tourism and recreation in rural areas*. Chichester: John Wiley & Sons, 1998. p. 22-41.

Inskip, Edward. *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

Prentice, R. Heritage: a key sector of the 'new' tourism. In: Cooper, C. P.; Lockwood, A. (Eds.). *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, v. 5. Chichester: John Wiley & Sons, 1996.

Richards, G. Cultural tourism in Europe. In: Cooper, C. P.; Lockwood, A. (Eds.). *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, v. 5. Chichester: John Wiley & Sons, 1996.

Silverberg, Kenneth E.; Backman, Sheila J.; Backman, Kenneth F. A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. In: THE ECONOMY'S SILVER LINING: TWENTY-FIFTH ANNUAL CONFERENCE, Oct. 1994. *Tourism*. Colorado: Travel and Tourism Research Association, 1994. p. 36-40.

Wood, Megan Epler. *Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability*. New York: United National Environment Programme, 2002.

## Impactos e problemas do turismo



*Parque Nacional Ilha do Coco, Costa Rica*

© UNESCO/Marjaana Kokkonen

**Todas as atividades de turismo e lazer provocam mudanças ambientais e sociais. O conhecimento das causas dos impactos e dos problemas do turismo auxilia na tomada de decisões e promove ações de gestão mais efetivas. Um conhecimento básico dos diversos impactos pode também ajudar a planejar e gerar uma valiosa lista de verificação para o desenvolvimento de indicadores de monitoramento do turismo, essenciais para determinar se os objetivos de gestão estão sendo cumpridos.**

### 3.1 Impactos gerais do turismo: problemas e conceitos

Os impactos do turismo são causados principalmente pelo seu desenvolvimento e pelos próprios visitantes. Impactos do desenvolvimento, geralmente relacionados à infraestrutura, podem ser amplamente sentidos e podem ser severos, por exemplo, durante a fase de construção e devido à poluição gerada pelos hotéis. Os impactos causados por turistas dentro dos sítios são frequentemente fáceis de detectar, mas podem geralmente ser evitados. Por exemplo, pode-se solicitar aos visitantes que não alimentem animais selvagens nem toquem em obras de arte rupestre.

As relações de causa e efeito dos impactos do turismo podem ser difíceis de identificar. O lixo pode ser descartado pela população local e não por turistas; a poluição da água pode vir de fontes que não sejam os hotéis; um recife de coral pode ser danificado pela ação de tempestades e ondas, e não pelo turismo; a caça furtiva por moradores locais pode ser a causa para o declínio das populações de animais selvagens.

O volume de visitantes não é necessariamente o principal fator que influencia o tamanho do impacto, e as soluções projetadas para limitar os números em uma determinada área podem não ser eficazes. Pesquisadores sabem que os impactos estão ligados a um conjunto complexo de fatores socioambientais e padrões de desenvolvimento. De acordo com o pensamento atual, é importante entender as inter-relações que causam os impactos do turismo e que podem, por exemplo, levar uma comunidade a acolher os turistas, enquanto outra comunidade desenvolve uma forte oposição à presença de turistas.

A relação entre a quantidade de uso e os impactos ambientais muitas vezes não é linear, mas curvilínea. Ou seja, o uso leve inicial pode causar o maior dano, enquanto o uso posterior tem progressivamente menores impactos. Para recursos como solos e vegetação, a maior parte dos danos tende a ocorrer em níveis de baixa utilização. Um exemplo é a relação entre a quantidade de caminhantes que circulam no local e a compactação do solo. Os primeiros pedestres a usar um trecho de terreno vão compactar a maior parte do solo, e o uso posterior terá proporcionalmente menos impacto sobre a área. Uma relação similar existe no caso do impacto sobre a

vegetação: as pisadas leves iniciais podem levar a níveis elevados de danificação, com mudanças posteriores relativamente menores.

Dois importantes fatores de impacto são a resistência e a resiliência. A resistência é a capacidade de absorver o uso sem ser afetado adversamente, e a resiliência é a capacidade de retornar a um estado inicial após um impacto adverso. Em termos práticos, a resistência é uma medida da capacidade de diferentes ambientes e culturas para resistir a mudanças. Os Xerpas, no Nepal, têm sido capazes de absorver a presença de turistas, mantendo a sua cultura por várias gerações, enquanto as tribos da montanha no norte da Tailândia passaram por mudanças culturais cada vez maiores que afetaram sua estrutura familiar básica. Em sítios naturais, solos férteis são mais capazes de resistir ao uso e manter sua vegetação; camadas de solo mais finas têm poucas chances de suportar o uso intenso. É consistentemente constatado que os líquens têm uma baixa resistência quando são pisados. As comunidades de corais em cristas de recifes expostas ao vento, que sobrevivem ao bater incessante das ondas do mar, são mais resistentes aos danos causados por mergulhadores do que as comunidades corais em áreas planas mais protegidas nos recifes.

A resiliência também pode variar. As taxas de recuperação da vegetação danificada dependem da fragilidade de um determinado ecossistema. O tempo de recuperação dos corais varia em função da espécie. As comunidades e as pessoas que vivem nelas ajustam seus estilos de vida em ritmos diferentes para receber os visitantes, os quais também podem reajustar seu uso dos recursos naturais se esses recursos se tornarem restritos quando uma área for colocada sob proteção.

### 3.2 Impactos ambientais: padrões e fatores comuns

**3.2.1 Os impactos na vegetação variam com o tipo de uso e as diferenças botânicas estruturais.** As plantas resistentes incluem as gramíneas e os juncos. As plantas suscetíveis aos impactos das pisadas dos turistas incluem aquelas com taxas lentas de crescimento, espinhos, hastes e folhas flexíveis, e as folhas pequenas e grossas que dobram sob pressão. As espécies de plantas encontradas em habitats gramíneos abertos são geralmente mais tolerantes às pisadas, enquanto as plantas no solo de florestas são menos resistentes.

**3.2.2 Impactos no solo geralmente envolvem compactação e erosão.** O turismo frequentemente leva à compactação do solo, um aspecto geralmente inevitável das atividades de lazer. A compactação das partículas do solo reduz a porosidade, levando a uma redução na aeração e na infiltração de água. Isso aumenta o escoamento de água da chuva e do derretimento das neves, causando redução na absorção de água, perda de cobertura vegetal e erosão. A compactação do solo, embora inevitável, pode ser limitada a determinadas áreas. A erosão, por outro lado, é mais séria e tende a se espalhar.

Os solos mais propensos à compactação são homogêneos e texturizados, como os argilosos e silteosos. Solos úmidos são mais propensos à compactação e mais facilmente compactados. O solo e a vegetação dos prados podem ser rapidamente danificados com as pisadas durante períodos chuvosos, aumentando a erosão e reduzindo o nível dos lençóis freáticos.

**3.2.3 Os impactos hídricos estão associados a patógenos, resíduos orgânicos e turbidez.** A turbidez hídrica causada pela erosão do solo é um resultado frequente da infraestrutura turística e do lazer. Onde os solos são mais propensos à erosão, é mais provável que as atividades e o desenvolvimento do turismo alterem a qualidade da água em detrimento da flora e da fauna aquática.

Entre os poluentes da água, os patógenos são os mais perigosos. Exemplos comuns são os coliformes fecais (origem humana) e os estreptococos fecais (origem animal). Altas quantidades de matéria fecal estão associadas com uma ausência ou mau funcionamento dos sistemas de esgoto e dos tanques sépticos nos hotéis, bem como com o escoamento de enclaves de turistas. Os resíduos orgânicos, como o esgoto não tratado ou insuficientemente tratado, também afetam a qualidade da água, estimulando o crescimento de algas e ervas daninhas. Essas plantas podem se acumular nos litorais, em seguida apodrecer e se tornar criadouros de insetos.

Em geral, a contaminação química é mais severa em águas rasas protegidas do vento, especialmente em áreas como as marinhas. Lagos e córregos em altitudes mais baixas tendem a ser menos vulneráveis a mudanças do que os lagos em montanhas.

**3.2.4 Os distúrbios causados por turistas que observam a vida selvagem afetam algumas espécies mais do que outras.** Algumas espécies se habituam, isto é, após o impacto inicial, que pode ser grave, elas desenvolvem uma tolerância aos distúrbios. Isso é muitas vezes erroneamente visto como algo positivo, porque aproxima os visitantes da vida selvagem. Operadores turísticos, geralmente, colocam alimentos para atrair animais para lugares onde os visitantes possam vê-los, no entanto, atrair esses animais pode causar uma reação negativa: animais selvagens habituados podem se tornar agressivos na expectativa por comida e podem ferir e até mesmo matar visitantes desprevenidos.

As reações dos animais selvagens podem variar, mesmo dentro de uma única espécie ou população. Por exemplo, alguns animais podem tolerar distúrbios ocasionais, mas não distúrbios frequentes. As aves nidificadoras podem tolerar os primeiros encontros com seres humanos, porém, uma vez que seu nível de tolerância seja excedido, elas podem abandonar seus ninhos. Alguns animais desenvolvem uma tolerância a distúrbios previsíveis, como o ruído de carros numa estrada, mas podem não tolerar distúrbios aleatórios. Espécies maiores de animais selvagens tendem a ser mais afetadas pelo contato direto

com as pessoas, enquanto os animais selvagens menores são mais suscetíveis a impactos indiretos em seu habitat. Espécies mais tímidas e sensíveis de animais se deslocam permanentemente das áreas de lazer quando confrontados por seres humanos, enquanto outros animais, como os cervos, se habituaram ao longo do tempo.

Alguns animais se assustam mais facilmente do que outros, um fator que afeta os padrões alimentares e reprodutivos. As tartarugas do Maine e algumas espécies de pássaros no Parque Nacional de Galápagos deixaram os habitats visitados por turistas e se deslocaram para outros lugares menos adequados à sua sobrevivência e reprodução. Os cervos, assim como outros ungulados, toleram a presença de seres humanos e frequentemente pastam ao longo das estradas. Os lobos são mais sensíveis aos turistas, cuja interferência pode restringir suas oportunidades de caça. O habitat é um fator importante. O distúrbio da vida selvagem é muito menos significativo em trilhas turísticas que em áreas arborizadas, onde os animais têm mais refúgios. Os animais, bem como as pessoas, acumulam experiências que orientam seu comportamento e, como resultado, não há uma distância ideal entre um habitat sensível, como uma colônia ou área de alimentação, e áreas de infraestrutura ou de trilhas. Muitos especialistas dizem simplesmente que, se os visitantes causam uma reação negativa na vida selvagem, é porque eles se aproximaram demais.

#### **Estudo de caso: rinocerontes no Nepal**

*No Parque Nacional de Chitwan, no Nepal, os turistas montados em elefantes para observar rinocerontes causaram estresse e mudanças comportamentais nos rinocerontes, os quais passaram a utilizar menos tempo na sua alimentação e mais tempo em se manter alertas. Onde os turistas excediam uma certa distância mínima, cerca de metade dos rinocerontes abandonaram o pasto de melhor qualidade e se abrigaram em vegetação densa menos nutritiva. Os pesquisadores acreditam que essa situação pode afetar a composição genética do rinoceronte, favorecendo mais a reprodução de animais dóceis do que dos mais temerosos.*

### **3.3 Impactos comuns relacionados à atividade dos visitantes**

**3.3.1 Visitantes exibem padrões previsíveis.** As pessoas tendem a viajar ao longo de rotas estabelecidas e a se sentirem atraídas para determinados locais. Consequentemente, os impactos são geralmente confinados a essas áreas, no entanto, as áreas de turismo tendem a se expandir ao longo do tempo. Um fenômeno relacionado a isso é que, uma vez que uma área seja aberta ao turismo e à recreação, os impactos ocorrerão rapidamente. De forma geral, os impactos ambientais tendem a ser curvilíneos (ver Capítulo 6).

**3.3.2 Tamanho do grupo influencia a evolução dos impactos.** Grandes grupos tendem a expandir as áreas que visitam. Isso tem ramificações na gestão de grupos como, por exemplo, as expedições de montanhismo, onde grandes grupos podem criar pequenas cidades durante a sua estadia. Os grupos grandes podem igualmente resultar em um uso intenso por um curto espaço de tempo. Como resultado, grupos grandes são particularmente preocupantes em áreas naturais virgens e em sítios culturais vulneráveis. Em sítios culturais, os grupos grandes podem causar congestionamento em uma exposição interpretativa. Em monumentos eles podem saturar certas exposições, bloqueando a visão de indivíduos ou grupos menores. Grupos grandes podem bloquear o fluxo de visitantes, por exemplo, em uma catedral.

Há exceções a esse padrão. Ao longo de uma trilha ou passagem de pedestres em uma catedral, por exemplo, grupos grandes provavelmente não causarão um impacto maior do que os grupos menores, desde que permaneçam na trilha ou passagem. No que diz respeito à vida selvagem, grupos grandes podem causar um impacto menor do que vários grupos pequenos caso a frequência dos distúrbios seja um fator, como acontece com muitas espécies de aves.

**3.3.3 Diversas atividades estão associadas a determinados tipos de impactos.** Por exemplo, escalada em rochas e fotografia da natureza podem perturbar aves nidificadoras. Mergulhos e cruzeiros podem causar danos aos recifes de corais. Passeios a cavalo, caminhadas e campismo causam distúrbios na vegetação e no solo. Os visitantes de monumentos podem causar abrasão devido ao toque.

As atividades envolvendo veículos motorizados causam impactos negativos em muitos ambientes frágeis. Barcos a motor barulhentos e scooters aquáticas interferem nos padrões de alimentação e reprodução de aves, e pode ferir outros animais selvagens aquáticos. As hélices de barcos a motor diversas vezes matam e mutilam peixes-boi de água doce. Barcos a motor também são altamente poluentes; um barco emite 70 vezes mais hidrocarbonetos do que um carro de porte médio. Veículos de praia interrompem o acúmulo de algas marinhas que fertilizam a vegetação das dunas. O solo compactado por veículos no deserto de Mojave, nos Estados Unidos, precisaria de cerca de um século para ser restaurado. Devido a estes impactos, os gestores recomendam frequentemente a proibição de veículos motorizados em áreas frágeis, como dunas de areia e desertos.

Os impactos variam de acordo com a forma como os turistas praticam diferentes atividades. Mergulhadores bem treinados com bom controle de flutuabilidade são menos propensos a danificar corais do que mergulhadores inexperientes. Montanhistas treinados em acampamento de baixo impacto causam muito menos danos do que aqueles que não receberam esse treinamento. Alguns operadores turísticos mais conscientes adotaram políticas de observação para limitar os impactos na vida selvagem.

Muitos operadores de passeios de observação de baleias orientam seus guias a manter uma certa distância em relação às baleias, evitar perseguir os animais e desligar os motores do barco durante a observação de perto para não causar estresse indevido aos animais. Em um sítio cultural, por exemplo, um local sagrado de arte rupestre ou uma igreja, os visitantes podem ser convidados a mostrar o respeito cobrindo suas cabeças ou mantendo o silêncio. Os impactos causados pelos turistas geralmente não são intencionais e podem ser frequentemente reduzidos por meio de campanhas de conscientização.

**3.3.4 A aglomeração de pessoas é um impacto negativo quando interfere com as expectativas dos turistas.** As primeiras pesquisas concluíram que aumentos nos números de visitantes levaram a reduções nos níveis de satisfação. Como resultado, os gestores buscaram determinar a quantidade de visitantes que causaria uma sensação de forte aglomeração. No entanto, verificou-se que a relação entre o número de pessoas e a satisfação dos visitantes é mais complicada. Embora um grande número de pessoas em um sítio possa certamente diminuir a apreciação estética e diminuir as oportunidades para privacidade, uma grande quantidade de público não diminui necessariamente a satisfação do visitante. Ao contrário, podem ocorrer reações negativas quando os turistas sentem que os demais visitantes estão interferindo com a sua experiência pessoal. Uma complicação adicional é que os efeitos negativos da aglomeração variam com as características de diferentes visitantes, sua experiência com a área, o comportamento dos demais visitantes, e as características e peculiaridades do cenário. Por exemplo, pessoas observando animais selvagens em Maasai Mara, uma reserva natural, podem ficar incomodadas com a presença de apenas alguns poucos veículos, enquanto em um parque de diversão espera-se que estes sejam mais numerosos. Os visitantes também podem alterar suas expectativas associadas a uma atividade a fim de poder tolerar multidões.

#### **O ciclo clássico da comunidade turística**

- *1ª etapa: As comunidades constroem pequenos bangalôs para o turismo local. Casas residenciais são renovadas para se tornarem pequenos hotéis e pousadas, gerando receita para a população local.*
- *2ª etapa: Os valores imobiliários aumentam e começa a construção de estradas e outros tipos de infraestrutura. Forasteiros começam a comprar terrenos e estabelecer suas próprias operações em uma escala maior do que os moradores locais. A população local ainda se beneficia economicamente, embora a maior parte da renda vá para um pequeno número de pessoas.*

- 3ª etapa: A construção de hotéis começa a acelerar, as normas de planejamento urbano são ignoradas, e a construção prossegue de forma irregular, causando a degradação do meio ambiente. A população local se beneficia trabalhando nos hotéis e pousadas locais e no setor de transportes.
- 4ª etapa: A maioria dos proprietários de hotéis, bangalôs e restaurantes são de fora da comunidade local. Começa a circular mais dinheiro. Grandes desenvolvimentos são implementados sem considerar as normas. Grandes hotéis e organizações promovem o turismo internacional, e os lucros ficam nos países de origem. Turistas contribuem com pequenas quantias de dinheiro comprando lembranças da viagem. As fontes de água e o meio ambiente começam a estar em risco e os desenvolvedores temem pelo futuro. Os residentes locais podem se ver como vítimas dos turistas e criar mágoas.
- 5ª etapa: A degradação do meio ambiente desperta o receio de uma diminuição no volume de turismo e suscita chamados por ações urgentes. As ações corretivas produzem efeitos lentamente, e a degradação continua. A comunidade local tem se beneficiado o tempo todo, mas o controle foi assumido por desenvolvedores externos, que podem decidir abandonar a área e mudar para outros lugares.

### 3.4 Impactos do turismo nas comunidades e na cultura

**3.4.1. Os modelos não conseguem captar a complexidade do ciclo turístico, porque assumem que é uma comunidade homogênea, o que é pouco frequente na vida real.** Por exemplo, nos estágios posteriores do ciclo do turismo, os modelos falham em mostrar se a comunidade como um todo é hostil ao turismo ou se apenas alguns segmentos da população sofrem e reclamam dos impactos sociais. O fato de que os membros da comunidade de acolhimento se adaptem de diversas formas ao turismo aumenta a complexidade do problema. Outro fator é que o crescimento do turismo pode ocorrer juntamente com outras mudanças, e o comportamento local pode ser uma resposta a essas mudanças mais do que às mudanças trazidas pelo turismo.

Além disso, embora muitos estudos tenham investigado as atitudes gerais em relação ao turismo em comunidades específicas, poucos apuraram as atitudes em relação a produtos e serviços específicos do turismo nas comunidades. Um grande problema para as pesquisas tem sido que poucos estudos foram concebidos a partir dos comentários das pessoas que estão sendo afetadas. Apenas alguns pesquisadores solicitaram aos entrevistados que avaliassem a importância dos impactos citados pelo povo local.

#### Como as comunidades locais podem ficar excluídas dos benefícios do turismo

- O turismo pode não atrair visitantes em número e rapidez suficientes para gerar as receitas necessárias para atender às expectativas econômicas da comunidade. Isso é resultado do caráter competitivo do turismo ou da qualidade dos recursos nas comunidades. A incapacidade de atender às expectativas da comunidade pode levar ao desencantamento com o projeto e à crença de que o sítio não traz benefícios úteis para a comunidade, que, por sua vez, é menos propensa a participar das atividades de proteção.
- O turismo pode aumentar as dificuldades das populações locais sem produzir benefícios atenuantes. As receitas do turismo muitas vezes favorecem um segmento da população diferente daqueles que sentem mais as dificuldades da redução dos recursos.
- A maioria das despesas com turismo (tarifas aéreas, hospedagem e taxas de operadores turísticos) beneficia empresas estrangeiras.
- Os moradores locais podem viver em pequenos grupos ou aldeias dispersos, e a comunicação pode ser difícil, limitando a distribuição justa das receitas econômicas.
- Os desenvolvedores podem privar os moradores de benefícios econômicos antecipados, ou as relações de poder local podem ditar quem vai se beneficiar das oportunidades do turismo. Por exemplo, indivíduos com relações influentes podem monopolizar oportunidades para servir como guias ou fornecer transporte para os visitantes.
- O crédito inicial pode ser difícil de obter. Um estudo em Belize mostrou que os investidores locais tinham enfrentado extrema dificuldade em obter crédito para abrir empresas de turismo e que esses obstáculos para a concessão do crédito diminuíam, nos mesmos bancos, se os investidores fizessem parcerias com empresas estrangeiras.
- Nem todas as atividades turísticas têm o mesmo potencial para a participação da comunidade. Algumas atividades mais sofisticadas precisam de treinamento específico para sua realização antes que uma comunidade possa participar. Por exemplo, pequenos projetos hoteleiros geridos pela comunidade podem ser prejudicados por problemas administrativos e organizacionais resultantes da falta de competências empresariais. No México, um projeto hoteleiro de uma cooperativa não teve sucesso porque seus membros não possuíam treinamento nas habilidades administrativas necessárias para operar o negócio de forma eficaz. Em muitos casos, proporcionar oportunidades como guias em atividades especializadas – observação de aves ou rafting, por exemplo – não é viável. Os operadores no local de destino preferem guias qualificados da capital que falam inglês ou outros idiomas europeus.

- *Empresas de turismo e hotéis têm uma política geral de não usar guias locais. Nas tentativas de retificar essa situação em alguns países, os operadores turísticos e hotéis, pela imposição de contratação local mediante regras ou normas governamentais ou, às vezes, políticas de áreas protegidas, são obrigados a contratar guias da região que não contam com a qualificação adequada para a função. E, como estes países frequentemente têm poucos guias locais com as capacidades requeridas, os operadores de turismo aceitam contrariados o fato de ter que usá-los, frequentemente os considerando um ônus adicional.*
- *Visto que o turismo rural é muitas vezes sazonal, ele tende a não criar empregos permanentes. No entanto, a oferta de trabalhos temporários oferecidos pelo turismo rural pode competir com outros trabalhos sazonais, como no setor agrícola, não deixando nenhum ganho líquido para a comunidade.*

**3.4.2 As interações entre o desenvolvimento do turismo e uma comunidade demonstraram-se ser de difícil previsão, com poucas relações ou padrões consistentes.** A seguir será apresentada uma visão geral das conclusões a respeito deste complicado problema. As altas concentrações turísticas podem ser vistas como positivas por algumas comunidades e negativas por outras. Embora as atitudes negativas sejam geralmente associadas a altos níveis de desenvolvimento, algumas comunidades apoiam o turismo, apesar da alta desproporção entre residentes e turistas. A visitação à baía de Shark, na Austrália Ocidental, cresceu de 10 mil em 1984 para 150 mil pessoas em 1990, aumentando a proporção entre residente e visitante de 1:10 para 1:150 em apenas seis anos. Apesar da rápida taxa de crescimento e do surgimento de sérios problemas ambientais, os moradores permanecem positivos a respeito do turismo e apoiam o seu contínuo crescimento. Similarmente, em Nadi, Fiji, onde o desenvolvimento do turismo e o contato com turistas são igualmente elevados, os anfitriões permanecem positivos em suas reações e atitudes.

Alguns estudos concluíram que os moradores são mais propensos a apoiar o turismo se estiverem se beneficiando dele devido à geração de empregos para eles ou seus parentes, ou se acreditarem que os benefícios do turismo compensam os impactos negativos. Alguns estudos mostram que as pessoas que não se beneficiam do turismo mesmo assim o apoiam.

Algumas pesquisas relataram uma preocupação local acerca do impacto do desenvolvimento turístico sobre os valores imobiliários, o acesso à recreação, o congestionamento do trânsito, a qualidade de vida, os salários e os preços mais elevados. Outras pesquisas mostram pouca relação entre o desenvolvimento do turismo e indicadores como a qualidade de vida. Residentes dos Alpes austríacos relataram que, embora o turismo tivesse trazido preços

mais elevados para as necessidades básicas, impostos mais elevados e concorrência na distribuição dos benefícios, além da diminuição da participação em projetos comunitários, a influência geral do turismo nas comunidades foi positiva.

**3.4.3 Algumas culturas podem se adaptar positivamente a influências externas, enquanto outras não.** As culturas e comunidades com um histórico de interação com outras culturas e uma exposição gradual a grupos externos incorporam novas práticas em suas vidas, protegem suas próprias culturas e têm menos dificuldades com o turismo. Grupos que tiveram pouco contato com estrangeiros têm mais dificuldades. Um caso extremo aconteceu com os aborígenes australianos, que não prestaram absolutamente nenhuma atenção ao Endeavor, o navio do capitão Cook, em 1770, considerando-o inclassificável e demasiado bizarro para combatê-lo.

As influências externas podem mudar algumas culturas em uma ou duas gerações. Novos padrões na estrutura social de uma cultura, por exemplo, mulheres que trabalham fora do sistema familiar tradicional, podem enfraquecer o interesse pelas tradições culturais, como a contação de histórias. Com novas oportunidades de emprego, os jovens podem não querer mais ou precisar aprender habilidades tradicionais. Enquanto em alguns casos o interesse dos turistas pela arte, música e linguagem local possa fomentar um renascimento cultural, na maioria das vezes os pesquisadores relatam culturas tradicionais se desviando em direção à “mercantilização”.

**3.4.4 A mercantilização cultural é a erosão das práticas culturais até que elas percam seu sentido.** Em um cenário turístico, isso se desenvolve à medida que as pessoas e seus símbolos culturais são tratados como mercadorias que podem ser compradas, alteradas ou vendidas. Quando isso ocorre, as pessoas começam a agir exclusivamente em benefício dos turistas, e os eventos podem perder o seu valor como uma manifestação cultural e espiritual. Como um mecanismo de defesa, algumas comunidades tentam limitar a intrusão dos turistas, mantendo suas manifestações culturais fechadas para si e oferecendo apresentações com “autenticidade encenada” aos visitantes, incluindo interpretações e explicações adequadas.

**3.4.5 A aceitação do turismo pela comunidade depende muito do quanto a atração reflete as necessidades e desejos da população local e de sua integração nessa atividade.** Mudanças culturais negativas podem ser minimizadas se as populações locais forem capazes de participar nas atividades relacionadas ao turismo e na tomada de decisões sobre os números e tipos de turistas que entram em suas comunidades e sua frequência. Os impactos culturais e econômicos são reduzidos onde os grupos locais mantiveram alguma autonomia sobre suas terras e onde estes grupos foram integrados à indústria do turismo.

O acesso dos moradores a uma atração e a percepção de que a atração traz benefícios econômicos por meio da criação de empregos ou renda adicional para a economia local são outros fatores que contribuem para a aceitação pela comunidade. O acesso gratuito para os moradores locais é muitas vezes visto como um desenvolvimento positivo, já que eles tenderão a ficar indignados se as autoridades da área protegida parecerem estar gerindo o sítio mais para os visitantes nacionais e estrangeiros do que para a população local.

#### **3.4.6 Conflitos surgem quando os benefícios econômicos do turismo são distribuídos de forma desigual, especialmente quando isso resulta em grandes disparidades na distribuição de riquezas.**

No povoado principal e na área administrativa do Parque Nacional de Taman Negara, Malásia, aproximadamente 60% dos residentes locais são empregados pelo setor do turismo, ganhando salários muito mais elevados do que o restante da população. Nas aldeias vizinhas, cerca de 70% da população vive da terra, ganhando aproximadamente um terço da renda dos moradores do povoado principal. O turismo criou tensões sociais, visto que o aumento, tanto nas tarifas de transporte por barco quanto nos valores dos bens de consumo diário, prejudicava os moradores; também há conflitos a respeito do uso dos recursos do parque, como peixes, frutas e ratã. Além disso, a caça e a pesca ilegais estão aumentando.

#### **3.4.7 A distribuição dos benefícios econômicos para apoiar as populações locais tem sido difícil por diversas razões.**

Um estudo de áreas protegidas com programas de turismo indicou que poucas delas geraram benefícios substanciais para a população local. Mesmo em áreas altamente bem-sucedidas, poucos benefícios diretos foram obtidos pelas comunidades locais. Por exemplo, enquanto os turistas geram cerca de US\$ 5 milhões anualmente no Parque Nacional de Khao Yai, na Tailândia, apenas uma pequena parte das receitas beneficia as comunidades vizinhas. No Nepal, o desenvolvimento do turismo na área do Everest tende a se concentrar ao longo das rotas, e são poucas as receitas geradas no local. Estudos em algumas áreas do Nepal mostraram que apenas as elites das aldeias foram capazes de captar benefícios turísticos.

#### **3.4.8 O desenvolvimento econômico derivado do turismo não costuma facilitar a participação da comunidade em ações de conservação e proteção.**

Algumas razões pelas quais isso acontece são:

- Os benefícios econômicos do turismo com frequência não criam incentivos suficientes para as comunidades locais apoiarem as iniciativas de conservação e proteção.
- É difícil desenvolver estratégias para gerar envolvimento local em um programa de conservação e desenvolvimento econômico. Muitas vezes, não existem mecanismos para fornecer incentivos para as atividades de conservação. Doadores geralmente fornecem infraestrutura, escolas, clínicas, poços etc., em áreas fora das zonas protegidas sem consultar ou envolver as comunidades locais. Uma

vez que estas iniciativas são vistas como subsídios, as pessoas sentem pouca responsabilidade pela sua futura manutenção. Elas, claramente, são insustentáveis.

- A ligação entre os benefícios turísticos e as atividades de conservação pode ser pouco clara ou inexistente. Para que o turismo promova a conservação, a população local deve se beneficiar economicamente e ver uma ligação clara entre os benefícios e a necessidade de proteger os recursos. Se os benefícios não permanecerem nas áreas locais ou forem distribuídos de forma desigual, será pouco possível fazer essas ligações. Um estudo dos guias de natureza da Costa Rica e do México revelou que, embora os guias fossem treinados em ecologia, não foi possível estabelecer uma relação definitiva entre a sua formação e sua participação nos esforços de conservação da comunidade. O estudo concluiu que era preciso encontrar e contratar guias que tivessem demonstrado interesse prévio e experiência em atividades comunitárias de conservação.

#### **Estudo de caso: Parque Nacional de Komodo, Indonésia**

*No Parque Nacional de Komodo, na Indonésia, o princípio orientador é que as comunidades locais devem ter prioridade no aproveitamento dos benefícios da existência do parque. As comunidades locais estão envolvidas em atividades de turismo, na gestão de recursos e nas medidas de proteção. Os moradores também estão envolvidos, de alguma forma ou de outra, na prestação de serviços de transporte, guia e hospedagem, enquanto muitos fazem artesanato e lembranças, ou trabalham em restaurantes.*

### **3.5 Implicações e recomendações**

- Os impactos devem ser avaliados em cada caso. As interações resultantes do turismo são difíceis de prever em muitos aspectos, com poucos padrões consistentes ou relações aparentes. Por exemplo, os impactos sobre a vida selvagem e a reação de uma comunidade aos turistas variam de acordo com a situação.

- O fato de que os impactos podem ser curvilíneos e, ao mesmo tempo, variar em função do recurso reforça a necessidade de programas de monitoramento que possam detectar mudanças nas tendências. Encontrar a causa ou as causas de um problema fornece aos gestores as informações necessárias para selecionar indicadores para rastrear as mudanças ao longo do tempo.

- A localização de atividades turísticas em áreas onde os recursos são tanto resistentes como resilientes ajuda a limitar os danos. Os fatores de resistência e resiliência podem ser descritos em informações básicas coletadas durante o processo de planejamento, por exemplo, a respeito da vulnerabilidade de certas espécies de animais selvagens.



- Avaliar as metas e objetivos de um sítio ao decidir até que ponto os impactos devem ser controlados influenciará as atividades turísticas. Por exemplo, a habituação pode tornar mais fácil para os turistas observarem animais selvagens, mas prejudicar seriamente os estudos científicos. Caso as pesquisas científicas sejam um objetivo de gestão, manter as populações de animais selvagens em um estado natural será uma prioridade em relação aos interesses do turismo.

- Os impactos relacionados aos visitantes devem ser analisados de acordo com os padrões de uso, tipos e tamanho dos grupos de usuários, quantidade de uso e modo de viagem. Essa análise permitirá adequar os grupos de visitantes e atividades às áreas problemáticas.

- A estabilidade e a estrutura de uma comunidade têm um efeito importante na sua resiliência. Fatores essenciais que devem ser analisados incluem a capacidade da comunidade de planejar os seus padrões de trabalho, ou seja, quem está empregado, em que capacidade, com que remuneração e durante quais meses. Uma avaliação deve ser feita prontamente para saber como uma comunidade pode contribuir ou influenciar o desenvolvimento do turismo. As comunidades locais precisam de tempo para decidir qual direção seguir.

- A identificação de atividades que utilizem recursos e competências existentes maximizará os potenciais benefícios econômicos do desenvolvimento turístico para a comunidade local. Projetos comunitários, como pequenos hotéis cooperativos, poderiam ser considerados, no entanto, estes precisariam de um planejamento e respaldo cuidadosos. Deve-se prestar atenção à possibilidade de que determinados empreendimentos turísticos poderiam gerar grandes diferenças nas remunerações locais. Essas atividades podem não ser aconselháveis.

- Determinar como as receitas do turismo são distribuídas, se a maior parte vai para alguns indivíduos ou famílias, ou se são amplamente distribuídas por meio de compras de bens locais ou na forma de salários, revelará o impacto econômico das oportunidades do turismo. A avaliação da distribuição das receitas deve levar em conta a forma como os projetos turísticos interagem com outras oportunidades econômicas nas unidades familiares e na comunidade. Para alguns, até mesmo receitas modestas derivadas do turismo podem ser significativas.

- É amplamente reconhecido que, para planejar e gerir os programas turísticos, é necessário um conhecimento aprofundado da cultura local, por exemplo, sobre a maneira como as pessoas celebram, ou a forma na qual se retiram ou buscam privacidade. Algumas culturas são especialmente vulneráveis aos efeitos adversos do turismo. Para gerar um turismo que, em vez de ameaçar, melhore o patrimônio local, os gestores devem considerar não só o que os turistas desejam ver na comunidade, mas também o que os moradores estão preparados para revelar sobre si mesmos.

### Atividades sugeridas

1. Desenvolvimento de uma lista priorizada dos impactos e ameaças existentes no sítio.

- Utilize os títulos principais deste capítulo para elaborar uma lista de verificação de impactos/problemas.
- Determine se os impactos estão relacionados com o turismo; recorra às opiniões da equipe do sítio, dos guias locais, dos líderes comunitários, dos proprietários de hotéis e dos operadores turísticos.
- Identifique os grupos relacionados aos impactos.

2. Exame da relação de causa e efeito dos impactos identificados.

- Realize uma análise detalhada identificando fatores causais e descrevendo os efeitos de longo prazo.
- Determine se e como os diferentes impactos estão inter-relacionados.
- Determine se, ao atenuar um impacto, outro poderá ser positivamente afetado.

3. Priorização dos impactos e desenvolvimento de uma lista preliminar do que seria necessário para atenuá-los.

- Peça à equipe do sítio que priorize os impactos com base em suas impressões.
- Prepare um mapa dos impactos, indicando sua importância relativa.
- Escreva uma descrição geral dos impactos e medidas atuais e revise-as com o conselho consultivo.

### Leituras sugeridas

Brandon, Katrina. *Ecotourism and conservation: a review of key issues*. Washington, DC: Global Environmental Division, World Bank, Apr. 1996. (Paper, 33).

Cole, David N.; Schreiner, G. S. (Comp.). *Impacts of backcountry recreation: site management and rehabilitation, an annotated bibliography*. Ogden, Utah: US Department of Agriculture, Forest Service, Intermountain Forest and Range Experiment Station, Sep. 1981. (General technical report, 121).

DeKadt, E. *Tourism: passport to development?* New York: Oxford University Press, 1976.

Hammit, William E.; Cole, David N. *Wildland recreation, ecology and management*. rev. ed. John Wiley & Sons, Jan. 1999.

Knight, Richard L.; Gutzwiller, Kevin J. (Eds.). *Wildlife and recreationists: coexistence through management and research*. Washington DC: Island Press, 1995.

Marion, Jeffrey L.; Farrell, Tracy A. Managing ecotourism visitation in protected areas. In: The Ecotourism Society. *Ecotourism: a guide for planners and managers*, v. 2. 1999.

Mieczkowski, Zbigniew. *Environmental issues of tourism and recreation*. Lanham, Maryland: United Press of America, Inc, Boston Way, 1995. p. 3.

Mill, Robert Christie. Key Success Factors in Community Tourism. In: TWENTY-SIXTH ANNUAL CONFERENCE. Set. 1995. *Proceedings*. Travel Tourism Research Association, 1995.

Pearce, Moscardo; Ross. *Tourism community relationships*. Elsevier Science Ltd., 1996.

Smith, V. L. (Ed.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. 2<sup>nd</sup> ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

UNESCO Courier, n. 8, Jul./Aug. 1999.

Wells, Michael P. *Economic perspectives on nature tourism, conservation and development*. Washington, DC: Global Environmental Division, World Bank, (n.d.). (Paper, 55).

## Envolvimento das partes interessadas: os benefícios e desafios da participação pública



*Painel Externo de Cândido Portinari, Conjunto Moderno da Pampulha, Brasil*

© Pedro Morais

**Um programa de turismo sustentável deve trabalhar em conjunto com as partes interessadas, incluindo agências governamentais, organizações de conservação e outras organizações não governamentais, desenvolvedores e comunidades locais. Sua participação no processo de planejamento e gestão é de suma importância. As questões de participação pública relacionadas ao turismo formam a base de uma lista de verificação para os gestores que desejam evitar conflitos desnecessários, e o conhecimento dessas questões é um pré-requisito essencial para a efetiva participação do público, especialmente no planejamento de reuniões com partes interessadas e na criação de conselhos consultivos de turismo.**

#### **4.1 Por que envolver as partes interessadas no planejamento e na gestão?**

**4.1.1 Envolver as partes interessadas poupa tempo e dinheiro.** Os conflitos entre as comunidades e as autoridades de conservação demonstraram que depender unicamente da aplicação da lei é menos prático e mais dispendioso do que envolver os grupos de interesse desde o início. A longa experiência na gestão turística do Patrimônio Mundial demonstrou que os projetos com participação local limitada são menos produtivos e, em última análise, mais caros.

**4.1.2 A incapacidade de compreender as posições das partes interessadas pode atrasar ou bloquear a realização de projetos.** Há inúmeros exemplos de projetos que falharam devido à falta de comunicação eficaz com as partes interessadas. A construção de um centro cultural na ilha de Truk, no sul do Oceano Pacífico, foi bloqueada porque o diretor do projeto não consultou o governador. Se ele tivesse feito a consulta, ele teria descoberto um conflito entre o governador e um líder local na aldeia onde o projeto foi planejado. As primeiras tentativas de gestão de ecossistema no Parque Nacional de Yellowstone, nos Estados Unidos, foram atrasadas porque a equipe de gestão começou a formular um plano regional geral antes de unificar as principais partes interessadas.

Aprendendo com problemas passados, muitos sítios agora investem uma quantidade considerável de tempo em reuniões com as diferentes partes interessadas, solicitando suas opiniões e definindo questões que devem ser examinadas em conjunto. Por meio desse diálogo e colaboração, a equipe de gestão do sítio se familiarizam com as diversas posições das partes interessadas a respeito das questões e atividades do turismo que poderiam ter um impacto no sítio.

**4.1.3 As partes interessadas podem informar os gestores a respeito das diferenças culturais locais que possam facilmente ser mal interpretadas.** Os valores religiosos ou culturais são muitas vezes de importância pri-

mordial para as comunidades e podem passar despercebidos se os moradores não estiverem envolvidos no processo de planejamento e gestão. Por exemplo, embora a equipe do sítio possa legitimamente considerar certos vales, formações rochosas ou sítios arqueológicos como recursos naturais ou antropológicos, estes sítios podem ser sagrados para as comunidades de acolhimento. Cercas, passarelas e outras estruturas construídas em tais áreas podem ser ofensivas para a população local e comprometer o valor cultural do sítio. Sem a participação local, esses valores podem passar despercebidos, criando as condições para futuros conflitos.

No Sítio do Patrimônio Mundial do Grande Zimbábue, no Zimbábue, a criação de um museu vivo para trazer mais visitantes enfrentou criticismo e indiferença. A população local considerou o museu vivo como uma falsa representação do sítio, como algo impróprio e como reduzindo a importância histórica e cultural do sítio a apenas mais uma atração com pouca relevância à identidade real do povo. Visto que o museu vivo exibia um estilo de vida muito similar àquele dos zimbabuenses em geral, poucos moradores locais se interessaram na aldeia.

**4.1.4 As partes interessadas podem ajudar a identificar áreas problemáticas que possam ter sido desconsideradas pelos especialistas.** Os especialistas nem sempre conseguem avaliar as percepções, preferências ou prioridades das comunidades ao examinar as condições locais. Por exemplo, as avaliações rurais participativas (ARP) realizadas em Ucchali, um sítio no Paquistão que é classificado como um pantanal protegido e é gerido como um santuário de aves aquáticas, revelou um descompasso entre as visões locais e percepções dos especialistas. Os especialistas presumiram que os lagos da área fossem antigas características geográficas. Os aldeões sabiam que eram o produto de um aumento nas chuvas nos últimos 50 anos e que as águas tinham submergido as principais terras agrícolas que haviam pertencido às aldeias durante séculos. As comunidades locais acreditavam que seu direito às terras foi negligenciado quando os projetos seguiram adiante para conservar o pantanal.

Uma outra armadilha ocorre quando os pontos de vista dos especialistas são orientados para interesses limitados. No projeto do pantanal no Paquistão, os cientistas se concentraram em espécies de especial interesse para a conservação internacional e o habitat do pantanal. Os aldeões tinham uma visão mais ampla do ecossistema, que fazia a conexão entre as florestas, a bacia hidrográfica, a história do uso da terra na área e seus meios de subsistência. Além disso, fenômenos complexos como os padrões migratórios das aves, mudanças na qualidade da água, taxas de sedimentação e níveis dos lençóis freáticos eram monitorados localmente e bem compreendidos. Se o quadro mais amplo tivesse sido levado em consideração, uma colaboração mais eficaz poderia ter sido promovida.

**4.1.5 As partes interessadas podem oferecer informações úteis sobre as condições desejadas em um sítio.** A gestão eficaz dos visitantes implica estabelecer

limites negociados com as partes interessadas. Por meio de conselhos consultivos de turismo, as partes interessadas podem ajudar os gestores a estabelecer as condições de visitação e definir padrões quantificáveis para a gestão de problemas e limitação dos impactos. Experiências passadas demonstraram que a contribuição das partes interessadas é essencial para o desenvolvimento de políticas e objetivos de gestão realistas que ganharão apoio a longo prazo. Por exemplo, a comunidade deve ser encorajada a participar da tomada de decisões a respeito do número e do tipo de turistas que gostariam de acolher e/ou das áreas que estariam fora dos limites.

## 4.2 Desafios na cooperação com as partes interessadas e na participação pública

### 4.2.1 Formular uma ideia clara a partir de diferentes grupos de partes interessadas pode ser difícil.

Desvendar a identidade e a estrutura de diferentes grupos de partes interessadas pode ser demorado e os resultados não são óbvios. Por exemplo, diferentes agências podem estar envolvidas na gestão de um sítio e possuir metas e objetivos diferentes. Em muitos casos, muitas agências controlam várias seções de um Sítio do Patrimônio Mundial protegido, cada uma com sua própria estratégia de gestão. Embora compartilhem um mesmo recurso do patrimônio, as estratégias e os problemas da gestão de visitantes variam de uma área para outra.

#### **Gestão participativa: Patan, Nepal**

*A gestão participativa pode fomentar melhores relações entre um sítio e a comunidade local. Além disso, os recursos são gerenciados de forma mais eficiente. A proteção de longo prazo pode exigir grandes mudanças de atitude por parte da equipe e de todas as partes interessadas.*

*Para descobrir o que a população local realmente queria e precisava, os gestores de um projeto de desenvolvimento alemão em Patan, no Vale de Catmandu, no Nepal, começaram organizando jovens em grupos de autoajuda para a ação comunitária. Os jovens relataram o desejo de estudar inglês. Uma base organizacional foi criada na forma de grupos de estudo de língua inglesa. Rapidamente, esses grupos se tornaram ativos em questões de desenvolvimento comunitário e seus esforços motivaram outros a participarem de ações comunitárias, incluindo a construção de instalações e serviços sanitários para a comunidade. Conforme o envolvimento da comunidade foi aumentando, empresários locais e líderes do governo se voltaram cada vez mais para o turismo para ajudar a gerar oportunidades de desenvolvimento econômico e para ajudar a pagar pelos esforços de restauração. Com isso em mente, eles formaram a Organização para o Desenvolvimento do Turismo de Patan com o objetivo de ajudar a atrair turistas para a comunidade.*

### 4.2.2 Um debate aberto pode ser visto por alguns como uma ameaça ao seu poder e controle.

Algumas partes interessadas não estão dispostas a apoiar uma participação mais ampla, especialmente quando é vista como uma ameaça à sua autoridade. Por exemplo, os gestores podem aceitar uma política de abertura e comunicação, mas podem resistir ao fornecimento de todas as informações pertinentes aos grupos de interesse. Esta situação, eventualmente, cria um clima de desconfiança, limitando a capacidade do gestor do sítio ao tratar com o público.

### 4.2.3 Os críticos mais veementes podem dominar o processo de participação.

Muitos cidadãos veem a participação pública como um meio de influenciar políticas e decisões. Audiências públicas podem se tornar fóruns nos quais os críticos mais veementes de um plano podem dominar os debates e excluir outros do processo. Isso pode acontecer se um grupo de *lobby* organizado estiver fortemente representado. Algumas pessoas com preocupações legítimas podem ser intimidadas por um local como um salão de reuniões e ter medo de falar. Locais alternativos, como os centros comunitários, podem facilitar uma troca de ideias mais confortável e incentivar uma comunicação equilibrada entre as partes interessadas.

### 4.2.4 Muitas pessoas podem ser negligenciadas porque são menos expressivas que outros grupos.

Qualquer questão que gere interesse público está sujeita a uma ampla variedade de opiniões. Embora a maioria das pessoas tenha uma opinião, muitos não se sentem motivados pelo assunto. Esta grande maioria corre o risco de ser ignorada. Pode-se perceber que trata-se de um grupo mais sensível a influências, pois não tem muito interesse e provavelmente não está bem informado. A possibilidade de um evento despertar a atenção desta maioria menos interessada, entretanto, não deve ser subestimada. Levar estes grupos em consideração é essencial para garantir o apoio público a longo prazo.

### 4.2.5 Estruturas hierárquicas podem inibir a participação das partes interessadas na tomada de decisão.

Em muitas sociedades, a estrutura formal das instituições e das organizações, bem como as normas culturais, podem dificultar a expressão da opinião por certos grupos, tornando impossível a participação das partes interessadas nas reuniões formais. Algumas agências poderosas podem dominar os debates, eclipsando outras partes interessadas e bloqueando a cooperação. Em alguns países, o governo está diretamente envolvido nas atividades comerciais do turismo, funcionando como operadores turísticos, além de ditar as políticas, o que pode levar a um desequilíbrio nas contribuições das partes interessadas.

### 4.2.6 A participação pública pode ser mais uma forma de apaziguamento do que uma forma de solicitar a opinião das partes interessadas.

Oferecer às comunidades locais a oportunidade de participar aumenta

as expectativas a respeito da aceitação de suas sugestões. Um governo pode tentar guiar uma escolha específica representando somente uma opinião ou propondo um conjunto de escolhas entre as quais somente uma é viável. As decisões podem já ter sido tomadas antes do início da participação do público, e quaisquer alterações serão mínimas e com impactos relativamente pequenos. Antes de embarcar em um exercício de planejamento participativo, os proponentes têm de estar prontos para mudar os planos originais de acordo com as contribuições recebidas.

**4.2.7 Uma ênfase excessiva no envolvimento de grupos de partes interessadas pode levar a uma incapacidade de reconhecer certos efeitos sobre os recursos.** Os gestores devem compreender como as partes interessadas percebem os impactos e definem a aceitabilidade. No entanto, muitos grupos de partes interessadas têm conhecimentos limitados a respeito dos recursos naturais e culturais e podem desconhecer os potenciais impactos negativos. Os visitantes se adaptam à deterioração das condições ambientais, aceitando a degradação como o resultado inevitável do aumento das visitas. Os visitantes que estão descontentes com a degradação podem não retornar e não são incorporados nos estudos e nos esforços de participação pública. Outros grupos de partes interessadas podem estar somente preocupados com considerações econômicas, o que pode superar o desejo de proteger os recursos. Assim, embora a participação pública seja necessária, o excesso de confiança nas contribuições públicas pode levar à inação e à deterioração das condições ao longo do tempo. Com as bases de recursos em declínio e a demanda por atividades recreativas e atrações turísticas em ascensão, são os gestores que devem finalmente decidir os parâmetros do número e dos tipos de atividades de turismo que são aceitáveis.

### 4.3 Fatores que promovem participação e comunicação eficazes

**4.3.1 A confiança aumenta a disposição de um grupo para participar.** A confiança é o elemento essencial de uma participação pública bem-sucedida. Desenvolver a confiança e a vontade de participar depende de vários fatores.

Uma interação inicial positiva desenvolve a confiança. A história das experiências com uma agência governamental estatal, por exemplo, influencia as chances de se fomentar a participação. A reconstrução das relações entre as autoridades de conservação e a população local após uma história de policiamento e exclusão pode ser difícil. H.S. Panwar, que lecionou no Instituto da Vida Selvagem da Índia, em Dehra Dun, relatou que os principais critérios de sucesso em projetos de desenvolvimento ecologicamente orientados eram o desenvolvimento da confiança e a convocação da participação plena da população local no planejamento e no processo de implementação.

Honrar compromissos constrói confiança. O Parque Nacional de Amboseli, no Quênia, o Parque Nacional La Amistad, na Costa Rica e no Panamá, e o Parque Nacional

de Yellowstone, nos Estados Unidos, tiveram problemas com as comunidades locais após cortes de financiamento que forçaram mudanças nas políticas. Em Amboseli, a falta de financiamento para a manutenção de bombas em instalações de irrigação causou uma crise de confiança entre os funcionários do parque e se chocou com as necessidades dos pastores de gado da comunidade Maasai. Em La Amistad e Yellowstone, os cortes de pessoal e de orçamento impactaram financeiramente as comunidades locais.

Gestos que demonstram igualdade, por exemplo, a partilha de informações igualitária entre as partes interessadas, promovem a confiança. Desde a sua criação, o projeto da Grande Barreira de Corais trabalhou a partir de uma base de informações científicas, emitindo regularmente mapas, dados e informações cuidadosamente preparadas para o público.

É necessário tempo para se construir a confiança. Muitos especialistas concordam que mais tempo e esforços poderiam ser dedicados para abordar os diversos objetivos dos grupos de interesse. Um pesquisador escreveu: “construir confiança leva tempo. A história das iniciativas de desenvolvimento rural está cheia de exemplos suficientes para indicar que esse tempo é um recurso bem gasto em termos de resultados de políticas eficazes”.

Uma imagem não partidária ajuda a desenvolver a confiança com as partes interessadas. Quando um problema específico surge em um sítio, o gestor do sítio, que é visto como um representante do governo, pode ser prudente e pedir a uma personalidade popular local que explique a questão ao público. Se o tempo e o dinheiro permitirem, informações científicas de confiança podem servir como evidência não partidária para aumentar a compreensão pública a respeito de um problema e mudar a opinião das pessoas. Os funcionários de Yellowstone publicaram as informações científicas pertinentes, vistas como mais neutras, no jornal diário para notificar o público a respeito de um projeto para reintroduzir lobos no parque.

**4.3.2 Uma abordagem coletiva incentiva a participação pública.** Foi constatado que os processos que fomentam a participação e a colaboração são considerados mais favoráveis ao consenso do que os métodos tradicionais que envolvem somente especialistas no planejamento. O trabalho em projetos de extensão comunitários tem mostrado mais progressos nas relações comunitárias quando métodos participativos são usados. Especialistas relatam que, no ciclo de um projeto, nunca é cedo demais começar a convidar a participação local.

Uma abordagem participativa é benéfica de várias maneiras:

- Embora as questões de poder e controle não desapareçam, pois certos indivíduos estarão sempre motivados a converter outras pessoas para seu ponto de vista, o processo participativo aprimora a comunicação, mostrando tanto o consenso quanto as diferenças entre

os diversos grupos de partes interessadas. O exercício frequentemente leva a um acordo e a uma quebra nas posições defensivas.

### A construção do consenso

*A literatura sobre mediação indica que os conflitos são melhor resolvidos quando pessoas que não dominam tecnicamente as questões orientam, mesmo assim, a tomada de decisão.*

*Às vezes, as partes interessadas apresentam argumentos técnicos para melhorar sua posição, e esse é o momento em que o mediador deve buscar um acordo a respeito das questões técnicas antes de desenvolver opções de regulamentação. Sessões mistas envolvendo participantes técnicos e não técnicos devem ser lideradas por um mediador que possa controlar a linguagem técnica e buscar esclarecimentos em nome de todos os participantes.*

*A mediação é um processo no qual uma pessoa neutra ou pessoas que não são parte de um conflito ajudam as pessoas a resolver suas diferenças por meio da negociação. É um processo sutil que pode potencialmente gerar muito atrito inicialmente, situação que exige dos mediadores uma atuação para separar os posicionamentos dos interesses e evitar dar a impressão de favorecer uma das partes em detrimento da outra.*

*A colaboração é de fundamental importância na construção da confiança entre as partes interessadas. Estudos demonstraram que as pessoas que participam nas decisões de grupo são mais propensas a implementá-las. Um especialista descreve o consenso da seguinte forma: “Todos nós podemos viver considerando X como sendo uma solução para um problema e todos nós concordamos em nos unir para realizar o que X pede que seja feito”. Dicas básicas para obter um consenso incluem:*

- ser franco e honesto ao expressar ideias;
- evitar julgar ideias prematuramente;
- estar disposto a chegar a um meio-termo;
- examinar sistematicamente as decisões e os problemas; e
- delimitar desde o início o problema que será abordado e os objetivos de cada um.

*Uma das técnicas mais conhecidas e valiosas para a construção do consenso é o intercâmbio livre de ideias (brainstorming) seguido por uma filtragem (veja abaixo).*

*A técnica envolve seis etapas:*

- preparar-se para a sessão;
- determinar o método de brainstorming que será usado;
- gerar ideias;
- criar filtros;
- aplicar os filtros; e
- recapitular a sessão.

*O brainstorming envolve dois métodos básicos: o diálogo espontâneo e o rodízio de ideias. Com o diálogo espontâneo, os grupos espontaneamente apresentam e compartilham ideias, que são devidamente registradas por um facilitador. O método de rodízio de ideias é mais estruturado, com o facilitador pedindo aos membros do grupo que expressem ideias específicas sobre a questão que está sendo debatida. Esse método é mais usado com grupos relutantes.*

*O brainstorming busca gerar o maior número possível de ideias. O exercício pode terminar quando:*

- todos tiveram a oportunidade de participar;
- não forem oferecidas novas ideias;
- foi feita uma última chamada de ideias; e
- foi realizado o agradecimento aos participantes por sua contribuição e tempo.

*Depois que as ideias são geradas, os critérios dos filtros definidos pelo grupo, como restrições de custo e tempo, são criados para selecionar as ideias. Os participantes ajudarão prontamente a identificar os critérios de filtragem, como custos, fatores de tempo, disponibilidade dos recursos necessários, considerações filosóficas e aceitabilidade para a equipe de gestão e outras partes interessadas.*

*Os filtros permitem ao facilitador percorrer a lista de ideias e eliminar aquelas que não se qualificam.*

*A etapa final no processo é recapitular as ideias que sobreviveram ao processo de filtragem e definir cada uma dessas ideias, para garantir que todos os membros da equipe estejam de acordo. O grupo também deve delegar um membro para repassar as informações a outros grupos ou partes interessadas.*

• As evidências indicam que as pessoas demonstram relutância em divulgar dificuldades passadas. Sistemas de comunicação informais, como pesquisas, podem ajudar as pessoas a revelar seus interesses e preocupações. Os relatórios do Programa de Parceria Turística de North Pennines na Inglaterra revelaram que essa comunicação informal ajudou a resolver problemas entre os diferentes grupos.

• A participação pública tende a impulsionar a implementação colaborativa. Como um pesquisador observou, são os mal-entendidos entre os grupos, e não a falta de informação, que estão no cerne de muitas dificuldades sociais.

### 4.4 Técnicas eficazes de colaboração e comunicação

**4.4.1 Técnicas participativas, tais como as avaliações rurais, permitem que a população local descreva o seu meio ambiente.** As avaliações rurais participativas (ARP) podem facilitar o intercâmbio informal de informações

entre funcionários do governo local, as equipes das ONGs e a população local. Estes métodos provaram ser capazes de superar os problemas de comunicação e de formar uma avaliação exata das preocupações das partes interessadas. As técnicas ajudam a mapear os recursos locais, os meios de subsistência das pessoas, as tendências no uso de recursos e os custos e benefícios locais das atividades de conservação e proteção. Estes são métodos práticos para incentivar a participação local, fomentar a comunicação e fazer uma avaliação mais precisa das preocupações locais. A utilidade destes métodos foi demonstrada em muitas áreas do mundo, em particular no Paquistão e na Índia. As técnicas participativas, incluindo as ARP, podem ser usadas tanto em sítios naturais como culturais.

### **Técnica de mapeamento ambiental participativo**

*A técnica de mapeamento ambiental participativo é fundamental para as avaliações rurais participativas. A técnica envolve pedir que a população local desenhe mapas no chão. O exercício começa com uma pergunta aberta, como, por exemplo, “você poderia desenhar um mapa de sua aldeia?” Usando materiais locais como varas, pedras, grama, madeira e pacotes de cigarro, ou giz colorido fornecido pelo representante do projeto, os participantes mapeiam a aldeia, frequentemente abrindo uma discussão a respeito da exatidão do desenho. Uma vez que o processo é participativo, e todas as informações estão constantemente visíveis para todos os participantes, a técnica evita as armadilhas das entrevistas típicas, nas quais uma pessoa pode dominar a discussão.*

*O mapeamento deve ser realizado em um ambiente descontraído e discreto. O representante do projeto pode começar o mapa com uma característica simples e clara, como a estrada principal ou um rio, ou a aldeia seguinte, e então passar a vara para uma pessoa local para que continue o mapa. Esta passagem de mãos é vista frequentemente como uma ação simbólica importante. Uma vez que os participantes concordem com o mapa, mais perguntas abertas estimulam uma discussão mais aprofundada. Por exemplo, “a área inteira é uniforme ou há diferenças?”, “o que mais é importante que seja mostrado no mapa?”, “alguma coisa foi esquecida?”. Perguntas abertas garantem a neutralidade. Os participantes são solicitados a adicionar suas respostas ao mapa. O representante do projeto deve pedir permissão para copiar o mapa em um caderno, explicando as razões e discutindo as etapas seguintes.*

*O planejamento em todas as circunstâncias deve ser feito sem pressa, cuidadosamente. Todos os trabalhos que, por mais benignos ou bem-intencionados que sejam, pareçam ameaçar as estruturas de poder local serão contestados.*

*Outra técnica é distribuir câmeras automáticas para membros da comunidade, explicando seu uso e pedindo que fotografem, ao longo de alguns dias, as características*

*e paisagens que eles acreditam que possam ser de interesse para os visitantes (um inventário de atrações com base na comunidade). Os indígenas Kaiapó no Brasil usaram esse processo com sucesso.*

*Para melhorar a qualidade dos dados, diferentes métodos de ARP são usados e, em seguida, comparados uns com os outros e com informações adicionais dos aldeões. Especialistas comunitários recomendam que tais informações sejam sempre complementadas com outros métodos, como caminhadas pela comunidade, permitindo que um especialista verifique o mapeamento realizado acompanhado por moradores locais. A comparação com mapas científicos ou fotos, a participação em atividades diárias e as visitas aos fazendeiros são igualmente recomendadas.*

### **4.4.2 Formas alternativas de diálogo podem ajudar a limitar os conflitos públicos.**

As reuniões públicas podem ser ineficazes quando as partes com os interesses mais claros participam com o objetivo de promover suas causas específicas. Estruturas de reunião menos confrontacionais podem reduzir essa influência indevida e limitar a pressão de grupos de interesse em frente à imprensa. Durante o controverso projeto de reintrodução de lobos em Yellowstone, foram realizados eventos abertos, nos quais as pessoas puderam sentar-se em uma atmosfera descontraída e conversar diretamente com representantes das várias agências envolvidas. Reuniões especiais foram realizadas para permitir que grupos de interesse mais poderosos expressassem suas opiniões, mas foram apenas sessões de escuta. Estas foram realizadas por representantes do parque do sexo feminino, vistas como menos ameaçadoras e não partidárias do que suas contrapartes do sexo masculino, e a polícia local foi contratada para manter a ordem.

### **Reuniões eficazes**

*As reuniões consomem grande parte do tempo de um gestor de sítio. Elas são um meio quase diário e são importantes para formar relacionamentos com grupos de partes interessadas, incluindo doadores estrangeiros e representantes do turismo. Um método interativo para realizar reuniões inclui um acordo sobre como a reunião resolverá problemas.*

*Muitos problemas de gestão decorrem do fato de que as pessoas têm dificuldade em ouvir e escutar o que outras pessoas estão realmente dizendo. Embora ouvir pareça ser uma habilidade simples e óbvia, especialistas dizem que poucas pessoas são ouvintes eficazes. No entanto, habilidades de escuta podem ser aprendidas.*

*Os cinco ingredientes de uma reunião eficaz são:*

- papéis e responsabilidades claramente definidos e acordados para cada participante;
- um foco comum no conteúdo;



- um foco comum no processo;
- uma pessoa responsável pela manutenção de um fluxo de diálogo aberto e equilibrado; e
- uma pessoa responsável pela proteção de indivíduos contra-ataques pessoais.

*Uma pauta da reunião deve ser enviada aos participantes com antecedência para que possam se preparar.*

*As reuniões devem ser planejadas para evitar a síndrome de ataque em grupo, na qual os membros do grupo sentem que serão atacados assim que falarem. A chave para resolver problemas de autoridade e poder é usar um facilitador com o papel de manter o grupo coeso, oferecer sugestões e aguardar que se chegue a um acordo a respeito de uma questão específica. O facilitador mantém o grupo no rumo certo, assegurando que ninguém domine as discussões. Ele deve permanecer neutro, abstendo-se de contribuir com ideias ou julgar as ideias dos outros. O facilitador, o secretário e todos os demais participantes-chave devem explicar seus papéis no início de uma reunião.*

*As reuniões devem ser registradas, e as atas devem ser distribuídas aos participantes antes da reunião seguinte. O secretário deve evitar interpretar o processo sem as contribuições dos participantes e tentar manter-se objetivo. Registrar ideias sem identificar sua fonte promove confiança no sistema e ajuda o grupo a aceitar ideias. Durante a reunião, cavaletes para anotação podem ser usados para oferecer um registro imediato do que está sendo dito.*

### 4.4.3 O processo de desenvolvimento de um plano de gestão pode incentivar a participação das partes interessadas.

O processo também pode ser usado para criar consenso. No entanto, em vez de liberar minutos de planos de gestão ao público para comentários, os planejadores devem começar identificando o que é necessário junto ao público e o que o sítio pode oferecer em troca. Planos e estratégias devem ser desenvolvidos lentamente, ser dinâmicos, adaptáveis e concisos e, principalmente, devem considerar todas as partes interessadas.

Um exemplo de planejamento de gestão com base em problemas bem-sucedido inclui o Parque Nacional Great Smoky Mountains, nos Estados Unidos, onde muitas trilhas estavam em más condições e precisavam ser fechadas para terem tempo de se recuperar. Os gestores do parque perceberam que o fechamento das trilhas geraria uma reação negativa. Para educar o público a respeito da situação, a equipe de gestão decidiu envolver as pessoas no processo. Foram realizadas reuniões para que as pessoas compreendessem a missão do parque e oferecer uma oportunidade para a participação na definição das prioridades.

No Sítio do Patrimônio Mundial da região dos lagos de Willandra, na Austrália, foi realizado um *workshop* de cinco dias em que os membros da comunidade ajudaram a escrever a primeira minuta de um plano de gestão. O exercício garantiu o apoio contínuo ao plano. No Sítio do Patrimônio Mundial de Shark Bay, também na Austrália, os planos de gestão participativos para as áreas de conservação também foram disponibilizados ao público para comentários durante pelo menos dois meses, uma prática exigida por lei na Austrália Ocidental.

### 4.4.4 Um grupo consultivo ou uma organização de partes interessadas pode desempenhar um papel crucial no sucesso dos objetivos de gestão.

A consulta a vários grupos de interesse por meio de reuniões periódicas e *workshops* públicos oferece oportunidades para as partes interessadas comentarem um plano de gestão preliminar. Esse relacionamento permite que os gestores de sítio incorporem a população local no processo de tomada de decisões. Os conflitos existentes não desaparecerão necessariamente, mas um grupo consultivo oferece uma estrutura para o processo de resolução de problemas, de modo que os conflitos e as soluções possam ser identificados com mais clareza.

É provável que a participação do público seja mais eficaz e prolongada quando é feita por grupos de partes interessadas do que com participações individuais. No Sítio do Patrimônio Mundial de Shark Bay, um comitê consultivo desempenhou um papel importante na determinação de estratégias práticas e adequadas para a gestão das reservas e dos recursos da região, incluindo a definição dos limites do sítio. Como foi mencionado anteriormente, Patan, uma cidade no Vale de Catmandu, no Nepal, possui um grupo consultivo de cidadãos que está desenvolvendo um programa turístico para ajudar na preservação dos edifícios históricos da comunidade.

### **Técnica de grupo nominal**

*A técnica de grupo nominal (TGN) demonstrou ser valiosa na gestão de visitantes. Ela envolve a formação de grupos de discussão de 8 a 10 pessoas de diferentes origens. Os participantes são convidados a elaborar listas de preocupações chave a respeito de um projeto sem consultar outros membros do grupo. Usando um sistema de rodízio, os participantes enumeram suas preocupações e, em seguida, votam em suas prioridades.*

*A técnica oferece diversas vantagens. O tempo usado para enumerar suas preocupações incentiva a reflexão por parte dos participantes. O formato estimula a participação de todo o grupo, impedindo que pessoas mais assertivas dominem a discussão, como é comum nos grupos focais.*

*Uma abordagem de três estágios pode ser usada para o planejamento do turismo comunitário. Primeiro, os principais líderes comunitários são entrevistados. Usando*

as questões identificadas, uma amostra aleatória de membros da comunidade pode ser consultada. Finalmente, um grupo nominal e um grupo focal podem ser usados para determinar as preferências da comunidade a respeito do turismo.

A TGN é útil para lidar com questões sensíveis e controversas ou muito destacadas, quando opiniões conflitantes e detalhes complexos podem dificultar o diálogo. Usando a TGN, a primeira rodada é silenciosa, dando às pessoas a chance de registrar suas ideias sem ter que falar. A TGN também dá às pessoas as mesmas oportunidades para falar, independentemente de seu status social ou personalidade. A técnica é especialmente útil quando há muitas soluções diferentes para um mesmo problema.

A TGN consiste em seis etapas:

- definição de problemas a serem resolvidos ou decisões a serem tomadas;
- preparação, em silêncio, da lista de ideias;
- expressão e registro das ideias;
- esclarecimento de cada item na lista;
- classificação, em silêncio, dos itens listados; e
- encerramento da sessão.

Os participantes devem receber um limite de tempo para gerar ideias, ou um número máximo de ideias, talvez 10 ou 12. Os membros do grupo se revezam expressando as ideias de suas listas, e uma pessoa as registra em um flipchart ou quadro negro. Nesta etapa do processo, as ideias não são debatidas. Os itens não devem ser duplicados, e, se algumas ideias forem combinadas, o facilitador e o secretário devem se certificar de que todos no grupo concordam com a solução. Cada um dos itens listados é debatido para esclarecer seu significado. O facilitador do grupo atribui uma letra para cada uma das ideias. Em seguida, cada um dos membros da equipe, usando sua própria lista, classifica as ideias.

O grupo pode decidir classificar apenas as cinco melhores ideias. Listas mais longas podem ser reduzidas usando a regra de metade mais um (isto é, 30 itens seriam reduzidos para 16). Para contabilizar os resultados, cada participante revela a sua classificação. O secretário lista os resultados. Os itens melhores classificados representam a decisão da equipe até o momento, antes de qualquer debate sobre o mérito das ideias.

Um debate aberto é realizado para determinar se a decisão é consistente com o pensamento de todos e considerar itens que possam ter recebido pouquíssimos votos ou votos demais. Se o resultado for considerado inconsistente, uma nova votação pode ser realizada. Após essa etapa, pode-se pedir para o grupo que passe para as etapas seguintes de um plano de implementação ou ação.

No Parque Nacional de Tangariro, na Nova Zelândia, um local de sepultamento Maori tornou-se uma área popular para escalada. Como o uso do local era uma grande preocupação do povo Maori, foram realizadas reuniões entre anciãos da tribo e os escaladores, que concordaram em limitar de forma voluntária o uso dessa área.

#### 4.4.5 ONGs locais podem servir como um elo para uma participação mais eficaz e prolongada.

As organizações não governamentais (ONGs) podem desempenhar um papel importante na ligação entre as partes interessadas do turismo e podem atuar como intermediários entre o setor privado e os interesses locais. Em alguns países, as ONGs com computadores e equipamentos de comunicação podem servir como vínculos entre as partes interessadas que não possuam tais recursos. Há razões para pensar que o prestígio das ONGs pode trazer mais respaldo para as negociações com empresas privadas de turismo.

#### Organização popular de turismo em Patan, Nepal

As autoridades locais de turismo perceberam que, para que os esforços de restauração e proteção sejam bem-sucedidos a longo prazo, é preciso que as principais partes interessadas, coordenadas por uma organização turística local, realizem o programa, assegurem o apoio de longo prazo do governo, aumentem a demanda do turismo, estabeleçam mecanismos para coletar as tarifas do turismo e as contribuições voluntárias e envolvam os moradores locais diretamente nas empresas de turismo.

Devido à necessidade de se implementar programas práticos por conta própria, o município de Patan e empresários locais criaram uma organização popular de turismo. Eles agora estão desenvolvendo o turismo local para ajudar a financiar iniciativas locais e resolver problemas locais. Ações específicas incluem a produção de materiais promocionais locais, o uso de guias, passeios a pé pela comunidade e projetos para restaurar casas locais. Esses projetos de desenvolvimento comunitário dependem de todas as partes interessadas. Em particular, o turismo pode ser usado para revitalizar as antigas comunidades e pagar pela restauração de edifícios históricos. As taxas de sucesso variam de um país para outro.

### 4.5 Implicações e recomendações

- Construir segurança e confiança exige tempo, energia e capacidade organizacional. Ao selecionar ou elaborar projetos, deve haver tempo suficiente para a criação de consenso envolvendo a tomada de decisão local.
- O potencial de cumprimento das promessas deve ser avaliado antes das estratégias de projeto serem implementadas. Caso seja improvável que as promessas sejam cumpridas, os projetos devem ser modificados ou descartados.

- Interações passadas moldam o nível de confiança de um grupo. Portanto, o conhecimento das interações passadas ajudará a determinar o tempo e os esforços que serão necessários para desenvolver uma relação de trabalho eficaz.
- Os especialistas que não fazem parte de uma cultura local nem sempre têm a capacidade para avaliar as percepções, preferências ou prioridades locais, e não se deve necessariamente esperar que forneçam tais informações.
- Os ideais de representação e responsividade são alcançados de formas diferentes em contextos diferentes. O planejamento eficaz é dificultado frequentemente por uma falha na compreensão das difíceis realidades do contexto político e econômico. Compilar uma lista completa das partes interessadas e as várias afinidades e conflitos dentro dos grupos de interesse pode ser um primeiro passo valioso na análise dos problemas do sítio. Esta avaliação deve ser realizada com as partes interessadas, incluindo agências governamentais em todos os níveis, grupos de conservação, desenvolvedores e comunidades locais.

### Atividades sugeridas

1. Criação de uma lista preliminar das partes interessadas do sítio e de suas preocupações.

- Organize as partes interessadas em categorias, por exemplo, operadores turísticos, empresas locais etc.
- Identifique as preocupações dos diferentes grupos.
- Desenvolva uma matriz mostrando onde essas partes interessadas coincidem.

2. Desenvolvimento de uma lista de benefícios e obstáculos relacionados ao planejamento turístico e aos interesses das partes interessadas.

- Revise o processo de planejamento turístico sustentável desenvolvendo metas, objetivos e um programa de monitoramento conforme descrito neste manual.
- Discuta os obstáculos e benefícios observados neste processo para cada um dos grupos de partes interessadas identificados e descreva como influenciarão o planejamento do turismo.

3. Desenvolvimento de um programa de participação pública.

- Examine tentativas passadas de envolver os grupos e as lições aprendidas sobre a participação do público.
- Revise o papel de cada uma das partes interessadas no processo de planejamento.
- Realize uma sessão de *brainstorming* com a equipe para planejar a participação do público em referência às lições aprendidas e às informações contidas neste manual.

### Leituras sugeridas

UICN. *Beyond fences: seeking social sustainability in conservation; a resource book*. Gland, 1997. 2v.

Doyle, Michael; Davis Straus. *How to make meetings work*. New York: Jove Books, 1976.

Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce (Eds.). *Getting to yes: negotiating agreement without giving in*. London: Penguin Books, 1983.

Jandt, Fred E.; Gillette, Paul. *Win win negotiation turning conflict into agreement*. New York: John Wiley & Sons, 1985.

Kelly, P. Keith. *Team decision-making techniques*. Irvine, California: Richard Chang Associates, Inc., 1994.

Pimbert, Michel P.; Gujja, Biksham. Village voices challenging wetland management policies: experiences in participatory rural appraisal from India and Pakistan. *Nature and Resources*, v. 33, n. 1, p. 34-42, 1997.

Thulstrup, Hans D. (Ed.). *World natural heritage and the local community: case studies from Asia-Pacific, Australia, and New Zealand*. Paris: World Heritage Centre, 1999.

## Definição de metas políticas e objetivos de gestão



*Profetas de Aleijadinho, Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, em Congonhas do Campo, Brasil*

© UNESCO/Rafael Hildebrand

As metas e os objetivos orientam a gestão de sítio e estabelecem a agenda para a definição das experiências que serão oferecidas aos visitantes, bem como para determinar os limites do desenvolvimento turístico. Definir metas e objetivos é também a chave para o sucesso de outros programas, incluindo interpretação, promoção e avaliação da capacidade de acolhimento. Objetivos de gestão detalhados são essenciais para a definição das normas de monitoramento.

### 5.1 Metas políticas e objetivos de gestão

As metas políticas são declarações amplas que estabelecem uma visão de como um sítio será administrado com base em suas condições sociais e ambientais. As políticas orientam uma variedade de ações, incluindo a construção de infraestruturas e o desenvolvimento de programas sociais, como a promoção do desenvolvimento educacional e econômico local por meio do turismo. Quando este processo de desenvolvimento de políticas é um exercício conjunto, ele pode unir pessoas com diferentes pontos de vista e orientar a gestão pública e privada do turismo.

A natureza abrangente das metas políticas é refletida na declaração das políticas da Agência de Gestão dos Trópicos Úmidos da Austrália, que afirma que o propósito da Agência é “proporcionar a implementação da obrigação internacional da Austrália para a proteção, conservação, apresentação, reabilitação e transmissão para as futuras gerações do Sítio do Patrimônio Mundial dos Trópicos Úmidos de Queensland, nos termos da Convenção do Patrimônio Mundial”.

Embora as metas políticas sejam abrangentes, os objetivos de gestão estabelecem detalhadamente como um sítio será gerido. No marco das metas políticas abrangentes, os objetivos especificam as condições desejadas, refletindo o que a equipe de gestão deseja manter e as experiências ideais dos visitantes em um sítio. Por exemplo, se uma meta política é oferecer oportunidades de emprego locais, então um objetivo de gestão pode ser incentivar o uso de guias locais. Se um objetivo é manter um local sagrado de forma a garantir o respeito e a tranquilidade, então os objetivos podem incluir a limitação da visitação e dos níveis de ruído.

Os objetivos devem estar sujeitos à avaliação. Eles devem, portanto, ser específicos, quantificáveis, ter prazos definidos e ser comunicados com uma linguagem clara para que possam ser compreendidos por todos os responsáveis pela sua implementação. Eles devem ser a base para uma norma por meio da qual o desempenho da gestão do sítio pode ser avaliado. Por exemplo, em um monumento histórico, uma meta política pode ser apoiar as atividades educativas locais, enquanto um objetivo de gestão pode ser aumentar o número de estudantes locais que frequentam o programa educativo do sítio. Neste caso, uma medida quantificável poderia ser o número de grupos de estudantes que visitam o sítio durante o ano.

#### Exemplos de metas políticas

- Gerar e apoiar os empregos, as receitas e o desenvolvimento da comunidade local.
- Assegurar que todas as atividades permitidas no sítio estejam em harmonia com a natureza e com a história da área.
- Proporcionar oportunidades de pesquisa que beneficiarão a sociedade.
- Educar os visitantes e a comunidade local para melhorar a sua apreciação dos valores do sítio e inspirar atitudes que respeitem o meio ambiente natural e/ou cultural.
- Fornecer infraestrutura para a segurança dos visitantes, a proteção do meio ambiente natural do sítio ou a recuperação e proteção de espécies ameaçadas de extinção.

Metas e objetivos para políticas claramente comunicados orientam a tomada de decisões e a resposta a mudanças. A construção de trilhos para bondes em um parque da vida selvagem, a construção de um hotel arranha-céus moderno perto de um sítio arqueológico em uma zona mais baixa, a instalação de luzes artificiais em um monumento e o aumento no tráfego de helicópteros em um parque nacional são todos exemplos de iniciativas turísticas que os gestores de Sítios do Patrimônio Mundial tiveram que enfrentar. Metas e objetivos claramente documentados orientam e proporcionam um contexto histórico para a abordagem das iniciativas turísticas de forma consistente. Novas iniciativas podem alterar um sítio, e avaliá-las no contexto das políticas e objetivos pode ajudar os gestores a determinar se estão dentro de parâmetros aceitáveis. Se as metas e objetivos são fundamentadas nas necessidades das partes interessadas, e cumprem a legislação e a Convenção do Patrimônio Mundial, eles podem formar uma base sólida para a tomada de decisões gerenciais. Além disso, atividades como interpretação, promoção, controle da capacidade de acolhimento e monitoramento dependem da orientação dada pelas metas e objetivos das políticas.

Um projeto nos Cárpatos, na Europa Oriental, ilustra a necessidade de se definir claramente as metas das políticas de turismo. Uma agência internacional de financiamento designou uma equipe de especialistas para criar um plano de desenvolvimento turístico regional para ajudar pequenas empresas. Pesquisas de mercado indicam que há uma vantagem comparativa para acomodações de pequena escala, enfatizando atrações naturais e culturais. Alguns membros do governo e da comunidade empresarial, no entanto, favoreceram a reconstrução da infraestrutura turística de grande escala da era soviética. Na época, não havia nenhuma política nacional ou regional unificada para o desenvolvimento do turismo que pudesse orientar ou esclarecer esses esforços, de modo que a disparidade dos objetivos persistiu ao longo de toda a vida do projeto. No momento de apresentar um relatório final, a equipe considerou impossível apresentar

estratégias e recomendações de custos que atendessem às necessidades de ambos os grupos.

Uma reserva florestal na Costa Rica, cujo orçamento operacional é amplamente fundamentado em tarifas de visitação, não possuía políticas claras sobre o desenvolvimento do turismo até muitos anos atrás. Um projeto para construir um centro de visitantes maior enfrentou a oposição de algumas pessoas na administração, porque viam o sítio mais como uma reserva natural do que como um destino turístico.

Outros gostaram da ideia e queriam atrair mais turistas. Embora membros da comunidade fossem contra o centro, membros de outras comunidades vizinhas eram a favor do aumento do turismo devido aos benefícios econômicos que este traria. Após meses de controvérsia, a questão foi resolvida com um estudo realizado por consultores e o diálogo entre os diferentes grupos de partes interessadas. Com um processo estabelecido dentro da administração da reserva para discutir políticas e definir metas, esses conflitos teriam sido minimizados e, sem dúvida, resolvidos sem ajuda externa.

**Definição de políticas e objetivos de gestão: um exemplo a favor de políticas claramente definidas por escrito**

*Quando o Sítio do Patrimônio Mundial do Parque Nacional de Keoladeo, na Índia, começou a recrutar novos guias locais em 1996, os guias mais antigos tiveram receio de que os recém-chegados colocariam em risco seus rendimentos e a qualidade de seu trabalho. Eles levaram as autoridades do parque aos tribunais com acusações de nepotismo, e o parque respondeu fazendo referência a suas metas políticas, claramente definidas, de apoiar as populações mais pobres das áreas rurais.*

**Definição de categorias de visitantes como uma ferramenta de planejamento**

*O mesmo parque possuía uma política de incentivo à visitação dos cidadãos do país e à geração de benefícios econômicos locais. Definiu-se que as seguintes categorias de visitantes seriam incentivadas:*

- *peessoas de Nova Deli e de outros estados;*
- *turistas locais dos distritos vizinhos;*
- *peessoas da cidade mais próxima e das aldeias e cidades vizinhas;*
- *estudantes da área imediata e das cidades próximas;*
- *turistas estrangeiros;*
- *observadores de aves dedicados que permaneçam por aproximadamente uma semana; e*
- *visitantes anuais tanto da Índia como do exterior.*

**Definir tarifas com base nas metas e nos objetivos**

*As metas das políticas podem guiar a definição das tarifas de entrada. Neste caso, as autoridades do parque queriam gerar mais receitas para apoiar projetos locais de desenvolvimento, mas tiveram que evitar aumentar demasiadamente as tarifas, temendo que tal política pudesse levar a acusações de elitismo, entrar em conflito com seus objetivos educacionais, e, possivelmente, resultar em uma perda de apoio político local. Eles optaram por uma política estratificada, aumentando substancialmente as tarifas de entrada para os visitantes estrangeiros, reduzindo tarifas para os visitantes locais, e criando um passe semanal para observadores de aves. Para determinar as novas tarifas, eles realizaram uma pesquisa de "vontade de pagar".*

## 5.2 Autenticidade cultural e integridade natural

### 5.2.1 A autenticidade cultural e/ou a integridade natural de um sítio devem ser consideradas durante o desenvolvimento das metas e objetivos das políticas de turismo.

Se o patrimônio se tornar uma mercadoria, podem surgir sérias questões em relação à autenticidade e à integridade do sítio. Um processo de *marketing* turístico pode, ao invés de apresentar suas verdadeiras tradições culturais ou interpretação histórica, apresentar o sítio com caráter imaginário. Os sítios culturais do Patrimônio Mundial, em grande parte incapazes de acomodar grandes volumes de turistas, podem usar materiais e estilos modernos inadequados ao tentar aumentar sua capacidade. Por exemplo, o Levantamento Arqueológico da Índia descartou a iluminação do entorno do Taj Mahal. As luzes poderiam facilitar a visitação noturna, mas eliminariam a experiência de se observar o monumento sob a luz do luar.

Uma cidade histórica nos Estados Unidos estava praticamente deserta, restando decidir se seria melhor deixar o processo de declínio natural do recurso cultural prosseguir ou intervir para restaurar o sítio para atividades de turismo mais intensas. Infelizmente, não havia nenhuma fotografia antiga da cidade em seu apogeu, e os peritos temiam uma distorção do passado se a restauração fosse realizada. A sociedade histórica do estado recomendou realizar uma gestão do sítio que permitisse a deterioração natural da cidade, e, por isso, grandes obras de restauração foram rejeitadas em favor de simples escoramentos e suportes. Para acomodar as necessidades do turismo, foram recomendadas atividades mínimas de construção, incluindo estacionamento, trilhas e sinalização.

A sociedade histórica local, no entanto, recomendou que a cidade fosse completamente restaurada. O grupo favoreceu o turismo mais intensivo e não se preocupou com questões filosóficas e com as consequências da intervenção. No fim das contas, a cidade foi restaurada,

mas deixou dúvidas com relação ao comprometimento da qualidade, do caráter e da autenticidade do sítio.

Na prática, as decisões de quais políticas seguir são muitas vezes fortemente influenciadas por considerações econômicas. Uma decisão a respeito da manutenção dos valores de ruínas antigas em relação à extensão das medidas de estabilização e conservação pode depender da disponibilidade de recursos financeiros e de pessoal qualificado. Permitir que visitantes observem uma ruína a partir de uma determinada distância pode ser mais prático e preferível do que a opção mais cara de estabilizar estruturalmente o sítio para permitir o acesso de visitantes. Em alguns casos, somente é necessário o controle da vegetação para reduzir a deterioração.

**5.2.2 Em Sítios do Patrimônio Mundial, as políticas e os objetivos devem estar em consonância com os valores originais de integridade ou autenticidade.** Ao desenvolver políticas de turismo em Sítios do Patrimônio Mundial, a prioridade suprema é manter a forma e o tecido do sítio. O dossiê de nomeação de um Sítio do Patrimônio Mundial pode orientar o processo de equilíbrio entre os objetivos de políticas e de gestão e as necessidades turísticas. Esses dossiês geralmente descrevem em detalhes as características e as alterações anteriores de um sítio e podem definir as ações de preservação necessárias. Os dossiês estão disponíveis por meio dos respectivos Estados-partes e/ou por meio do Centro do Patrimônio Mundial. Se as informações não forem suficientemente detalhadas ou se continuarem a surgir dúvidas, os gestores podem buscar aconselhamento à respeito dos problemas de autenticidade e integridade junto ao Centro do Patrimônio Mundial e seus órgãos consultivos, como UICN, ICOMOS e ICCROM.

### 5.3 Preocupações das partes interessadas e o desenvolvimento de metas e objetivos

**5.3.1 As preocupações das partes interessadas devem ser incluídas na lista de assuntos de gestão a partir da qual as metas e os objetivos das políticas são desenvolvidos.** O envolvimento das partes interessadas na definição das metas e objetivos forma um vínculo entre a estratégia turística e aqueles cuja ação terá repercussões no sítio no presente e no futuro. As partes interessadas podem ser consultadas a respeito de uma série de questões de gestão, como o desenvolvimento de infraestruturas e programas de monitoramento. As partes interessadas geralmente incluem representantes do governo, membros da comunidade ambientalista e conservacionista, cientistas, organizações de preservação histórica, proprietários de hotéis e agências de turismo, visitantes, guias e moradores.

Segue abaixo uma lista de partes interessadas com sugestões sobre como elas podem contribuir para o desenvolvimento das metas e objetivos do turismo.

- Os representantes das administrações de parques e do patrimônio florestal ou arqueológico podem oferecer informações sobre sua experiência de gestão e sobre questões relacionadas aos visitantes.
- Os guias podem oferecer informações sobre as condições sociais e ambientais do sítio, e sua contribuição pode trazer à luz questões importantes de interpretação.
- Guias que trabalham para agências de turismo podem oferecer informações a respeito das preocupações dos seus empregadores e das necessidades de monitoramento do sítio.

#### **Princípios da Carta Internacional sobre o Turismo Cultural do ICOMOS**

*A formulação das políticas pode ser baseada nos seguintes princípios:*

- *O turismo nacional e internacional é um dos principais veículos do intercâmbio cultural. A proteção do patrimônio cultural deve oferecer oportunidades responsáveis e bem geridas aos membros das comunidades de acolhimento e aos visitantes, para a fruição e compreensão do patrimônio e da cultura das diversas comunidades.*
- *A relação entre os conjuntos patrimoniais e o turismo é dinâmica e deve ultrapassar os conflitos de valores que atravessam os dois conceitos. Esta relação deve ser gerida de forma sustentável, em benefício das gerações atuais e futuras.*
- *O planejamento da conservação e do turismo para conjuntos do patrimônio deve garantir que a experiência do visitante seja proveitosa, satisfatória e agradável.*
- *As comunidades de acolhimento e os povos indígenas devem participar do planejamento para a conservação e o turismo.*
- *As atividades de turismo e conservação devem beneficiar as comunidades de acolhimento.*
- *Os programas de promoção do turismo devem proteger e valorizar as características do patrimônio natural e cultural.*

*Nota: o texto integral da Carta consta no Apêndice 2.*

- Líderes comunitários muitas vezes têm preocupações e ideias sobre como o turismo afetará os valores sociais e o desenvolvimento econômico do local. Por exemplo, os líderes locais podem pensar que é necessário evitar os impactos do turismo no principal centro populacional.
- Os proprietários de hotéis podem ter uma influência direta no desenvolvimento do turismo e nas interações com a comunidade. Eles podem estar preocupados com possíveis volumes excessivos de visitantes, ou com a coordenação das

chegadas de visitantes entre o hotel e o pessoal de gestão do sítio por meio de um sistema de reservas. Os proprietários de hotéis também podem ajudar no desenvolvimento de materiais de promoção e interpretação.

- Os operadores turísticos terão preocupações a respeito do conforto e da segurança dos visitantes. Eles se mantêm informados a respeito das mudanças no mercado internacional de viagens e geralmente têm informações sobre as preferências e demandas dos usuários. As vantagens de se manter contato com os operadores turísticos para discutir suas preocupações, a demanda potencial por determinado sítio, e uma possível cooperação em atividades como o *marketing* não devem ser subestimadas.

- Os cientistas podem expressar preocupações a respeito de espécies de flora e fauna ou vestígios históricos ou arqueológicos importantes. Eles podem recomendar formas para proteger os recursos contra impactos e oferecer conselhos sobre como atrair bolsas de pesquisa. Os assistentes de campo que trabalham diretamente com os cientistas podem compartilhar preocupações práticas e informações complementares.

**5.3.2 Informações básicas devem complementar a lista de preocupações das partes interessadas.** Ao desenvolver as metas e objetivos, bibliotecas e arquivos são excelentes fontes de informações adicionais, por exemplo, sobre espécies de fauna ou flora endêmicas ou ameaçadas de extinção, ou sobre a atividade dos visitantes e seus impactos na vida selvagem ou em ruínas arqueológicas. As leis e políticas nacionais de turismo e proteção, incluindo os requisitos legais para licenciamento e tributação, podem ajudar na formulação de políticas governamentais e na compreensão das condições atuais do desenvolvimento turístico. Os planos diretores anteriores e as recomendações neles contidas também são úteis. Em Copan, um sítio arqueológico Maia do Patrimônio Mundial em Honduras, um grande hotel internacional foi construído, embora muitos houvessem indicado que os pequenos hotéis existentes em uma cidade vizinha seriam mais adequados, necessitando apenas alguns ajustes. Muitas ruínas abandonadas foram destruídas apenas porque se encontravam perto de uma nova estrada de acesso às ruínas de Copan.

## 5.4 Identificar interesses comuns com as partes interessadas

**5.4.1 Conflitos com a comunidade local podem impedir a cooperação no desenvolvimento do turismo.** Por esta razão, é essencial consultar os membros da comunidade durante a fase de planejamento. Eles podem expressar preocupações de que o desenvolvimento trará maior poluição ou crime, que o tráfego turístico pode pôr seus filhos em perigo, ou que os turistas terão um impacto negativo sobre as condições sociais, por exemplo, se vestindo de forma inadequada. Eles também podem temer que o desenvolvimento não beneficie as populações

loais, como, por exemplo, que as vagas de guias sejam dadas a pessoas de fora da comunidade.

As consultas podem resultar em medidas como a criação de um comitê de desenvolvimento turístico ou um sistema de treinamento de guias locais. Pode ser solicitado aos operadores turísticos que orientem seus clientes para que respeitem os valores da comunidade. Um centro de visitantes pode ser construído a uma determinada distância da aldeia para evitar invadir a vida cotidiana dos aldeões.

**5.4.2 Ambientalistas e conservacionistas têm preocupações importantes sobre os potenciais impactos negativos do desenvolvimento turístico em sítios naturais e culturais.** Ambientalistas envolvidos na proteção da flora e da fauna podem temer que a abertura de uma área para o turismo também atraia caçadores, ou podem expressar preocupações acerca de potenciais distúrbios para aves nidificadoras, por exemplo. Arqueólogos podem alertar contra o vandalismo e outros danos potenciais a ruínas e monumentos. Ambos os grupos podem reclamar sobre o aumento da quantidade de resíduos, especialmente se os recursos existentes forem insuficientes para uma coleta de lixo adequada, e poderão pressionar por condições nas quais os visitantes não se sintam apressados ou aglomerados, ou nas quais eles percam muito tempo esperando para entrar em um sítio. Os membros deste grupo de partes interessadas queixam-se frequentemente da falta de comunicação com o setor do turismo, incluindo ministérios e operadores privados. Eles podem igualmente queixar-se de que os membros da equipe do sítio valorizam mais o desenvolvimento do turismo do que as atividades educacionais e a pesquisa científica.

Este grupo de partes interessadas pode persuadir os gestores de sítio para que usem um sistema de reservas eficiente, de modo a limitar o acesso a áreas com ecossistemas intocados e frágeis ou a sítios arqueológicos vulneráveis, e que realizem uma campanha educativa para minimizar os impactos. Eles podem insistir em um controle estrito dos visitantes, especialmente grupos de estudantes de ciências. Pesquisadores muitas vezes defendem a nomeação de um assessor científico no sítio, que poderia promover e gerenciar pesquisas e levar a um acordo a respeito dos objetivos específicos para a promoção e o desenvolvimento do turismo.

**5.4.3 Guias turísticos são uma valiosa fonte de informações e opiniões sobre as condições que afetam o meio ambiente, bem como a experiência do visitante.** Eles podem indicar trechos perigosos das trilhas e ajudar a mantê-las conservadas para garantir conforto nas caminhadas, além de alertar a equipe de gestão do sítio a respeito de problemas como o excesso de visitantes e ruídos. Os guias podem informar à equipe de gestão quando as populações locais usam o sítio para caçar e matar pássaros e outros animais selvagens.

Assim como os ambientalistas e conservacionistas, os guias estão geralmente preocupados com a qualidade da experiência de seus clientes e insistirão na necessidade de



reduzir ao mínimo o tempo de compra de ingressos, na eliminação dos congestionamentos nas estradas de acesso ao sítio, e assim por diante. Eles podem recomendar limitação do número de visitantes permitidos em um sítio por meio do uso de um sistema de reservas eficaz e medidas como visitas escalonadas por meio da promoção de passeios à tarde. Uma conexão direta por telefone ou rádio entre a equipe de gestão do sítio e os guias garantiria uma comunicação consistente e eficaz.

#### **5.4.4 Proprietários e gerentes de hotéis geralmente desejam que um sítio ofereça uma ampla variedade de oportunidades para diferentes tipos de visitantes.**

Eles também estão preocupados com o excesso de visitantes e o acúmulo de resíduos, a quantidade de vagas de estacionamento na entrada do sítio, e a presença de pedintes e/ou vendedores ambulantes. Assim como os guias independentes, os hotéis apreciam a existência de um meio de comunicação seguro e confiável com a equipe de gestão do sítio, talvez usando uma linha telefônica direta.

Os membros deste grupo de partes interessadas podem solicitar à equipe de gestão que desenvolva um sistema de reservas para passeios. Eles também defendem a formação de um comitê consultivo de turismo para se reunir com a comunidade local e debater questões de desenvolvimento e as necessidades e preferências dos turistas.

**5.4.5 Operadores turísticos no exterior e no local de destino estão especialmente preocupados com questões logísticas.** Será que seus grupos terão que esperar na fila atrás de outros programados para o mesmo horário? Será que seus grupos encontrarão grupos barulhentos ou desatenciosos? Há estacionamento suficiente? E, assim como os demais grupos de partes interessadas, os operadores esperam que um sítio seja bem conservado e seguro para os visitantes e, no caso de sítios naturais, que os animais selvagens estejam devidamente protegidos. Essas partes interessadas muitas vezes defendem sistemas de reservas eficientes, boas comunicações e manutenções regulares.

**5.4.6. Um comitê consultivo de partes interessadas pode facilitar o desenvolvimento de metas políticas e objetivos de gestão.** Tal grupo proporcionaria um mecanismo para trocas de ideias e informações. O grupo deve redigir uma declaração de suas políticas ou visão que possa ser desenvolvida e aprovada publicamente. O grupo também pode ajudar a definir os objetivos de gestão, incluindo normas para a avaliação das condições e das atividades desejadas.

Na prática, os grupos de partes interessadas podem participar do processo de gestão e servir como fóruns para o intercâmbio de pontos de vista e para chegar a um acordo a respeito das questões turísticas. Se um comitê consultivo não for viável, é necessário estabelecer um mecanismo para a troca de ideias. Isso pode ser simples, como uma troca regular de memorandos entre a equipe

de gestão do sítio e os grupos de partes interessadas, a fim de solicitar opiniões e descrever as atividades atuais.

O processo de desenvolvimento de metas e objetivos também deve levar em conta o caráter único do sítio em relação a outros sítios com os quais compete. Operadores turísticos e outros profissionais do turismo que sejam membros do comitê consultivo podem ser uma fonte valiosa de informações sobre as vantagens comparativas de um sítio em relação a outros na área.

## **5.5 Preferências e demandas dos visitantes**

**5.5.1 Os dados sobre as preferências e demandas dos visitantes de um sítio são essenciais para a definição dos objetivos.** Informações sobre o número de visitantes e seus gostos, aversões, motivações e expectativas ajudarão o planejador a dividir os visitantes em subgrupos de pessoas com características, necessidades e hábitos de consumo semelhantes. Estas informações são úteis na definição de objetivos relativos a infraestruturas, às necessidades de pessoal, e a programas de educação e interpretação. Em conjunto com os dados sobre os mercados de turismo, as informações podem ser usadas para desenvolver objetivos direcionados a atrair determinados tipos de turistas para um sítio. Por exemplo, gestores com uma política de estímulo ao desenvolvimento da comunidade local podem definir uma meta para atrair operadores turísticos que usam guias locais.

**5.5.2 Números de visitantes também influenciam os objetivos de gestão e o design das infraestruturas e instalações.** A experiência em Liffey Falls, na Tasmânia, ilustra a utilidade das informações sobre as preferências dos visitantes ao se definir os objetivos de gestão. A Comissão Florestal descobriu que os visitantes queriam ver as cachoeiras e não estavam interessados nas demais instalações recreativas disponíveis. Sabendo disso, os funcionários foram capazes de concentrar seus esforços e economizar uma quantidade considerável de recursos e tempo.

No Parque Nacional Uluru, na Austrália, uma pesquisa descobriu que a maioria dos turistas queria ver e escalar o maciço Ayers Rock. Um número menor citou as áreas de planície e a vida selvagem como as principais razões para sua visita. Estas informações ajudaram a equipe do parque a concentrar sua atenção em Ayers Rock.

**5.5.3 Fontes existentes podem ser usadas para iniciar o processo de avaliação das preferências e demandas dos visitantes.** Informações e estatísticas do Ministério do Turismo, das equipes das áreas protegidas e dos operadores turísticos podem ajudar a fornecer uma ideia da demanda atual e futura, e dos diferentes segmentos de mercado. As autoridades nacionais de turismo possuem informações a respeito do desenvolvimento do turismo e de estudos ou estatísticas sobre os mercados de turismo. Estatísticas e relatórios da equipe do sítio e dos

operadores turísticos podem fornecer uma ideia a respeito das preferências e demandas dos visitantes. Os estudos existentes das autoridades de turismo nacionais podem fornecer informações a respeito dos tipos de turistas que o governo está tentando atrair e das expectativas de visitação de um sítio, bem como entrevistas com funcionários dos parques, agentes florestais ou pesquisadores arqueológicos aposentados podem esclarecer os planos de gestão e registros de visitação anteriores, que podem incluir estatísticas a respeito do número de visitantes do parque, seu país de origem e o tempo de estadia na  rea. Por meio de debates, os funcionários podem ajudar os gestores a identificar as mudanç as nos interesses, atividades e padrões de viagem dos visitantes.

O desenvolvimento do turismo nas comunidades vizinhas pode oferecer uma indicação da potencial demanda por um sítio e mostrar como o turismo afetou as condições socioeconômicas das comunidades. Guias locais e proprietários de hotéis e pousadas podem oferecer informações sobre as preferências dos visitantes e seus ciclos de demanda. Além disso, por estarem em constante contato com as mudanç as nos mercados de viagens internacionais, eles podem ajudar na identificação e monitoramento das preferências e demandas dos usuários, por exemplo, se os visitantes viajam em passeios ou grupos organizados ou se viajam de forma independente. Eles podem fornecer informações úteis para o desenvolvimento de infraestrutura e materiais de interpretação. Cientistas e arqueólogos também podem compartilhar informações sobre as preferências e padrões dos visitantes.

#### **5.5.4 Observa es, pesquisas e entrevistas proporcionam perfis de visitantes mais detalhados.**

Essas informações sobre os visitantes e seus interesses podem ser necessárias para aperfeiçoar os objetivos de gestão, por exemplo, sobre as preferências de fluxo de turistas ou seus padrões de consumo. As observações são qualitativas e menos exatas do que pesquisas e entrevistas, mas são rápidas, econômicas e úteis para indicar tendências ou recomendar metas para uma eventual pesquisa ou entrevista.

As observações podem incluir: organização (tamanho do grupo), formas de transporte, tipo e quantidade de equipamentos, uso do tempo, mapas dos sítios visitados e comportamentos dos visitantes, incluindo idiomas falados e níveis de ruído. Como a maioria das pessoas tem dificuldade em analisar seus próprios comportamentos e motivações, as observações podem ser uma técnica rápida e vantajosa para monitorar o que as pessoas realmente fazem.

### **Planejamento e realização de pesquisas**

#### **Objetivos**

*O primeiro passo em uma pesquisa bem-sucedida é ter uma compreensão clara da finalidade do exercício, que orientar  a escolha da técnica de coleta de dados, o layout da pesquisa e o próprio trabalho de campo. Seguem abaixo exemplos de objetivos de pesquisa:*

- *avaliar um programa de interpretação ou promoção;*
- *avaliar o número e os tipos de turistas que visitam a área, a fim de justificar uma solicitação de financiamento ou avaliar a eficácia de um investimento;*
- *medir a vontade de pagar dos visitantes, a fim de definir uma tarifa de entrada realista; e*
- *avaliar as preferências dos visitantes em relação às atividades recreativas existentes e planejadas.*

#### **Considera es  ticas**

- *Os pesquisadores devem ser diretos e francos a respeito das informações que estão sendo coletadas, tais como os dados relativos aos gastos dos visitantes.*
- *Os entrevistados têm o direito de se recusar a responder a uma pergunta ou de interromper a entrevista quando desejarem.*
- *O pesquisador deve garantir a confidencialidade, ou, se os dados coletados forem publicados, que o entrevistado d  seu consentimento por escrito. As informações pessoais raramente são necessárias, e uma lista de contatos dos visitantes pode ser compilada separadamente.*
- *As perguntas e procedimentos da pesquisa devem levar em conta as sensibilidades interculturais, étnicas ou de g nero.*

#### **Tipos de dados**

*Dados qualitativos podem ser uma fonte rica de informações descritivas que podem ser usadas por si mesmas ou para ajudar a definir os objetivos das pesquisas quantitativas. Os métodos de coleta de dados qualitativos incluem entrevistas, grupos focais e observação. Uma desvantagem é que os dados qualitativos são difíceis de mensurar e exigem uma análise subjetiva.*

*Dados quantitativos podem ser coletados em entrevistas presenciais ou telef nicas, ou por meio de questionários.*

*Os dados quantitativos são numéricos e podem ser codificados para uma análise estatística. As atitudes e opiniões são medidas usando escalas de classificação.*

*Embora os métodos quantitativos coletem dados de apenas uma parcela da população, uma análise estatística destes dados produz generalizações razoavelmente confiáveis a respeito da população como um todo. Uma desvantagem de tais dados é que eles podem ser impessoais e não revelam as motivações dos visitantes. Outra desvantagem é que deficiências no planejamento da pesquisa ou nas habilidades dos entrevistadores podem afetar os resultados. Deficiências no planejamento também podem levar à coleta de uma amostra que não seja verdadeiramente representativa da população analisada.*

### **Técnicas de coleta de dados**

A **observação participativa**, conduzida sem contato direto com os sujeitos, pode ser utilizada para coletar dados qualitativos e quantitativos. O pesquisador passa a fazer parte do grupo que está sendo observado e pode fazer descobertas importantes sobre as preferências dos visitantes. Essas informações podem ser úteis no planejamento de uma pesquisa detalhada, por exemplo, ajudando a identificar categorias de turistas.

**Entrevistas presenciais** são uma ocasião para fazer perguntas aprofundadas sobre determinado assunto. Os entrevistados podem responder livremente sem restrições de tempo. Assim como na observação participativa, este exercício pode ser a primeira fase do desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa. As entrevistas são menos propensas a mal-entendidos e evitam problemas associados ao analfabetismo e às barreiras linguísticas. Perguntas suplementares podem corrigir respostas inadequadas. As entrevistas são especialmente úteis quando o assunto é complexo e quando a privacidade é necessária para evitar a pressão de grupo. As desvantagens das entrevistas incluem que elas são mais trabalhosas e mais dispendiosas do que outros métodos, e é difícil evitar a parcialidade do entrevistador.

Os **grupos focais** favorecem discussões moderadas com o objetivo de permitir o surgimento de determinadas questões. Um líder modera a discussão e registra os resultados. Estas discussões oferecem uma ampla variedade de respostas e geralmente são mais curtas do que entrevistas mais aprofundadas. O formato permite a observação dos participantes e uma compreensão aprofundada de seus comportamentos e atitudes.

Questionários preenchidos pelos participantes são mais baratos do que entrevistas e podem produzir uma grande quantidade de informações. Os formulários da pesquisa podem ser disponibilizados em lugares estratégicos, distribuídos junto com os bilhetes de entrada ou entregues a uma amostra do grupo-alvo. A principal desvantagem é que não é possível fazer perguntas suplementares aos indivíduos entrevistados.

### **5.5.5 Entrevistas são mais trabalhosas, mas podem proporcionar uma visão aprofundada de uma determinada situação.**

As entrevistas requerem treinamento específico, e os resultados podem variar de acordo com a subjetividade do entrevistador. Entrevistas presenciais usando perguntas abertas geralmente oferecem um valioso complemento aos dados quantitativos. As entrevistas também são valiosas porque comunicam informações aos entrevistados a respeito dos problemas do sítio.

As pesquisas são menos dispendiosas do que as entrevistas presenciais e podem alcançar uma ampla variedade de visitantes e fornecer valiosos dados quantitativos, que são úteis para embasar as decisões de gestão. No entanto, visto que a comunicação das pesquisas é apenas unidirecional e estas exigem habilidades em planejamento de questionários e gestão de dados, elas também são menos eficazes do que as entrevistas na conscientização dos visitantes. Idealmente, uma combinação dos métodos deve ser usada para determinar com precisão as preferências e os perfis dos visitantes.

A categorização dos turistas de acordo com as preferências e comportamentos pode contribuir para a concretização das metas e objetivos de um sítio. Por exemplo, se a geração de receitas for uma meta fundamental, então podem ser compiladas informações a respeito das variações nos gastos dos visitantes. Se a educação de crianças em idade escolar for uma prioridade, esta questão deverá ser destacada em uma pesquisa.

## **5.6 Definição dos objetivos em sítios que oferecem diversas atividades**

### **5.6.1 Em grandes sítios, sejam culturais, naturais ou mistos, os objetivos de gestão podem variar de uma área para outra dentro do sítio.**

As pessoas visitam atrações com diferentes expectativas. Pessoas dedicadas à observação de pássaros podem vir a um sítio para ver uma espécie ameaçada de extinção em um ambiente raramente visitado e tranquilo. Ao mesmo tempo, os turistas locais podem vir para o sítio para ver uma ruína arqueológica e para fazer um piquenique ou socializar com os membros de sua família, e podem não se incomodar com os níveis de ruído.

O Espectro de Oportunidades Recreativas (ROS, em sua sigla em inglês) provou ser uma ferramenta valiosa para a definição de objetivos para essas diferentes experiências do visitante. O ROS é um meio de descrever como o turismo e a recreação serão gerenciados para diferentes áreas dentro de um sítio. Ele funciona com o pressuposto de que certas atividades se encaixam melhor em determinadas áreas físicas, por exemplo, caminhadas em trilhas se encaixam melhor em florestas relativamente intocadas do que em áreas agrícolas. Esse sistema também pressupõe que as atividades devem proporcionar aos visitantes determinadas experiências ou oportunidades, como o isolamento ou a aventura. Por exemplo, no Monte

Kilimanjaro, na Tanzânia, os planejadores criaram uma zona de caminhadas onde a quantidade de visitantes era reduzida para evitar o contato com outros caminhantes. Uma zona natural ainda mais restrita permitia apenas um uso mínimo. Todas as cabanas e outras instalações permanentes foram removidas, apenas o acampamento com tendas foi permitido e foi proporcionado o maior nível de isolamento, sendo a área livre de presença humana permanente.

Para separar as diferentes atividades, o sistema ROS usa categorias pré-estabelecidas chamadas de “classes de oportunidade”, que combinam os recursos físicos do sítio com as atividades mais adequadas a eles. Por exemplo, em um sítio misto, uma área pode ser gerenciada para o turismo arqueológico e outra, para a observação de aves. As classes de oportunidade estabelecem as condições desejadas para as diferentes áreas e fornecem diretrizes para os objetivos de gestão. Estas incluem diretrizes para atividades de turismo/recreação e para o desenvolvimento de infraestrutura. Nos Estados Unidos, os parques e serviços florestais utilizam um conjunto de classes de oportunidades pré-determinadas, incluindo primitiva, semiprimitiva, não motorizada, semiprimitiva motorizada, rural e urbana moderna. Outros países formularam suas próprias categorias para serem mais adequadas às realidades físicas de sua região específica. Cada classificação produz normas de gestão e condições desejadas que se enquadram nas metas das políticas de um sítio. As informações necessárias para identificar e estabelecer as áreas segundo as classes de oportunidade são extraídas de informações básicas a respeito das metas das políticas, da legislação existente e das necessidades das partes interessadas.

Cada classe de oportunidade engloba um conjunto de experiências e atividades para o visitante. Cada uma possui diretrizes para as condições ecológicas, sociais e de gestão. Por exemplo, uma área classificada como primitiva pode ser mantida como um trecho selvagem do terreno onde os veículos não são permitidos e onde os visitantes são altamente propensos a desfrutar de experiências físicas estimulantes e isolamento. Como essas áreas atraem turistas que buscam uma experiência silvestre, as atividades apropriadas podem incluir a mochilagem e a canoagem.

Do outro lado do espectro, as áreas rurais dentro de um sítio, por exemplo, terras agrícolas, podem ter vários níveis de impacto humano, e o contato com outras pessoas é esperado. Aqui, as atividades como a mochilagem em áreas silvestres provavelmente não seriam adequadas. Por outro lado, a observação de aves ao longo das estradas rurais pode ser uma atividade turística adequada.

O desenvolvimento de infraestruturas para diferentes atividades está intimamente relacionado à classe de oportunidade de uma área. O sistema ROS combina os objetivos da infraestrutura com as experiências que são oferecidas, como, por exemplo, se um objetivo é oferecer

uma experiência isolada em uma região silvestre, seria necessária apenas uma infraestrutura básica, enquanto em áreas rurais povoadas, a infraestrutura pode ser mais sofisticada, com acomodações que se adequam às expectativas dos visitantes.

### 5.7 Implicações e recomendações

- Ao formular as metas e objetivos, o primeiro passo é determinar o objetivo do turismo em um sítio. Perguntas como as seguintes podem estimular a reflexão sobre essa questão:

- O objetivo é unicamente gerar divisas, ou será o sítio usado também para promover pequenas empresas locais, como guias turísticos ou artesanato?
- As receitas serão usadas para apoiar o sítio, por exemplo, para aumentar a equipe de segurança?
- Qual será a aparência do sítio e como ele será gerenciado? Haverá oportunidades especiais de emprego e educação para os moradores locais?
- O projeto de infraestrutura do sítio refletirá as tradições da área usando materiais naturais?

- Coletar e organizar informações a partir dos recursos disponíveis, incluindo bibliotecas ou arquivos do departamento de planejamento, e observar áreas onde faltam informações pode economizar tempo e dinheiro. O exercício pode facilitar o trabalho de consultores externos e identificar dados de gestão adicionais que possam ser necessários. O Ministério do Turismo, as equipes das áreas protegidas e os operadores turísticos podem fornecer informações e estatísticas sobre áreas frágeis, áreas de interesse especial, impactos atuais dos visitantes, demandas atuais e futuras, e os diferentes segmentos de mercado. Estas informações são valiosas para a tomada de decisões a respeito da localização, do projeto e dos custos da infraestrutura.

- Familiaridade com as políticas de turismo do governo, as condições atuais do desenvolvimento turístico, e os estudos ou estatísticas sobre os mercados de turismo do país auxilia no desenvolvimento das políticas e objetivos de gestão. Planos de gestão e registros de visitação, bem como relatos de problemas e soluções do turismo, ajudam a esclarecer as condições ambientais, culturais e arqueológicas. Os guias locais conhecem profundamente as condições sociais e ambientais e as preferências dos visitantes. Guias que trabalham para as grandes agências de turismo e os proprietários e administradores de hotéis e pousadas podem oferecer assessoramento a respeito dos aspectos de gestão e das preferências dos visitantes. Os operadores turísticos familiarizados com os mercados de viagens internacionais também podem ajudar a identificar e monitorar as preferências e as demandas dos usuários.

- As preocupações das partes interessadas devem ser analisadas em termos de como afetarão os custos de gestão. Por exemplo, as preocupações podem incluir proteger e observar uma determinada espécie de animal

selvagem ou minimizar a aglomeração de visitantes em um sítio arqueológico. Com essas informações, um gestor de sítio pode decidir se há recursos suficientes disponíveis para preservar as condições desejadas.

- O gestor de sítio deve determinar os níveis atuais de uso com perguntas como as seguintes: Quantas pessoas visitam o sítio? São visitantes nacionais ou estrangeiros? De que forma eles acessam a área e o que fazem durante sua visita? Que tipos de infraestrutura já existem? As atrações existentes mostram sinais de deterioração? Observações sobre as condições do sítio, acompanhadas por fotografias, podem ajudar na definição dos objetivos de gestão e nos futuros trabalhos de monitoramento e interpretação.

- Listar as preocupações e preferências das diversas partes interessadas ajudará a analisar como esses grupos influenciarão as metas e objetivos. Devem ser claramente identificadas as áreas onde há discordância ou consenso entre os grupos. Será importante definir os interesses comuns, a fim de estabelecer as metas e objetivos de desenvolvimento e gestão e determinar o tipo de monitoramento necessário.

- Os comentários devem ser examinados, discutidos e registrados em um documento final aprovado por todas as partes interessadas, de modo a estabelecer uma orientação comum para o turismo. Uma declaração das políticas será fundamental para decisões futuras. As definições de turismo e os documentos de políticas existentes, como a Carta sobre o Turismo Cultural do ICOMOS (ver Apêndice 2), podem orientar a formulação de políticas do sítio.

- Um comitê consultivo de turismo formado pelas diversas partes interessadas, incluindo representantes do turismo, administradores locais, moradores, gestores de sítio e outros grupos de interesse, pode ser um importante mecanismo para a troca de ideias. O comitê deve reunir-se regularmente para debater o objetivo do programa turístico do sítio e como este será gerido. O processo deve gerar um consenso a respeito de uma declaração de políticas ou visão. Perguntas pertinentes incluem:

- O sítio oferece as oportunidades de turismo que os visitantes desejam?
- O custo de proporcionar essas oportunidades é razoável, levando em consideração as necessidades do sítio e das diferentes partes interessadas?
- Existem diferenças entre os diferentes grupos de partes interessadas que impediriam o sucesso de um projeto?

- O processo ROS deve ser usado para mapear as áreas mais adequadas a determinadas atividades em grandes sítios naturais ou mistos e debater o tema com o comitê consultivo. Mapas de uso de terra existentes e informações básicas de inventário oferecerão as ferramentas necessárias para iniciar a tarefa.

- Uma análise das vantagens comparativas do sítio em relação aos sítios vizinhos ajudará a orientar as metas e objetivos do turismo. Estas devem refletir as qualidades

que tornam o sítio competitivo no mercado e satisfazem os objetivos sociais e econômicos. As classificações do ROS também devem refletir essas vantagens comparativas. Por exemplo, o sítio pode ter praias mais isoladas do que um sítio vizinho, dando-lhe uma clara vantagem comparativa. Um objetivo de gestão pode ser instalar pouca infraestrutura e manter os níveis de visitação baixos, talvez cobrando uma tarifa de entrada mais elevada pelo privilégio de usar uma área relativamente intocada.

## Atividades sugeridas

### 1. Análise dos objetivos de políticas e gestão existentes.

- Analise as leis e políticas, incluindo aquelas em âmbito nacional, relacionadas à gestão de visitantes.
- Examine o plano de gestão do sítio e analise os objetivos de gestão de visitantes anteriores.
- Analise a experiência turística do sítio até o momento, incluindo um esboço de quem fez o quê e os pontos fortes e fracos desses esforços.
- Identifique lacunas, ou seja, quais políticas e objetivos devem ser fortalecidos, e destaque as necessidades futuras, fazendo sugestões preliminares sobre as medidas para satisfazer essas necessidades.

### 2. Coleta de dados dos visitantes.

- Determine se os visitantes de um sítio são moradores locais ou turistas estrangeiros.
- Determine como os diferentes grupos utilizam o sítio. Por exemplo, os moradores locais podem usar fontes de água doce para se banhar, enquanto os turistas estrangeiros podem vir para o mesmo sítio para ver uma famosa espécie de pássaro.
- Colete estatísticas de visitação existentes sobre uso, tendências, padrões de viagem e atividades.
- Desenvolva e implemente uma pesquisa de visitantes, perguntando aos turistas suas opiniões e preferências e pedindo que comparem o sítio com atrações vizinhas; identifique problemas dos visitantes ou áreas de interesse específico, adicionando-os ao mapa.
- Pergunte aos operadores turísticos sobre as necessidades e preferências turísticas e peça que avaliem o sítio em relação às atrações vizinhas.

### 3. Reunião com grupos de partes interessadas individualmente, com entrevistas ou *workshops*, e elaboração de uma minuta das questões discutidas. Consulte:

- líderes comunitários, para conhecer suas ideias sobre o planejamento e obter informações sobre o desenvolvimento turístico nas comunidades vizinhas e o tipo de competências disponíveis na comunidade;
- a equipe de gestão e administração, para identificar suas preocupações e problemas;

- guias locais, para obter suas opiniões a respeito das condições sociais e ambientais no sítio;
- cientistas e pesquisadores, para aprender mais sobre as condições ambientais e sociais do sítio em relação aos impactos da visitação;
- proprietários e administradores de hotéis, para obter seus pontos de vista a respeito dos problemas de gestão, por exemplo, sistemas de reservas e comunicação entre o sítio e os hotéis; e
- operadores turísticos, para determinar as necessidades e preferências dos turistas.

#### 4. Formação de um comitê consultivo de turismo.

- Peça a cada um dos grupos de partes interessadas que nomeie um representante para o comitê consultivo e organize um sistema prático de intercâmbio de informações.
- Forneça aos membros a minuta dos problemas e preocupações e obtenha a aprovação do documento.
- Defina as responsabilidades dos representantes do comitê consultivo de turismo.

#### 5. Registro por escrito das políticas de turismo.

- Desenvolva políticas de gestão de visitantes em coordenação com o comitê consultivo. Baseie as discussões nas necessidades do sítio, nos parâmetros de gestão, nas preocupações das partes interessadas, na vantagem comparativa do sítio, na legislação vigente e nas convenções internacionais.
- Gere consenso a respeito dos tipos e da quantidade de visitantes desejados.
- Aprove publicamente a declaração de políticas/visão.

#### 6. Desenvolvimento de objetivos de gestão.

- Examine a declaração da visão, as preocupações e as preferências de gestão das partes interessadas com o comitê consultivo de turismo.
- Caso seja apropriado, e considerando as vantagens comparativas do sítio, use o mapa desenvolvido nas etapas anteriores para identificar e mapear diferentes classes de oportunidade do método ROS.
- Chegue a um consenso sobre os objetivos de gestão para todo o sítio ou para cada classe de oportunidade, se o método ROS estiver sendo usado; planeje de acordo o desenvolvimento de infraestrutura para atividades.

#### Leituras sugeridas

Arthur, Simon; Hall, C. Michael. Strategic planning for visitor heritage management, integrating people and places through participation. In: Hall, C. Michael; Arthur, Simon. (Eds.). *Heritage management in New Zealand and Australia: visitor management, interpretation and marketing*. Oxford; Oxford University Press, 1993.

Clark, Roger N.; Stankey, George H. *The recreation opportunity spectrum: a framework for planning, management and research*. US Department of Agriculture Forest Service, Pacific Northwest Forest and Range Experiment Station, Dec. 1979. (General technical report, PNW-98).

Garfield, Donald (Ed.). *Tourism at world heritage cultural sites: the site manager's handbook*. 2<sup>nd</sup> ed. Washington, DC: ICOMOS, 1993. Cap. 2.

Jamal, Tazim B.; Getz, Donald. Visioning for sustainable tourism development: community-based collaborations. In: Murphy, Peter E. (Ed.). *Quality management in urban tourism*. New York: John Wiley & Sons, 1997.

Objectives-Oriented Project Planning (ZOPP). *Deutsche Gesellschaft, für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Unit 04, Strategic Corporate Development*. Eschborn, Germany, 1988.

Wilson, Merrill Ann. Philosophical Issues of Ruin Stabilization. In: INTERNATIONAL PERSPECTIVES ON CULTURAL PARKS: FIRST WORLD CONFERENCE, 1984. *Proceedings*. Colorado: Mesa Verde National Park, 1984.

# Capacidade de acolhimento e questões relacionadas ao planejamento



*Porta de Entrada do Antigo Arsenal, Ilha de Moçambique*

© UNESCO/Lazare Eloundou Assomo

**Compreender a noção de capacidade de acolhimento é essencial para o planejamento e a tomada de decisões. O conhecimento das limitações deste conceito, bem como das metodologias que o substituíram, é essencial não só para a implementação de planos de gestão práticos, mas também para a avaliação das propostas de projeto. Essas metodologias geram normas e indicadores de impacto que estão vinculados às metas das políticas do sítio e aos objetivos de gestão. Elas são essenciais para detectar mudanças indesejáveis em um sítio.**

## 6.1 Aspectos gerais da capacidade de acolhimento

**6.1.1 O conceito da capacidade de acolhimento aborda a questão de quantas pessoas podem ser permitidas em uma área sem o risco de prejudicar o sítio e a experiência dos visitantes.** De modo geral, este conceito é dividido em três categorias: física, ecológica e social.

- A capacidade de acolhimento física, chamada de “capacidade de acolhimento das instalações” pela Organização Mundial de Turismo, está relacionada principalmente com o espaço disponível, por exemplo: leitos para hospedagem, vagas de estacionamento, capacidade de um acampamento, assentos em um teatro, e assim por diante. Concomitante a tais considerações está a questão do abastecimento de água e eletricidade.
- A capacidade de acolhimento ecológica é o nível de tolerância à interferência humana de um ecossistema de forma a manter o funcionamento sustentável. Como observado no Capítulo 3, pode existir uma relação curvilínea entre o uso e o impacto em um sítio, e grandes variações na resistência e na resiliência dos ecossistemas tornam a capacidade de acolhimento ecológica difícil de avaliar.
- A capacidade de acolhimento social é psicológica e sociocultural e se refere ao limite além do qual o número de pessoas em um espaço disponível causaria um declínio na qualidade da experiência recreativa e na satisfação dos usuários. A superlotação é um excelente exemplo de uma questão sociocultural da capacidade de acolhimento. Uma vez que diferentes grupos de usuários têm diferentes expectativas sociais e as questões relacionadas à resistência e à resiliência cultural são complicadas, esse fator também é difícil de avaliar.

**6.1.2 O conceito de capacidade de acolhimento teve uma mudança radical devido à melhor compreensão da relação entre o número de visitantes e os impactos que são causados.** Durante as décadas de 1960 e 1970, o foco principal foi o desenvolvimento de um sistema de estabelecimento de limites para o número de visitantes em parques, monumentos e áreas protegidas como meio de salvar os recursos naturais e culturais. O objetivo era determinar em que ponto começariam os impactos adversos. A experiência demonstrou que um cálculo tão simples não é viável. Diversos fatores estão envolvidos:

O início da deterioração ambiental ou de impactos sociais adversos pode vir mais cedo ou mais tarde, dependendo das variações no comportamento dos visitantes ou da resistência e da resiliência de um determinado ecossistema. Um turista destrutivo pode causar mais dano do que 50 visitantes responsáveis. Algumas áreas, como os prados, podem suportar menos uso do que áreas com vegetação mais resiliente; apenas alguns turistas em uma comunidade podem ser responsáveis pela maior parte do descarte de lixo; algumas comunidades podem aceitar grupos maiores de turistas, enquanto outras podem rejeitá-los, e assim por diante. Para alguns indivíduos, um único visitante adicional em um sítio arqueológico seria excessivo; para outros, centenas de outros visitantes não diminuiriam a qualidade da experiência.

A definição de um número específico para a capacidade de acolhimento pode dar a falsa impressão de que uma área protegida está salvaguardada quando o oposto é verdadeiro. Os visitantes de um sítio de ruínas podem ser limitados a 100 pessoas de cada vez, quando em um canto isolado alguns visitantes podem estar se apossando de peças inestimáveis. A capacidade de acolhimento de uma trilha de natureza pode ser limitada a 100 pessoas, mas isso impedirá que alguns visitantes perturbem uma colônia de aves nidificadoras enquanto se aproximam para fotografá-las.

Todas as atividades causam impactos sociais e ambientais. Os gestores de sítio devem estabelecer metas bem definidas para as condições desejadas, que servirão como uma linha de base para determinar um nível aceitável de impacto. Por exemplo, os gestores precisam saber a quantidade de resíduos que são descartados ao longo de uma trilha interpretativa antes de lançar uma campanha de conscientização dos visitantes contra o descarte indiscriminado de lixo, para que eles possam determinar se seus esforços estão sendo bem-sucedidos. Quando os visitantes de uma área natural desejam uma experiência relativamente livre de outros visitantes, os gestores podem estabelecer um parâmetro para o número de pessoas que seja considerado insatisfatório.

Claramente, não há nenhum número mágico. Modelos atuais de gestão de visitantes envolvem a definição de metas e objetivos, a formulação de indicadores e o acompanhamento dos resultados.

**6.1.3 O planejamento da gestão de visitantes deve ter como base a ideia de limites de mudança aceitáveis.** As novas metodologias de planejamento partem do pressuposto de que todas as atividades causam impactos e que as condições desejadas devem servir como base para o planejamento. Os gestores precisam saber não só quantas pessoas estão em uma área, mas também como esses usuários estão afetando os recursos naturais e culturais da área. Os novos modelos estabelecem limites para os impactos, não para a visita. É uma questão de rastrear os indicadores ecológicos e sociais por meio de estudos de campo e pesquisas de usuários.



**6.1.4 A metodologia conhecida como *limites da mudança aceitável* (LAC, em sua sigla em inglês) define padrões e indicadores de monitoramento com base nas preocupações da equipe de gestão e das partes interessadas.** Quando as normas quantificáveis não são cumpridas, os impactos se tornam tão negativos que a gestão deve estar disposta a tomar medidas como a restrição de acesso e de comportamentos para evitar uma maior degradação dos recursos, mesmo que tais ações não sejam bem recebidas. A ideia é que, para condições ambientais e sociais, poluição da água e do ar, descarte inadequado de lixo, superlotação e outros fenômenos, existem normas quantificáveis com base nas condições desejadas. Quando as condições se aproximam dos “limites da mudança aceitável”, a equipe de gestão tomará medidas atenuantes específicas. Os programas de LAC podem definir limites numéricos de visitantes, por exemplo, 100 pessoas ao mesmo tempo em um sítio cultural, no entanto o processo como um todo oferece um sistema muito mais abrangente e eficaz para proteger os recursos. O desafio é definir a extensão e o tipo de mudança “aceitável” e indicadores de limites ou normas para mudanças que poderiam prejudicar as condições estabelecidas.

As normas do método LAC são estabelecidas com base nas necessidades das partes interessadas e da equipe de gestão e seguem as diretrizes da legislação aplicável e da Convenção. Por exemplo, as preocupações das partes interessadas podem concentrar-se no desejo de limitar determinados impactos, mantendo um meio ambiente limpo, seguro e menos concorrido em uma determinada área de um sítio natural. Neste caso, indicadores confiáveis podem incluir o número máximo de pessoas na trilha interpretativa de um sítio, os trechos perigosos da trilha ou a quantidade de lixo descartado inadequadamente.

Os objetivos de gestão devem conduzir a normas de impacto mensuráveis que reflitam as condições desejadas. Por exemplo, um indicador do sítio pode ser o número de áreas instáveis encontradas em uma trilha turística. Neste caso, o gestor do sítio deve definir o significado de área instável e quantificar as áreas instáveis ao longo da trilha. Com esta informação, o gestor, em consulta com um comitê consultivo, pode definir uma norma para manter a área segura para os visitantes. Se a superlotação for uma preocupação, os visitantes podem ser regularmente solicitados a relatar o número de outros visitantes vistos na trilha, produzindo dados que podem servir como um indicador. Outros indicadores podem ser sociais ou econômicos, medindo, por exemplo, a receita gerada por um sítio e a reação da comunidade local aos visitantes.

Embora a metodologia LAC tenha sido a primeira das novas metodologias de gestão de visitantes, todas as metodologias de planejamento mais recentes, como o *processo de experiência dos visitantes e proteção dos recursos* (VERP, em sua sigla em inglês), são aplicáveis a sítios naturais e culturais e seguem as seguintes etapas:

1. Determinar metas e objetivos derivados das preocupações da equipe de gestão e das partes interessadas e como alcançá-los.
2. Formular um conjunto de indicadores de desempenho com base nas metas e objetivos.
3. Monitorar para determinar se essas normas estão sendo cumpridas.
4. Decidir quais medidas serão usadas para mitigar os problemas caso as normas não sejam cumpridas.

**6.1.5 Os indicadores de impacto do turismo devem refletir as preocupações das partes interessadas, as declarações de políticas ou visão, os objetivos de gestão e as necessidades das partes interessadas que utilizem as informações.** Esses elementos, combinados com a experiência de campo, devem ser informados nas reuniões com o comitê consultivo, visando selecionar indicadores para rastrear mudanças nas condições ecológicas, físicas e sociais. É essencial informar aqueles que tomam decisões sobre como essas informações serão distribuídas. Em geral, não é necessário monitorar todos os indicadores, pois alguns têm interseções com os demais, alguns podem ser simplesmente muito caros ou cujo monitoramento é impraticável. Além disso, os indicadores não devem ser vistos como uma medida completa de um impacto ou problema, mas como uma tentativa adicional de descrevê-lo. Nem todas as áreas problemáticas e preocupações são adequadas ao monitoramento por meio de indicadores.

O acordo a respeito dos indicadores é a parte mais importante de um exercício de monitoramento e avaliação. A experiência demonstrou que sessões de *brainstorming* animadas e colaborativas são úteis para identificar e aprovar os indicadores.

**6.1.6 Um inventário das condições existentes fornece os dados de referência necessários para os indicadores.** As informações do inventário determinam o grau em que as condições existentes diferem das condições desejadas. As informações sobre as condições atuais são a linha de base para estabelecer normas realistas, uma etapa necessária para todas as metodologias do tipo LAC. Assim, por exemplo, se o vandalismo em um sítio de arte rupestre for um indicador, uma contagem de todas as pichações encontradas em torno do sítio será necessária. Qualquer exercício de inventariação deve ser realizado de acordo com procedimentos estabelecidos e registrado por escrito, assegurando práticas de monitoramento consistentes a longo prazo. Um inventário testará as técnicas básicas de coleta de dados e fornecerá as informações necessárias para um manual de monitoramento. Isto implica o desenvolvimento de pesquisas de monitoramento e de formulários de avaliação padronizados, além de instruções para tomada de decisões na implementação de medidas para corrigir condições inaceitáveis.

**Critérios recomendados para os indicadores**

- *Quantitativo – o indicador pode ser medido quantitativamente.*
- *Facilmente mensurável – pode ser medido por uma equipe de campo usando equipamentos simples e técnicas de amostragem.*
- *Relevante às preocupações – o indicador reflete genuinamente as preocupações que estão sendo rastreadas.*
- *Significativo – pode detectar uma mudança nas circunstâncias que interromperiam o funcionamento de um ecossistema ou reduziriam a atratividade futura de uma área para os visitantes.*
- *Sensível – o indicador permite a fácil detecção de mudanças nas condições que ocorrem no período de um ano.*
- *Confiável ao longo do tempo – o monitoramento do indicador pode ser realizado da mesma forma durante todos os ciclos de monitoramento.*
- *Responsivo às medidas de gestão – o indicador pode detectar uma mudança nas condições resultantes das medidas de gestão.*
- *De baixo custo – não exige despesas excessivas com equipamentos ou pessoal.*

**6.1.7 As normas de medição para os indicadores proporcionam metas para a medição dos impactos do turismo, de modo a mantê-los dentro dos limites aceitáveis.**

As descrições por escrito das condições desejadas nos objetivos de gestão de um sítio podem orientar a definição de normas quantificáveis. Por exemplo, uma trilha gerida para oferecer um tipo de experiência mais natural pode ser mantida com uma largura de dois metros, enquanto uma trilha em uma área mais turística que precise acomodar grupos maiores pode ter uma largura padrão de três metros.

**Indicadores de monitoramento: alguns exemplos**

- *abrasão de monumentos;*
- *condições da vegetação;*
- *número de encontros humanos por dia durante a viagem, em número e tamanho dos grupos;*
- *sinais de poluição causada por seres humanos, descarte inadequado de lixo, alimentos em córregos;*
- *reclamações de turistas a respeito das condições do sítio;*
- *número de perturbações em um sítio arqueológico;*
- *erosão;*
- *perturbação das populações de animais selvagens;*
- *pichação ou vandalismo;*
- *queixas de membros da comunidade a respeito da deterioração dos valores comunitários;*
- *aumento no número de queixas de crimes.*

As normas geralmente são definidas para evitar a degradação das condições atuais. Um exemplo seria uma norma para manter a população de uma espécie de ave ou a qualidade da água. Em alguns casos, no entanto, mesmo quando os gestores não desejam causar degradação, eles podem definir normas que permitem a deterioração das condições atuais se acreditarem que isso seria um mal menor do que, por exemplo, ter que restringir o acesso ou impor regras muito impopulares. As reuniões com o comitê consultivo e/ou as partes interessadas serão necessárias para chegar a um consenso sobre a definição das normas.

Em grandes sítios naturais e mistos, o sistema ROS pode ser usado para definir normas para diferentes áreas dentro do mesmo sítio, dependendo das necessidades de diferentes grupos de usuários. A experiência no campo indica que os usuários podem ter uma diversidade de opiniões e, conseqüentemente, os gestores devem considerar a definição de normas mais diversificadas. Em áreas naturais, os usuários com a maior necessidade por um meio ambiente não modificado devem ser priorizados.

Uma vez que as normas sejam definidas, um inventário determinará o grau em que as condições existentes diferem das condições desejadas. Por exemplo, se uma quantidade significativa de trilhas de uma área for considerada mais larga do que a norma estabelecida, ou se as abrasões ou danos a um monumento excederem uma norma específica, podem ser tomadas medidas para melhorar as condições. Este é um processo contínuo no qual os indicadores são monitorados regularmente para rastrear tendências e mudanças nas condições.

**6.1.8 Persistem os mal-entendidos entre organizações internacionais e agências governamentais quanto à capacidade de acolhimento.**

Continuam as demandas por estudos que forneçam limites técnicos, número ou uma escala numérica de modo a indicar mudanças negativas aos formuladores de políticas. Tais estudos podem criar a falsa impressão de que a capacidade de acolhimento pode ser reduzida a um número específico, indicando um ponto claro em que os impactos negativos começarão a ser vistos. Por exemplo, no lago Baikal, na Rússia, foi solicitado a consultores que determinassem o número de visitantes por hectare que o terreno ao redor do lago poderia suportar. Os valores foram derivados primeiramente de fórmulas que envolvem a inclinação e o impacto no solo. O estudo também fez previsões dos impactos culturais com base no número de turistas em comparação com o número de moradores locais. Embora essa metodologia tenha sido fácil de implementar dentro do tempo alocado para o projeto, ela não levou em consideração as variações no comportamento turístico, os padrões de viagem e os interesses de diferentes partes interessadas. Um diálogo com os grupos de interesse poderia ter dado mais relevância aos números do relatório durante o trabalho diário dos gestores do sítio. Mais importante, esse diálogo teria começado um processo de

definição das metas e objetivos do turismo entre as partes interessadas dentro dos limites da legislação para o meio ambiente e áreas protegidas.

**6.1.9 Gestores ainda podem sentir a necessidade de definir limites numéricos para controlar o número de pessoas em seus sítios.** Os números de visitantes devem ser ajustados de acordo com as normas estabelecidas. No campo, esta não é uma ciência exata, mas uma questão de rastreamento de impactos por meio de programas de monitoramento e avaliação aproximada de quando os limites são alcançados. Na prática, várias estratégias ajudarão os gestores a justificar as decisões para limitar a visitação. Os dados sobre números de visitantes e suas preferências compõem a melhor justificativa para ações que restringem o número de pessoas autorizadas a entrar em uma área, e isso é especialmente verdadeiro se um estudo puder ser mostrado às partes interessadas afetadas pela decisão. As pesquisas de visitantes podem demonstrar os efeitos negativos da superlotação e o desejo por privacidade em um sítio arqueológico ou sagrado.

A equipe disponível para realizar os esforços de proteção em relação ao número de visitantes também pode ser usada para justificar restrições. Por exemplo, o número de turistas permitidos em um sítio arqueológico pode depender do número de guardas disponíveis para patrulhar o sítio e garantir sua proteção. Os números podem ser controlados simplesmente reduzindo o número de vagas de estacionamento ou a capacidade de um centro de visitantes. No entanto, tal medida pode prejudicar a satisfação dos visitantes, caso resulte em um maior congestionamento.

**6.2 Problemas de monitoramento**

**6.2.1 A mudança para as metodologias do tipo LAC destacou a importância do monitoramento.** Os gestores precisam saber quando as condições desejadas estão sendo ameaçadas, por exemplo, com o aumento da poluição da água em um riacho ou quando as filas de espera se tornam muito longas em uma entrada. Um programa de monitoramento bem desenvolvido e regular pode oferecer aos gestores de recursos dados que justifiquem ações que, às vezes, podem ser controversas, como limitar o número de pessoas permitidas ao mesmo tempo em um sítio. Monitorar as preferências, as aversões e os padrões de viagem dos visitantes, bem como seus impactos, pode ajudar a identificar e justificar as ações necessárias na indústria do turismo.

**6.2.2 O aspecto mais difícil do monitoramento é garantir a sua realização com regularidade.** Os gestores enfrentam muitos problemas urgentes do dia a dia e, muitas vezes, têm pouco tempo ou vontade de realizar exercícios de monitoramento. No entanto, o monitoramento somente é eficaz se for feito regularmente, se não for de forma constante, a sua utilidade é severamente limitada, bem como seus impactos. Essas informações podem ajudar a identificar e justificar as ações necessárias na indústria do turismo.

**Estudo de caso**

*Um estudo de gestão de visitantes foi realizado utilizando o VERP no sítio arqueológico de Petra, na Jordânia. Desenvolvido pelo Serviço Nacional de Parques dos EUA, o VERP é um sistema do tipo LAC que não define necessariamente números específicos, contanto que os recursos e condições sociais possam ser medidos e preservados. Para este fim, um programa de monitoramento determina se as condições desejadas estão sendo cumpridas. A tabela a seguir apresenta diversos indicadores, normas e métodos de medição recomendados pela equipe. Neste plano, algumas normas foram substituídas por medidas que seriam implementadas quando um impacto for identificado.*

<b>Indicador</b>	<b>Norma</b>	<b>Método de medição</b>
<i>Perda de artefatos superficiais</i>	<i>A tolerância à perda de artefatos superficiais é zero</i>	<i>Zonas de monitoramento de 2m x 2m são estabelecidas em áreas selecionadas</i>
<i>Erosão ativa dos sítios arqueológicos</i>	<i>Tolerância zero</i>	<i>Técnicas de vigilância aérea</i>
<i>Saques nos sítios arqueológicos</i>	<i>Tolerância zero</i>	<i>Técnicas de vigilância aérea utilizadas para detectar escavações não autorizadas</i>
<i>Intrusão visual por adições modernas ou incompatíveis ao elemento paisagístico</i>	<i>Uma medida será tomada em caso de intrusão por um elemento incompatível</i>	<i>Técnicas de vigilância aérea</i>
<i>Números de pessoas por mês, dia e hora</i>	<i>Medidas de gestão são tomadas caso a visitação exceda as normas em 10%</i>	<i>Venda de ingressos</i>
<i>Número de pichações</i>	<i>Danos causados pelo vandalismo resultarão em uma medida de gestão</i>	<i>Em locais vulneráveis, zonas de monitoramento de 2m x 2m nas fachadas de monumentos e túmulos</i>
<i>Satisfação do visitante</i>	<i>Uma queda em um índice estabelecido resulta em uma medida de gestão</i>	<i>Pesquisas com visitantes e moradores locais</i>

### 6.2.3 Diversos métodos de monitoramento são possíveis dependendo do nível de precisão desejado e dos recursos disponíveis.

Por exemplo, a erosão do solo em uma trilha da natureza pode ser medida de várias maneiras. Um método é identificar as seções erosionadas da trilha e medir as variações na largura, talvez causadas por visitantes tentando evitar seções lamacentas. Outro é estabelecer postos de controle permanentes em áreas problemáticas ao longo da trilha para medir a perda do solo. Cada abordagem tem suas vantagens e desvantagens, de modo que examinar as condições da trilha de forma geral não oferece uma medição precisa, mas um bom panorama. Por outro lado, embora as zonas de monitoramento permanentes proporcionem uma medição mais precisa da perda do solo, o método é mais dispendioso e demorado.

As diferenças na abordagem podem igualmente ser ilustradas com contagens da população de pássaros. Um método menos custoso registra sistematicamente o número de avistamentos de aves por guias locais, e um método mais preciso, mas dispendioso, de rastrear as mudanças populacionais envolve a captura de espécimes com redes ou a criação de uma seção ou corredor fixo ao longo do qual as espécies são contadas regularmente.

Existem menos opções para monitorar as condições socioeconômicas, tais como o congestionamento e as atitudes comunitárias. A maioria das informações socioeconômicas é obtida por meio de questionários ou entrevistas, o que é trabalhoso e demorado. Uma pesquisa das atitudes comunitárias em relação ao turismo, por exemplo, toma muito tempo para ser desenvolvida, implementada e analisada. Deve ser selecionado um procedimento de monitoramento com base nas questões que devem ser respondidas e no tempo para sua realização, considerando também os recursos disponíveis. Na Grande Barreira de Corais, na Austrália, as distâncias de viagem tornaram o monitoramento detalhado de cada acampamento proibitivamente caro, o que levou os gestores a optar, em vez disso, pela amostragem de uma seção transversal de áreas de campismo, uma tática considerada mais econômica.

Por último, todos os programas de monitoramento devem ser avaliados para se determinar a exatidão da medição dos indicadores. Essa avaliação também deve definir que amplitude deve ter uma mudança medida de modo a garantir que seja resultado do impacto dos visitantes e não de erros na coleta de dados.

### 6.2.4 O monitoramento de monumentos históricos deve levar em conta os valores de integridade e autenticidade.

Indicadores das condições estruturais ou de engenharia não podem ser traduzidos em uma visão geral do bom estado de um sítio, uma vez que não refletem os valores de integridade ou autenticidade. Embora seja importante monitorar o uso de uma instalação e a satisfação do visitante, especialistas dizem que um monitoramento adicional é necessário para medir

a eficácia da comunicação do significado histórico de um sítio. As autoridades dos Sítios Históricos Nacionais do Canadá estabelecem uma política para proteger a “integridade comemorativa”, que é preservada quando aquilo que simboliza ou representa a importância de um sítio não é prejudicado ou ameaçado, quando as razões para o significado histórico nacional do sítio são efetivamente comunicadas ao público, e quando os valores patrimoniais do sítio, incluindo aqueles não relacionados à significância nacional, são respeitados por decisões e medidas que afetem o sítio. Para implementar essa política, os tomadores de decisão expressaram as razões para o significado nacional de um sítio antes de determinar os objetivos e normas para o monitoramento. Declarar os resultados desejados e listar as pessoas responsáveis também faz parte do processo.

#### Trechos de um manual de monitoramento

*Os seguintes procedimentos de monitoramento do Serviço Nacional de Parques dos EUA para uma trilha da natureza apontam os tipos de problemas que podem surgir. Programas semelhantes podem ser adaptados a outras áreas. À medida que os recursos financeiros aumentam, podem ser inseridos procedimentos de monitoramento mais avançados, após uma avaliação dos prós e contras, incluindo os custos de treinamento de pessoal para os novos procedimentos.*

*Para uma trilha recém-aberta, pesquisas regulares podem ser conduzidas para avaliar os pontos de vista dos visitantes a respeito de congestionamentos e outros problemas. As perguntas podem ser modificadas de acordo com as circunstâncias.*

#### Instruções gerais

- Medir a distância desde o início de um segmento da trilha até um determinado indicador. Se possível, monitorar a trilha a cada dois meses. Buscar conduzir a avaliação antes e depois da alta temporada turística.
- Registrar quaisquer reparos ou melhorias necessárias, usando a seção “comentários” no formulário de monitoramento para especificar materiais que serão necessários e detalhar as áreas problemáticas.

#### Instruções específicas para os indicadores de amostragem

- Observar a vegetação ao longo das trilhas. O avaliador deve observar se a vegetação está sendo mantida de acordo com a norma estabelecida.
- Registrar quaisquer impactos em árvores até dois metros de distância de cada lado da trilha. Os impactos podem incluir galhos quebrados e cortes em árvores devido a ações humanas. Descrever os impactos na seção “comentários”.

- *As seções de solo molhado são áreas permanentes com mais de dois metros de comprimento. Essas áreas obrigam os visitantes a caminhar nas laterais das trilhas, aumentando sua largura e causando erosão. O avaliador deve medir e registrar o início e o fim das seções de solo molhado.*
- *Registrar quaisquer trilhas “sociais” – trilhas secundárias não planejadas causadas quando os visitantes se afastam da trilha principal ou tomam um atalho. Estas podem causar erosão e destruição da vegetação.*
- *Observar quaisquer problemas gerais não incluídos nas categorias listadas na seção “comentários”, por exemplo, reparos necessários, áreas perigosas e áreas de nidificação de animais selvagens.*
- *Indicar um posto de controle permanente para determinar a perda de solo. Selecionar pontos como postos de vigia e aqueles sensíveis ao uso dos visitantes. Inserir uma estaca de madeira em cada lado da trilha para que uma linha imaginária una as duas no caminho. Medir a distância e anotar todas as características proeminentes, por exemplo, vegetação intocada, solo descoberto, e áreas alagadas. Idealmente, estes registros devem ser complementados com fotografias.*
- *Coletar todo o lixo visível ao longo da trilha.*
- *Registrar quaisquer incidentes de vandalismo na infraestrutura, placas ou mobiliário, como bancos ou mesas, da trilha.*
- *Contabilizar o número de encontros por visita na trilha com outros grupos ou indivíduos.*

### 6.2.5 Sistemas de monitoramento simples com incentivos integrados podem ser mais viáveis e apropriados para um programa sustentável.

Tendo em conta as muitas dificuldades para manter um programa de monitoramento, levar em consideração as necessidades práticas dos gestores de sítio, dos representantes do turismo e dos operadores privados aumentará as chances de sucesso. O monitoramento pode ser incorporado a atividades de manutenção, ou os guias locais podem realizar funções de monitoramento. Os operadores turísticos interessados em rastrear as preferências dos visitantes podem estar dispostos a financiar pesquisas. Autoridades do governo também podem desejar as informações, pois estas podem afetar diretamente as iniciativas nacionais de turismo.

A experiência demonstrou que um programa de monitoramento simples é melhor do que nenhum monitoramento, e pode ser mais eficaz do que aqueles mais dispendiosos. Por exemplo, com edifícios históricos e outros sítios culturais construídos, um relatório simples com anotações e fotos foi considerado muito mais útil do que relatórios detalhados item a item sobre as condições do sítio. Relatórios curtos e simples que abordam problemas gerais e algumas áreas problemáticas específicas permitem à equipe determinar quais bens requerem mais atenção e oferecer orientação às agências responsáveis.

A equipe do sítio recebe uma lista de itens para monitorar. O supervisor anota quaisquer mudanças feitas ao bem desde a última visita, problemas gerais de manutenção ou reparo, problemas em potencial, e mudanças e reparos previstos. Quatro categorias são monitoradas: exterior, interior, a área em torno do edifício e o restante do sítio. São tiradas fotografias gerais, bem como de áreas problemáticas mais específicas.

### 6.3 Implicações e recomendações

- A determinação da capacidade de acolhimento é vista de forma mais realista como um processo contínuo. As metodologias LAC vão muito além do objetivo restrito de se estabelecer um limite para o número de visitantes em um sítio. A metodologia deve ser utilizada para determinar os níveis e as condições que a gestão poderia tratar como opções para a definição de políticas com base nos dados fornecidos pelos programas de monitoramento.

- As metas e objetivos de gestão para controlar os impactos causados pelo turismo devem ser apoiados por medições quantificáveis e outras formas de se comparar as condições atuais com as condições desejadas. Isso deve ser a base de um programa de monitoramento com indicadores bem definidos.

- Para identificar indicadores de monitoramento, os planejadores devem examinar as preocupações das partes interessadas, a declaração de políticas/visão do sítio e os objetivos de gestão, e então realizar reuniões com o comitê consultivo para determinar as condições ecológicas e sociais desejadas. Objetivos de gestão registrados por escrito ajudam a orientar o desenvolvimento de normas mensuráveis.

- Embora a decisão final seja dos gestores, as normas devem ser estabelecidas com base nas discussões com as principais partes interessadas. Sempre que possível, as normas não devem permitir uma degradação das condições atuais. Por exemplo, uma norma para controlar a população de uma determinada espécie de pássaros não deve ser fixada abaixo dos níveis atuais, a menos que seja compensada por vantagens muito significativas. As normas devem ser definidas, sempre que possível, para refletir as condições ideais.

- Os dados de referência são essenciais para o estabelecimento de normas realistas. Um inventário determinará o grau em que as condições existentes diferem das condições desejadas. As normas devem corresponder às metas e objetivos e às condições desejadas pelas partes interessadas. Assim, por exemplo, se a educação da comunidade local for um objetivo de gestão, uma norma pode ser definida após a determinação do número de visitas escolares realizadas pela equipe durante o ano anterior.

- Os inventários devem ser realizados de acordo com procedimentos estabelecidos e registrados por escrito para assegurar um monitoramento coerente a longo prazo. Os procedimentos podem fornecer um marco básico para um manual de monitoramento.

- Para garantir a sustentabilidade de um programa de monitoramento, os indicadores devem ser selecionados de acordo com considerações práticas. Os guias locais podem ser capazes de ajudar com o monitoramento, e as agências de turismo interessadas em rastrear as preferências dos visitantes podem financiar pesquisas. Já os operadores turísticos podem estar dispostos a investir em treinamento para gestores e contribuir para o monitoramento.
- Uma compreensão das causas das mudanças nos indicadores pode levar a soluções de gestão. A análise de problemas começa com o processo de monitoramento, durante o qual as soluções são identificadas para promover as condições desejadas ou até superar as normas especificadas.

### Atividades sugeridas

#### 1. Identificação dos indicadores.

- Examine a lista de impactos e suas causas.
- Elabore uma lista preliminar de indicadores turísticos com justificativas para sua seleção e estime os custos de monitoramento associados.
- Apresente os indicadores selecionados ao comitê consultivo para sua análise.

#### 2. Coleta de dados de referência sobre os indicadores selecionados.

- Desenvolva um programa de monitoramento e redija um manual de monitoramento.
- Treine a equipe do sítio nos métodos estabelecidos para coletar os dados.
- Determine como as partes interessadas parceiras podem participar no monitoramento.

#### 3. Defina normas para os indicadores.

- Use os dados da etapa 2 para desenvolver um conjunto preliminar de normas para os indicadores.
- Se as classes de oportunidade do ROS estiverem sendo usadas, defina normas que reflitam as diferentes experiências desejadas em diferentes áreas do sítio.
- Em conjunto com o comitê consultivo de turismo, debata as normas propostas, chegue a um consenso e desenvolva um acordo final.

### Leituras sugeridas

Bennett, Gordon. Commemorative integrity monitoring the state of Canada's national historic sites. *ICOMOS Canada Bulletin*, v. 4, n. 3, p. 6, 1995.

Coccosis H.; Parpairis, A. Assessing the interaction between heritage, environment and tourism. In: Coccosis, Harry; Nijkamp, Peter (Eds.). *Mykonos, Sustainable Tourism Development*. Hants: Avebury, 1995. p. 107-125.

Comer, Douglas; Belli, Lawrence. *Carrying capacity at Petra, Jordan: a cultural world heritage site*, by US/ICOMOS Management Team. Hancock MI: National Park Service, Everglades National Park, George Wright Society, 1997.

Cunliffe, Scott. Monitoring and evaluation as practical management tools. *ICOMOS Canada Bulletin*, v. 4, n. 3, p. 29, 1995.

Eagles, Paul F. J.; McCool, Stephen F; Haynes, Christopher D. *Sustainable tourism in protected areas, guidelines for planning and management*. World Commission on Protected Areas (WCPA), IUCN The World Conservation Union, 2002. (Best practice protected areas guideline series, 8).

Elliott, Peter. Easements are forever: The Ontario Heritage Foundation's experiences in monitoring heritage properties. *ICOMOS Canada Bulletin*, v. 4, n. 3, p. 32-35, 1995.

Graefe, A. R.; Kuss, F. R.; Vaske, J. J. *Visitor impact management: the planning framework*, v. 2. Washington, DC: National Parks and Conservation Association, 1990.

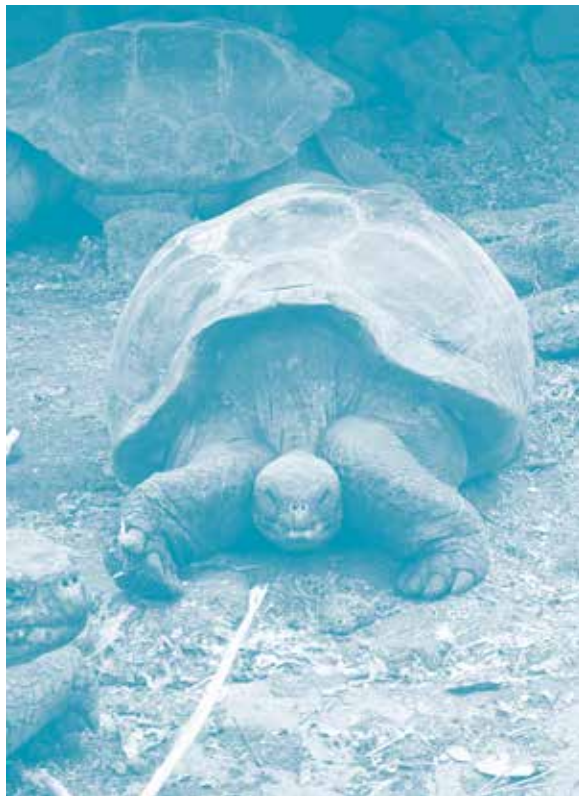
Stankey, George H. The recreation opportunity spectrum and the limits of acceptable change planning systems: a review of experiences and lessons. In: Aley, Jennife; Burch, William R.; Conover, Beth; Field, Donald (Eds.). *Ecosystem management: adaptive strategies for natural resources organizations in the twenty-first century*. Philadelphia, PA: Taylor and Francis, 1999.

Stankey, G. H.; Cole, D. N.; Lucas, R.C.; Peterson, M. E.; Frisell, S. S. *The limits of acceptable change (LAC) system for wilderness planning*. Ogden Utah: USDA Forest Service, Intermountain Forest and Range Experiment Station, 1985. (General technical report, INP-176).

Twyford, K.H. Assessment and management of beach camping impacts within Fraser Island World Heritage Area, South-East Queensland Australia. In: THE WORLD HERITAGE MANAGERS WORKSHOP, Apr. 1996. *Papers and Proceedings*, 1996. p. 24-28.

Van Hooff, Herman. The reporting and monitoring of the state of properties inscribed on the World Heritage List. *ICOMOS Canada Bulletin*, v. 4, n. 3, p. 12-14, 1995.

## Estratégias e soluções para a gestão de problemas do turismo



*Ilhas Galápagos, Equador*

© UNESCO/Francesco Bandarin

Contanto que um sítio satisfaça as normas estabelecidas, as responsabilidades de um gestor se limitam à manutenção de rotina e ao monitoramento contínuo. No entanto, se as condições ecológicas, físicas e/ou sociais se aproximarem ou atingirem níveis inaceitáveis, medidas de correção devem ser tomadas. O conhecimento das estratégias e das soluções de gestão oferecerá ao gestor as opções disponíveis para restaurar as condições desejadas. A tomada de decisão também é auxiliada por uma conscientização a respeito das consequências associadas a essas estratégias e medidas.

## 7.1 Problemas gerais

**7.1.1 As medidas de gestão devem começar com a identificação das prováveis causas de um problema específico.** Um declínio nas condições não é necessariamente causado pelo turismo. Recifes de corais podem se deteriorar naturalmente, o descarte inadequado de lixo em um sítio arqueológico pode ser causado por moradores locais, não turistas, e assim por diante. Uma vez que a causa seja claramente identificada, as medidas corretivas podem ser adotadas, as quais, sendo bem direcionadas e atacando a causa do problema, economizam tempo e dinheiro. Por exemplo, uma campanha permanente pode preservar uma área afetada pelo descarte inadequado de lixo, mas pode ser dispendiosa e não ataca a causa do problema. Pode ser mais econômico identificar a fonte do descarte inadequado e combinar um programa de manutenção com uma campanha educacional que busque mudar o comportamento das pessoas.

**7.1.2 As medidas de gestão podem ser diretas ou indiretas.** As medidas de gestão diretas visam enfrentar problemas do comportamento humano por meio de regulamentos que podem ser aplicados, restringindo atividades ou racionando o uso, enquanto métodos indiretos buscam mudar o comportamento por meio da educação, da informação e da persuasão. Os visitantes podem ser informados sobre os impactos ligados a uma determinada atividade ou receber informações que incentivam o uso de certas áreas no lugar de áreas ameaçadas. Outras medidas indiretas incluem alterações físicas, como o redirecionamento de uma trilha para uma área mais resiliente de uma floresta, influenciando o movimento dos visitantes.

Em geral, ações indiretas são mais bem-sucedidas em áreas remotas, onde a liberdade dos visitantes para explorar geralmente é um objetivo primário. Abordagens diretas são frequentemente usadas para proibir os visitantes de entrar em áreas frágeis ou perigosas, por exemplo, em um sítio arqueológico onde podem danificar um afresco inestimável. Especialistas dizem que os regulamentos têm sucesso quando têm um forte apoio público, são explicados com cuidado, e quando os visitantes influenciam a forma como são implementados. Os visitantes devem entender por que uma

mudança de comportamento é desejável. Claramente, uma vez implementados, os regulamentos devem ser aplicados.

Na prática, geralmente é usada uma combinação de métodos. Por exemplo, medidas diretas e indiretas podem ser usadas para minimizar o impacto dos visitantes em um recife de corais: a equipe do sítio pode projetar uma extensa campanha de conscientização pública que pode incluir materiais impressos, publicidade direta e programas escolares, e os operadores turísticos podem ser geridos por meio de autorizações, regulamentos e medidas de aplicação destinadas a concentrar as atividades de recreação em recifes resistentes. Uma combinação de métodos também é recomendada para controlar o vandalismo, incluindo a proteção física dos recursos, bem como a conscientização, tornando um sítio inacessível por veículos, aumentando as tarifas de entrada e protegendo sítios ao não os promover.

**7.1.3 Fatores a serem considerados ao selecionar as medidas de gestão incluem o cumprimento de objetivos, a probabilidade de sucesso e as dificuldades de implementação, particularmente os custos.** As estratégias de gestão devem estar em consonância com os objetivos. Por exemplo, se um objetivo de gestão em um sítio no Himalaia é oferecer aos visitantes a liberdade de explorar, então uma abordagem de gestão mais branda pode ser apropriada. Aqui a equipe pode querer enfatizar a conscientização dos montanhistas sobre o comportamento de uma expedição de baixo impacto. Por outro lado, se o objetivo de um sítio é proteger um mosaico inestimável em um monumento antigo, uma abordagem mais direta pode ser apropriada, como a mobilização de guardas para proteger o sítio de saqueadores ou vândalos e para regular a atividade turística perto da obra de arte.

As medidas devem ter uma alta probabilidade de alcançar o resultado desejado. Antes de tomar medidas que possam enfrentar resistência, é importante garantir que as normas e regulamentos proporcionem aos gestores o mandato jurídico para agir e que os sistemas de aplicação adequados apoiarão a sua execução.

A conscientização a respeito do perfil do visitante ajuda a garantir o sucesso. Por exemplo, um grande grupo de visitantes estrangeiros pode ser fortemente motivado pela proteção de uma espécie ameaçada de extinção, mas sem saber que estão perturbando o animal durante a sua alimentação. Neste caso, os materiais educativos que explicam técnicas de observação de baixo impacto podem ser o melhor método para minimizar os danos.

A implementação das medidas deve ser relativamente fácil e econômica. Em geral, os métodos diretos são considerados mais demorados e dispendiosos, enquanto as medidas indiretas são vistas como sendo mais econômicas a longo prazo.

**7.1.4 Especialistas recomendam limitar os regulamentos ao mínimo necessário para efetivamente realizar os objetivos de gestão.** Medidas de gestão mais eficazes,



mas menos restritivas, devem ser implementadas primeiro, monitorando-se os resultados, e medidas mais restritivas podem ser implementadas, se necessário, até que as condições melhorem. Por exemplo, para lidar com o descarte descontrolado de lixo, uma campanha educacional pode ser lançada descrevendo o problema e convidando o cumprimento voluntário de um regulamento contra o descarte de lixo no sítio. Se os métodos voluntários falharem, uma multa pode ser imposta, e, se isso não funcionar, a área pode ter que ser fechada.

Em alguns sítios, as limitações dos recursos humanos e financeiros podem exigir abordagens mais diretas a curto prazo. Os peritos no Norte e no Sul destacam a necessidade de desenvolver programas de conscientização de visitantes e outros métodos indiretos, no entanto, os gestores geralmente optam por métodos diretos quando confrontados com problemas como a proximidade de grandes centros populacionais e recursos humanos e financeiros limitados. Nessas situações, o custo e o tempo envolvidos na implementação de métodos indiretos são ponderados em relação aos problemas imediatos, como a necessidade de evitar a rápida degradação de um sítio arqueológico por visitantes que compram objetos roubados do sítio.

## 7.2 Reduzir o número de pessoas que entram em uma área

Reduzir a visitação em áreas de uso intenso é um meio justificável de evitar impactos sociais como a superlotação, mas é possível que, por si só, não consiga reduzir substancialmente alguns impactos ecológicos. Reduzir o número de pessoas em uma área pode efetivamente reduzir a superlotação ou congestionamento, por exemplo, em um monumento histórico. No entanto, uma vez que alguns impactos ambientais seguem a tendência curvilínea discutida no Capítulo 3, nas áreas naturais, tais medidas podem não resolver problemas ambientais, a menos que os visitantes também sejam direcionados para áreas mais resistentes.

### **Uma visão geral das estratégias de gestão**

*As estratégias de gestão que afetam o nível e a natureza da exploração de um sítio e o seu ambiente físico e socioeconômico buscam minimizar ou reduzir o impacto de cada visitante. Fatores, ou variáveis que possam ser afetadas ou controladas, incluem o número de visitantes, os tipos de atividade, o comportamento dos visitantes e a resistência e resiliência física e social do ambiente. Diversas estratégias abordam essas variáveis:*

- *Os níveis de visitação podem ser controlados reduzindo o número total de pessoas permitidas em um sítio ou reduzindo o número de pessoas permitidas em uma ou mais áreas de um sítio, dispersando-as ou concentrando-as em uma área específica.*

- *Os tipos de atividades podem ser alterados ou influenciados abordando as formas nas quais a atividade é praticada, oferecendo incentivos para que as pessoas pratiquem atividades específicas ou impondo medidas diretas para restringir determinadas atividades.*

- *O meio ambiente físico de um sítio pode ser alterado para torná-lo mais resistente aos impactos por meio do uso de infraestrutura.*

- *O meio ambiente social de um sítio pode ser afetado pela redução de conflitos entre visitantes e entre os visitantes e a comunidade local.*

### **As opções de gestão para reduzir o número de visitantes de um sítio podem incluir:**

- *restringir a entrada ou fechar uma área;*
- *limitar o tamanho dos grupos;*
- *implementar um sistema de cotas ou licenças;*
- *aumentar tarifas; ou*
- *não fornecer instalações.*

### **As opções para dispersar ou concentrar as pessoas de modo a reduzir o uso em uma determinada área podem incluir:**

- *restringir o número de pessoas que podem entrar na área ameaçada;*
- *limitar o tempo de permanência admissível na área ameaçada;*
- *eleva a tarifa de entrada apenas para a área ameaçada;*
- *não oferecer instalações na área ameaçada;*
- *delimitar uma área para uma determinada atividade e não permitir atividades na área ameaçada;*
- *direcionar os turistas para áreas mais resilientes por meio do zoneamento, conscientização dos visitantes e oferecendo um número maior ou menor de instalações;*
- *cobrar tarifas de entrada diferentes em determinados dias da semana; e*
- *utilizar uma campanha de promoção e interpretação para influenciar o uso de uma área em vez de outra.*

### **O comportamento dos visitantes pode ser alterado por meio de:**

- *programas educativos ensinando formas de baixo impacto para visitar um sítio, por exemplo, técnicas para observar animais selvagens sem perturbá-los; e*
- *programas de interpretação que ensinam o respeito aos recursos e às questões de proteção de um sítio.*

**Os gestores de sítio podem incentivar os visitantes a praticar atividades específicas:**

- *umentar ou reduzir preços para determinados tipos de visitantes;*
- *restringir o horário de funcionamento, por exemplo, abrir um sítio mais cedo para observadores de aves ou fechá-lo cedo para desencorajar outros clientes;*
- *oferecer ou não infraestrutura; e*
- *proibir certas atividades por meio de regulamentos e sua aplicação.*

**A resistência a impactos do meio ambiente físico de um sítio pode ser aumentada:**

- *usando a infraestrutura para proteger um sítio, como, por exemplo, protegendo uma trilha com um calçamento de madeira ou instalar amarrações permanentes; e*
- *realocando infraestrutura para áreas mais resilientes, como, por exemplo, movendo um abrigo de montanha para uma área menos propensa à erosão.*

**As medidas para redução de conflitos entre os visitantes incluem:**

- *delimitar uma área para atividades compatíveis; e*
- *influenciar os tipos de atividades turísticas praticadas em um sítio, fornecendo ou não instalações.*

**As opções para reduzir conflitos com as populações e comunidades locais incluem:**

- *canalizar os benefícios econômicos para as populações locais; e*
- *incorporar os valores socioculturais no planejamento e desenvolvimento da gestão do sítio, aumentando a participação da comunidade.*

Além disso, quando um uso mínimo causa danos ambientais consideráveis, as reduções na circulação na área podem não ter os efeitos positivos correspondentes. Nesses casos, reduzir a circulação de visitantes pode não ser suficiente para melhorar as taxas de recuperação do solo e da vegetação, e uma área pode precisar ser fechada para que a recuperação ocorra.

Em sítios que já sofreram degradação da vegetação, pode ser necessário proibir quase completamente o uso para que ocorra uma recuperação. Os impactos nos recursos hídricos e na fauna são mais diversos e, em alguns casos, podem ser atenuados por uma redução nos níveis de uso. Por exemplo, os ursos no Sítio do Patrimônio Mundial do Parque Nacional de Yellowstone representam um problema maior em áreas de uso intenso, e reduzir a visitação pode reduzir incidentes entre ursos e campistas.

**7.2.1 Em algumas áreas, mesmo que sejam impostos limites, é necessário tomar medidas para concentrar e controlar os visitantes para reduzir os impactos ecológicos.** As pessoas têm a tendência de ir aos mesmos lugares e seguir as mesmas rotas, entretanto, quando as pessoas chegam em um determinado sítio, como um parque de campismo, elas tendem a se dispersar dentro dos limites da área. Limitar o uso, por exemplo, reduzindo o número de parques de campismo em torno de um lago, reduziria o número de visitantes, mas não atenuaria necessariamente seu impacto ecológico, visto que se dispersariam por todas as áreas disponíveis. Desse modo, seriam necessárias medidas para reduzir o número de pessoas e garantir o fechamento permanente de determinados parques de campismo. Por outro lado, em áreas levemente utilizadas, as reduções de visitantes podem minimizar os impactos ecológicos, desde que os níveis de uso sejam mantidos baixos e os visitantes sejam instruídos em técnicas de baixo impacto e evitem as áreas frágeis. Até mesmo um único grupo de visitantes não instruídos pode causar danos graves.

**7.2.2 Limitar o tempo de permanência em um sítio pode reduzir os números e aliviar problemas de congestionamento, mas isso não necessariamente reduzirá os impactos ambientais.** Podem ser impostos limites no período de permanência no sítio ou em áreas específicas, uma medida que ajuda a reduzir o congestionamento. É improvável que os limites na permanência em áreas naturais muito utilizadas tenham algum efeito sobre os impactos ecológicos, a menos que estes limites sejam muito restritivos e orientados para reduzir indicadores mensuráveis. Os impactos ecológicos são melhor reduzidos se forem impostos limites de permanência em áreas levemente utilizadas, porém, em áreas frágeis, uma longa permanência em qualquer lugar poderia causar impactos inaceitáveis.

**7.2.3 Fechar uma área pode ser uma maneira eficaz de proteger ou restaurar a qualidade ambiental.** A medida cria uma situação favorável para a recuperação da vegetação e reduz os impactos na vida selvagem. Por exemplo, no Parque Nacional Big Bend, no Texas, EUA, as visitas são proibidas durante a época de reprodução dos falcões-peregrinos para proteger seus locais de nidificação. O fechamento de uma área, no entanto, é uma ação direta que pode ser controversa e ter desdobramentos econômicos e sociais, e deve ser explicado à comunidade local, não apenas aos visitantes.

**7.2.4 Reduzir o número limitando o tamanho dos grupos pode igualmente ajudar a controlar os impactos ecológicos e sociais.** Grupos grandes podem causar congestionamentos, bem como conflitos entre visitantes. Em áreas mais populares, limites no tamanho dos grupos e uma campanha educacional podem ser necessários para reduzir os impactos e garantir mais privacidade para cada grupo de visitantes. Nesses casos, os programas educativos devem salientar a importância de utilizar as áreas existentes e de mantê-las em condições agradáveis para os próximos visitantes.

Grupos grandes podem prejudicar áreas mais amplas do que grupos menores porque tendem a se espalhar mais pelas áreas e também podem prejudicar uma área mais rapidamente do que um grupo pequeno. No entanto, em uma área que já foi fortemente afetada, faz pouca diferença se o tamanho dos grupos for de 10 ou 50 pessoas.

**7.2.5 Cotas podem ser usadas para reduzir os níveis de visitação, mas causam vários problemas. Um ponto a ser considerado é o custo financeiro da implementação e da administração do sistema de cotas.** Se a equipe for insuficiente, um sistema de cotas provavelmente não poderá ser mantido a longo prazo. Além disso, as cotas favorecem pessoas que podem reservar com antecedência, excluindo outras categorias de visitantes em potencial.

Qualquer tipo de limitação pode irritar visitantes que apreciem sua liberdade. Sistemas de cotas podem, especialmente, aborrecer aqueles que se consideram usuários tradicionais de um sítio, que podem optar ir a outro lugar, e, por sua vez, outros sítios podem não ser capazes de lidar com o aumento na visitação. Assim, para que um sistema de cotas seja bem-sucedido, o acesso deve ser limitado a sítios alternativos, e os grupos de usuários precisam compreender e aceitar a técnica de racionamento que está sendo implementada.

**7.2.6 Aumentar as tarifas para visitantes e outras taxas pode reduzir os números de visitantes.** As leis de oferta e demanda determinam que tarifas mais elevadas em um sítio reduzirão a visitação. Um fator a ser considerado ao aumentar as tarifas é a elasticidade da demanda, ou a forma com a qual os visitantes respondem a uma mudança nos custos de entrada em uma área, informação esta que pode ser coletada por meio de pesquisas. Outro fator a ser considerado é que os visitantes desejam esquemas de preços simples. Eles tendem a preferir uma tarifa que inclua todos os serviços do que uma tarifa principal com taxas adicionais separadas, como estacionamento ou fotografias, ou seja, definir tarifas de visitação também pode envolver a definição de tarifas de entrada diferentes para populações locais e para estrangeiros.

#### **Redução da demanda devido a tarifas de visitação mais elevadas**

*Tarifas de entrada mais elevadas podem reduzir a demanda, diminuindo o número de visitantes, sem necessariamente reduzir as receitas totais. Um aumento nas tarifas de entrada no Parque Nacional de Keoladeo, na Índia, por exemplo, resultou em uma redução de 11% no turismo (de 126.539 em 1996-1997 para 113.004 em 1997-1998). No todo, a receita mais do que duplicou durante o período com o número de turistas estrangeiros, que aumentaram em 4%, de 40.894 em 1996-1997 para 42.532 em 1997-1998.*

**7.2.7 Não fornecer instalações pode reduzir o número de visitantes.** Limitar a infraestrutura, como áreas de campismo ou vagas de estacionamento, pode reduzir o número de visitantes, mas a adição de infraestrutura pode aumentar esses números. Também pode reduzir a visitação tornar o acesso mais difícil, por exemplo, localizando o estacionamento a uma distância maior das entradas. Na Costa Rica, a pressão da comunidade para limitar o turismo em uma reserva pôs um fim a um plano para pavimentar a estrada de acesso à comunidade e à reserva. Por outro lado, aumentar a infraestrutura, como a instalação de sinais e placas informativas, pode aumentar a popularidade de um sítio e de seus recursos, por exemplo, um navio naufragado.

Esta estratégia levanta várias questões, incluindo preocupações com segurança. Em um parque de floresta tropical, por exemplo, a gestão pode preferir um sistema de placas, passadiços e pontes para encaminhar visitantes com segurança de volta à entrada do que correr o risco de ter que realizar operações de busca e salvamento, que são mais dispendiosas.

A elasticidade da demanda relacionada ao desenvolvimento de infraestrutura pode variar de um sítio para outro. Muitos Sítios do Patrimônio Mundial, por serem singulares, podem atrair um número significativo de pessoas, mesmo que o desenvolvimento de infraestrutura seja limitado. Por exemplo, o Monte Everest provavelmente continuará a atrair um número substancial de expedições com ou sem infraestrutura ou instalações. O sítio arqueológico Inca em Machu Picchu continuaria a atrair um grande número de turistas sem a instalação de um teleférico.

Esse tipo de políticas exige que os gestores mantenham um registro da demanda dos visitantes para rastrear mudanças com diferentes níveis de infraestrutura. Ainda mais importantes são as entrevistas *in loco* com turistas e operadores turísticos para ajudar a equipe a determinar os efeitos das políticas de infraestrutura. Ao manter o diálogo contínuo com as partes interessadas – como operadores turísticos – que sejam membros do conselho consultivo de turismo do sítio e que possuam conhecimento íntimo das preferências e movimentos dos visitantes, os gestores de sítio podem obter conselhos práticos sobre os efeitos dessas políticas.

### **7.3 Ponderar entre a dispersão ou a concentração de visitantes**

**7.3.1 Concentrar as pessoas pode limitar os impactos sociais e ambientais.** A estratégia oferece um alto nível de controle e proteção para recursos sensíveis. Ao limitar o uso a algumas áreas selecionadas dentro de um sítio, em particular áreas que são resistentes aos impactos ou menos sensíveis a eles, a política limita os distúrbios a uma área menor. Assim, em sítios com recursos sensíveis, uma estratégia de concentração pode ser usada para direcionar os visitantes para áreas onde os recursos são mais resilientes e resistentes. Por exemplo, alguns recifes

de corais são mais resistentes aos impactos do que outros, de modo que os visitantes podem ser concentrados em áreas mais resistentes. Em Stonehenge, exceto para certos grupos religiosos que têm liberdade para entrar em determinados momentos, os visitantes não estão autorizados a cruzar o perímetro exterior do sítio.

Além de limitar os impactos a certas áreas, concentrar o uso pode abrir novas oportunidades. Por exemplo, a política pode oferecer uma rara oportunidade de vivenciar uma área em relativo isolamento, talvez em um sítio arqueológico. A chance de fazer parte de um pequeno grupo visitando um sítio isolado e altamente protegido pode ser única, e pela qual as pessoas podem também estar dispostas a pagar mais.

Uma política de concentração pode ajudar a evitar possíveis impactos em áreas naturalmente frágeis que resultam da tendência de empresas de turismo – como cadeias hoteleiras e parques temáticos – de crescer e expandir. Em sítios que já foram fortemente impactados, pode não haver nenhuma outra alternativa, a não ser incentivar ou forçar os visitantes a se adequarem aos padrões de uso existentes. Uma vez que as pessoas tendem a usar as mesmas áreas e as mesmas rotas, a implementação desta medida geralmente não é difícil e pode ser realizada por meio de regulamentação ou por meio de métodos indiretos, como persuadir os visitantes a usar uma determinada área ou fornecer infraestrutura em áreas específicas.

Concentrar os turistas pode produzir um resultado social positivo, permitindo que as comunidades locais escapem das pressões associadas ao turismo. Por exemplo, em acampamentos comunitários rurais desenvolvidos para turistas no Senegal, as acomodações turísticas estão situadas bem longe do centro da aldeia. No Parque Nacional de Ujung Kulon, em Java Ocidental, Indonésia, as atividades do turismo são restritas a uma zona controlada por uma empresa privada que fornece hospedagem e serviços.

Uma possível desvantagem de concentrar o uso é que isso muda o clima social de um ambiente para os visitantes. Em muitos sítios, quando os turistas estão agrupados, por exemplo, em um enclave de pequenos hotéis, eles perdem a sensação de isolamento. Isso pode ser contrário à experiência do visitante que foi originalmente planejada e/ou o que originalmente atraiu as pessoas para o sítio.

**7.3.2 Dispersar visitantes raramente é simples e pode não mitigar os impactos.** Limitar os impactos ambientais em áreas naturais, dispersando o uso para diferentes áreas, pode ser eficaz em locais onde os níveis de uso são baixos e os visitantes estão conscientes a respeito do seu comportamento. Uma política de dispersão deve ser apoiada por programas concebidos para controlar onde as pessoas vão e como participam em atividades recreativas, porém isso pode não ser viável em sítios naturais com recursos limitados para educar ou controlar os visitantes.

Além disso, é necessário um monitoramento cuidadoso de um programa de dispersão devido ao elevado potencial de propagação de problemas.

Dispersar os visitantes estendendo a temporada turística é uma opção que pode ter consequências ecológicas. Por exemplo, o uso de cotas e licenças para visitantes pode reduzir o congestionamento, mas pode concentrar o uso em uma temporada durante a qual a flora e a fauna são mais frágeis. Animais selvagens são especialmente vulneráveis durante os meses de reprodução e quando se alimentam para o período de inverno. Durante períodos de maior precipitação e derretimento da neve, o solo pode ser mais suscetível à compactação e fratura. As plantas são mais vulneráveis durante as épocas de crescimento.

Em sítios culturais, como monumentos com infraestrutura de proteção bem desenvolvida, onde há pouco risco de impactos ambientais, dispersar visitantes é uma maneira eficaz de aliviar os congestionamentos. A dispersão dos visitantes para diferentes áreas de um sítio pode ser realizada por meio de regulamentos ou por meio de informações e persuasão. Isso também pode ser realizado por meio da colocação estratégica de infraestrutura. Se os níveis de recursos humanos permitirem, medidas diretas como a emissão de licenças também podem ser eficazes. Um sistema de licenciamento aumenta a distância entre os grupos e apoia o objetivo de gestão direcionado a facilitar uma experiência em que os encontros humanos são pouco frequentes.

**7.3.3 A decisão de concentrar ou dispersar o turismo deve refletir as metas das políticas e os objetivos de gestão.** Uma meta frequente é garantir que os benefícios do turismo fluam para as comunidades em torno de um sítio, e isso pode pressionar a abertura de novas áreas de um sítio para visitação. O turismo tem a tendência de se espalhar e pode causar, por sua vez, a propagação de impactos sociais e ecológicos, todavia, se o desenvolvimento econômico local for uma meta fundamental, e há potencial de geração de receitas suficiente para substituir as atividades econômicas atuais em uma determinada área, então expandir o turismo para a área pode ser apropriado.

No entanto, se a principal meta das políticas é a proteção de uma espécie em extinção e a promoção de visitas por biólogos, a expansão do turismo dentro de um parque pode limitar as oportunidades de pesquisa por causa do aumento do impacto do turismo em áreas sensíveis.

## 7.4 Mudar o ambiente físico para resistir aos impactos

**7.4.1 Aumentar a resistência de um sítio aos impactos dos visitantes instalando ou modificando a infraestrutura é geralmente referido como “fortalecimento” do sítio.** A adição de infraestrutura, ou “fortalecimento” de um sítio, reforça sua durabilidade física. Isso pode envolver pavimentar rotas de acesso e trilhas,

ou construir abrigos para montanhistas, ou barreiras para impedir que as pessoas toquem em mosaicos inestimáveis, como no Taj Mahal. Um exemplo de fortalecimento extensivo de um sítio cultural está no Grande Templo de Abu Simbel, no Egito, onde o volume diário de 2 mil turistas estava causando engarrafamentos. Dentro do templo, a respiração aumentava a umidade e o teor de dióxido de carbono no ar, causando a formação de depósitos de sal nas paredes. Para abordar os problemas do trânsito, a gestão implementou um sistema rodoviário de sentido único, bem como um sistema de ventilação foi instalado para reduzir a umidade e a temperatura na câmara funerária. Outra maneira de evitar impactos é simplesmente mover a infraestrutura para longe das áreas sensíveis.

**7.4.2 O fortalecimento tem custos e benefícios porque muda a natureza da experiência dos visitantes.** O fortalecimento pode levar a uma mudança no perfil do visitante. A trilha de Milford, na Nova Zelândia, e a trilha de Overland, na Tasmânia, duas rotas populares para mochileiros, registraram aumento da visitação durante a década de 1980. A gestão respondeu aos impactos resultantes racionando o uso das trilhas e fortalecendo suas superfícies. Consequentemente, alguns visitantes consideraram-nas muito fáceis e pararam de usá-las.

Tornar as experiências mais fáceis por meio do fortalecimento de um sítio também pode aumentar o nível de congestionamento. Na Tasmânia, um calçadão foi construído para restringir o acesso a partes do Rio Gordon. Por motivos comerciais, os tamanhos dos grupos de turismo não foram reduzidos, formados às vezes por mais de 50 pessoas. Em grande número nos passeios, os visitantes tiveram dificuldade de fotografar uma das principais atrações do sítio, um famoso pinheiro-de-huon de 2 mil anos de idade.

Um outro efeito do fortalecimento de sítios é que os materiais adicionados podem não combinar bem com o ambiente do entorno, comprometendo os valores originais do sítio. Uma solução é usar materiais naturais em vez de materiais artificiais intrusivos, como plantas de crescimento rápido, que podem ser usadas para obstruir uma trilha que conduz a uma área frágil ou restrita, ou uma entrada que pode ser bloqueada por rochas e detritos naturais.

## 7.5 Mudar o comportamento do visitante

**7.5.1 Programas de interpretação e educação podem mitigar impactos ambientais e sociais.** Programas educativos instruem as pessoas sobre a melhor forma de se comportarem em um sítio. Os programas de interpretação informam e explicam os recursos e o significado do sítio para o visitante.

Os visitantes podem aprender técnicas de baixo impacto em sítios culturais e naturais. Nos Estados Unidos, a campanha *Save the Manatee* envolveu a distribuição de diretrizes para os turistas e resultou em um declínio

na mortalidade e ferimentos em peixes-boi. No sítio de Luxor, no Egito, as autoridades relataram que, ao explicar os problemas de gestão para os visitantes, foram capazes de distribuir os movimentos dos visitantes de forma mais uniforme. Programas de interpretação e educação, embora possam levar algum tempo para surtir efeito, são preferíveis ao desenvolvimento de infraestrutura, porque são menos propensos a mudar a experiência do visitante e deslocar para outros lugares os grupos-alvo originais.

Determinados impactos podem ser quase eliminados por meio do ensino de técnicas de mínimo impacto aos visitantes. Na Tasmânia, na trilha de Overland, no Parque Nacional Cradle Mountain-Lake St. Clair, os montanhistas contraíram gastroenterite porque estavam enterrando seus resíduos muito perto de cabanas de campismo, contaminando o suprimento de água e alimentos. Em um determinado momento, cerca de metade dos usuários estavam relatando ter adoecido. Para corrigir a situação, a equipe de gestão do parque enviou materiais para clubes de montanhismo, grupos ambientalistas e lojas de campismo detalhando o problema e a solução, que foi orientar os visitantes a enterrar seus resíduos a uma distância de, pelo menos, 100 metros das cabanas, acampamentos e riachos. No verão seguinte, apenas 8% a 10% dos usuários relataram contrair gastroenterite. Resultados semelhantes foram alcançados com campanhas educativas promovendo a observação de baixo impacto de animais selvagens e outras práticas ecológicas, como usar fogões em vez de fogueiras, embalar o lixo e não alimentar os animais. A maioria dos especialistas em proteção de monumentos defendem igualmente a conscientização dos visitantes como parte da estratégia para combater problemas como o vandalismo.

**7.5.2 As campanhas de interpretação e educação não precisam ser excessivamente dispendiosas.** As metas devem ser avaliadas criticamente para determinar se poderiam ser cumpridas de forma eficaz usando menos recursos. Em vez de alocar enormes somas para grandes projetos de infraestrutura, como centros de visitantes sofisticados, abordagens mais econômicas podem ser mais eficazes, por exemplo, um programa envolvendo contato pessoal entre os visitantes e a equipe de gestão. Em algumas situações, uma equipe poderia viajar para os sítios com o objetivo de atualizar e melhorar as instalações e materiais de interpretação e para treinar gestores locais e guardas florestais. Campanhas de educação e interpretação podem ser realizadas com gastos mínimos, como, por exemplo, em uma curta caminhada pela natureza, pequenas placas com os nomes comuns e científicos da flora podem ser suficientes, enquanto placas maiores podem conter temas mais abrangentes.

**7.5.3 Mudar o comportamento dos visitantes não é um processo simples.** As campanhas de interpretação e educação decorrem de um desejo de mudar o comportamento dos visitantes, um princípio simples em teoria, mas complexo na prática. Determinou-se que muitos fatores influenciam o comportamento dos visitantes, incluindo os seguintes:

Os visitantes desejam saber as razões quando são solicitados a fazer alguma coisa. Declarar simplesmente que uma área é de baixo uso não oferece informações suficientes.

O programa de interpretação deve corresponder à realidade atual, ou resultará em confusão. Por exemplo, fotografias e descrições em publicações promocionais podem não corresponder à experiência do visitante. Uma situação desse tipo ocorreu quando a Comissão Florestal da Tasmânia, em seus materiais educacionais e promocionais, enfatizou as atrações recreativas de suas florestas. Comentários dos visitantes revelaram que esperavam ser capazes de ver o corte de árvores das trilhas e áreas de piquenique. Uma solução foi incluir imagens das atividades da produção florestal na literatura promocional.

O comportamento da equipe, incluindo o pessoal de manutenção, deve refletir os valores mostrados nos materiais educativos e de interpretação.

A experiência de um visitante e o conhecimento prévio podem influenciar a eficácia dos materiais educativos. Pesquisas indicaram que os materiais educacionais são mais eficazes para os visitantes com pouca experiência ou informações sobre o sítio. Deve-se tomar um cuidado especial com o conteúdo e a entrega de materiais de interpretação para visitantes recorrentes. Especialistas recomendam que, se não for viável ter duas versões dos materiais, pode ser melhor ignorar o público mais experiente.

Os visitantes devem acreditar que um determinado problema é real e sério, que uma determinada ação é necessária, e que eles podem fazer a diferença. Os materiais devem apresentar um problema juntamente com informações sobre como abordá-lo, ligando a experiência dos visitantes com as ações futuras, e podem incluir informações sobre clubes ambientalistas, outros lugares para visitar e aprender sobre um assunto, ou outras informações adicionais.

Uma pessoa tem que acreditar que ela será capaz de contribuir para uma solução, como plantar uma muda em um projeto de reflorestamento ou ajudar em uma escavação arqueológica. Recompensas individuais podem ser financeiras e ao mesmo tempo "psicológicas", como gratificações decorrentes de motivações altruístas, que são, muitas vezes, mais significativas.

#### **7.5.4 Vários outros fatores figuram na apresentação efetiva de programas de interpretação e educação.**

Metas e objetivos claros são necessários para determinar o que deve ser interpretado, para quem e como, e quem desenvolverá as estratégias de interpretação. A etapa crucial da identificação das mensagens fundamentais e dos públicos-alvo é talvez o elo mais fraco no processo de desenvolvimento de conceitos e temas de interpretação.

Os materiais devem centrar-se no tipo de visitante cujo comportamento necessita de mais mudança. A mensagem

deve descrever claramente os problemas críticos e os comportamentos recomendados.

As campanhas educativas mais eficazes usam uma combinação de métodos adaptados para mensagens e grupos de usuários específicos. Elas são baseadas em perfis de visitante específicos que catalogam idade, histórico, interesses, origem (estrangeira ou local), grau de habilidade nas atividades que o sítio oferece, necessidades especiais, e forma de acesso ao sítio (estrada ou via navegável, pública ou privada). Os perfis também levam em conta se os visitantes estão sozinhos, se são casais ou famílias, ou se fazem parte de um grupo organizado.

Os critérios de interpretação podem mudar com as transições sociais, como mudanças na etnia ou nos níveis de escolaridade local. Tais transições podem exigir novas mensagens, talvez em diferentes idiomas. Uma exposição deve satisfazer as expectativas de turistas ocasionais, bem como de moradores locais e de visitantes recorrentes. Placas "estratificadas" oferecem informações detalhadas em letras menores com a intenção de atrair o interesse de visitantes recorrentes.

Estudos demonstram a necessidade de uma análise cuidadosa dos interesses dos visitantes. Muitas pessoas visitam Sítios do Patrimônio Mundial devido a um interesse geral pelo patrimônio. A maioria dos visitantes de sítios do Patrimônio Mundial tem poucos conhecimentos ou interesses especializados, ou seja, os detalhes de um castelo ou de outros sítios históricos são de importância secundária.

Os programas interpretativos devem ser avaliados em termos do cumprimento das metas e objetivos de gestão. Em caso negativo, são um investimento inadequado de recursos escassos, às custas de outros programas e da reputação da equipe de gestão. Os especialistas advertem contra uma tendência de produzir novos programas em vez de reexaminar os já existentes, sem argumentar a favor de um ou de outro.

A forma mais fácil e comum de avaliar a eficácia de um programa de interpretação, como uma exposição, é avaliar a sua capacidade de atrair e manter a atenção dos visitantes. Neste caso, uma exposição é avaliada em termos de quantas pessoas param e quanto tempo passam observando e/ou lendo o material da exposição. A intuição da equipe em relação às mudanças de atitude geralmente é confiável e pode contribuir para estudos de avaliação.

O público-alvo pode ser alcançado de várias maneiras, dependendo do tipo de materiais utilizados. Em geral, os visitantes que dependem de transporte público ou de um serviço prestado pela gestão do sítio para acesso a uma área é um público cativo. A equipe do sítio pode informar os visitantes sobre os regulamentos do parque e oferecer conselhos de segurança e orientações.

Para incentivar visitas recorrentes, as exposições devem ser alteradas regularmente, ou exposições especiais devem

ser realizadas ocasionalmente. O Museu Real da Colúmbia Britânica, em Vancouver, teve um declínio na visitação anual, visto que as exposições permaneceram inalteradas por falta de recursos financeiros, o que levou à queda nas receitas, aumentando o problema.

Guias turísticos podem contribuir com informações educativas significativas para os visitantes. Em grandes florestas tropicais, por exemplo, os turistas que não estão acompanhados de excelentes guias podem passar longos períodos sem ver nenhum animal selvagem. Entre 80% e 95% dos viajantes a chalés em uma floresta tropical no Peru relataram estar insatisfeitos com a observação de animais selvagens.

Envolver os guias nas etapas de planejamento durante o desenvolvimento de programas de educação e interpretação ajuda a garantir a consistência das informações para os visitantes. Os guias e a equipe do sítio devem manter estreito contato para que não haja competição entre os guias e os objetivos do sítio e para que suas informações sejam corretas e consistentes.

**7.5.5 Métodos de apresentação diferem em sua capacidade de atrair visitantes e mudar os comportamentos.** Os seguintes materiais foram considerados eficazes:

O Departamento de Parques da Tasmânia descobriu que os materiais de apresentação mais eficazes eram divertidos, fáceis e rápidos de ler. Os vídeos foram mais populares e mais eficazes. Visto que os vídeos trazem as informações à vida e mostram como as técnicas funcionam na prática, estes são populares para o uso em escolas e com grupos inexperientes.

Cartazes com tiras de quadrinhos, materiais audiovisuais e apresentações multimídia também demonstraram ser eficazes.

Uma vez que os materiais despertem a atenção dos visitantes, o método mais eficaz para mudar comportamentos é adicionar o contato pessoal. Por exemplo, os visitantes são mais prontamente convencidos de não usar fogueiras quando os guardas florestais os informam pessoalmente sobre os regulamentos, fortalecendo uma campanha educacional sólida. Simplesmente posicionar placas dizendo “somente fogões a gás” é muito menos eficaz.

Na ausência de guardas florestais, guias podem ser treinados para apresentar as informações de interpretação. Os *workshops* para guias turísticos comerciais podem abordar técnicas de baixo impacto e outros problemas de gestão. Os guias locais em Nan Madol, uma ilha do Pacífico Sul com um importante sítio arqueológico, são fundamentais na educação de turistas e no controle de pichações e outras formas de vandalismo.

Programas interpretativos interativos prometem bons resultados. As exposições participativas são mais

populares do que exposições estáticas, e são altamente eficazes para mudar o comportamento dos visitantes. A participação ativa parece fomentar uma atitude positiva, especialmente quando combinada com uma experiência gratificante. Técnicas interativas que dão oportunidade para comentários incluem equipes ambulantes ou em pontos fixos para oferecer informações, a realização de conferências ou debates, o oferecimento de eventos de entretenimento, como espetáculos de fantoches, peças de teatro ou musicais, ou a organização de atividades, como fazer e medir objetos, jogos e reencenações de acontecimentos históricos. Publicações, placas, atividades auto-orientadas, centros de visitantes, dispositivos audiovisuais, exposições internas e externas, como caminhadas, passeios de carro e trilhas de mergulho em parques marinhos, são menos interativos, mas exigem menos tempo da equipe.

*Workshops* práticos podem ser combinados com viagens de campo e passeios de observação. Um professor cientista de Porto Rico recomendou que os ecossistemas costeiros são melhor compreendidos por meio de viagens de campo durante as quais os participantes podem questionar e interagir com o especialista. O Museu Tropen, em Amsterdã, oferece um programa em que as pessoas podem buscar aconselhamento de viajantes experientes sobre eventos atuais em um determinado país e o que fazer ou não fazer.

Exibições autênticas baseadas em atividades econômicas usando artefatos e materiais reais são cada vez mais populares. No Centro Nacional de Pesca em Grimsby, Inglaterra, por exemplo, ex-tripulantes de traineiras recontam as suas experiências ao público e incentivam a participação, instruindo os visitantes em como fazer nós em linhas de pesca. Os centros do patrimônio oferecem cada vez mais experiências autênticas por meio de interpretações imaginativas da história local. Desde a década de 1980, antigos museus tradicionais, graças às novas tecnologias, passaram a oferecer lazer, além da educação, obscurecendo a distinção entre um parque temático e a experiência de um museu.

A história oral é um ativo de pesquisa particularmente útil e uma importante fonte de material interpretativo. O processo atrai a participação das populações locais e faz com que estas se sintam representadas, o que pode ser especialmente importante se a interpretação local estiver em desacordo com os materiais do sítio. A inclusão das vozes das populações locais nos programas interpretativos lhes confere um papel central, incentivando o apoio popular.

## 7.6 Incentivos para a prática de certas atividades

**7.6.1 Os visitantes podem ser redirecionados por meio de agendamentos.** Por exemplo, um sítio pode ser aberto mais cedo para observadores de aves ou fechado mais cedo para limitar outros tipos de visitantes. A Reserva da Floresta Nublada de Monteverde, na Costa Rica, abre

cedo para que os observadores de aves possam desfrutar de sua atividade em relativa tranquilidade. Ampliar o horário de funcionamento de um sítio pode depender de recursos suficientes para pagar hora-extra da equipe, e a despesa adicional poderia ser compensada com tarifas de visitação mais elevadas ou maior publicidade.

**7.6.2 Disponibilizar ou não infraestrutura para determinadas atividades pode influenciar o tipo de atividade praticada.** A construção e localização estratégica da infraestrutura podem incentivar o uso de determinadas áreas em vez de outras. Placas podem promover um sítio em vez de outro, e removê-las pode desestimular o seu uso. Em áreas onde pode haver conflito entre diferentes grupos de usuários, ou onde separar os grupos poderia melhorar a experiência do visitante, o desenvolvimento de infraestrutura de baixo custo poderia incentivar a separação. Por exemplo, placas podem direcionar campistas para longe das áreas usadas pelos visitantes diários.

### 7.7 Mudar tipos de atividade por meio de regulamentos

**7.7.1 Os regulamentos que limitam as atividades e/ou a forma como são praticadas podem afetar radicalmente os impactos ecológicos e sociais. Algumas atividades de lazer produzem mais impactos do que outras.** Os tipos de atividades dos visitantes podem ser limitados. Por exemplo, a proibição de veículos e motocicletas para todo o terreno reduz a erosão do solo, assim como o uso de cavalos. Para limitar o tráfego e problemas de poluição, as ilhas Bermudas adotaram uma política de não reconhecer as carteiras de habilitação de motoristas estrangeiros, tornando impossível o aluguel de automóveis. Da mesma forma, carros de não residentes foram proibidos nas ilhas italianas de Capri, Ischia e Procida.

Para minimizar os impactos negativos devido aos encontros entre turistas e baleias em Glacier Bay, Alasca, as autoridades fixaram limites para o número de navios de cruzeiro que entram na baía e determinou que uma distância mínima de 400 metros seja mantida entre navios e baleias. Também foram estabelecidos regulamentos de observação de baleias para os guias locais na baía de Vizcaíno em Baixa Califórnia.

Novamente, tais medidas regulamentares exigem recursos suficientes para sua implementação. Medidas indiretas complementares podem dar apoio a medidas diretas. Por exemplo, em alguns parques de vida selvagem na África, os motoristas muitas vezes não cumprem os regulamentos para manter distâncias aceitáveis dos animais selvagens. Para resolver este problema, podem ser escavadas valetas ao longo das estradas para impedir a saída de veículos.

### 7.8 Mudar o ambiente social do sítio, reduzindo os conflitos entre visitantes

#### 7.8.1 Separar atividades opostas reduz o conflito.

A alocação de atividades específicas para determinadas áreas ajuda a reduzir o conflito entre diferentes tipos de visitantes. Por exemplo, grupos como mergulhadores e pescadores esportivos entrariam em conflito se tentassem usar as mesmas áreas. O conceito de separar grupos de usuários está relacionado ao Espectro de Oportunidades Recreativas. Uma questão fundamental ao usar essa técnica é garantir que as diferentes áreas para as diferentes atividades permaneçam em boas condições ambientais a longo prazo. Visitantes e operadores turísticos podem ser informados de que, se uma área alocada a eles for danificada, não será oferecida uma área alternativa.

#### 7.8.2 O desenvolvimento de programas de interpretação e educação em estreita cooperação com a comunidade pode ajudar a evitar a alienação das populações locais que, de outra forma, sentiriam que a sua identidade cultural está sendo mal representada.

O sentido de lugar e a forte espiritualidade e identidade que as populações tradicionais sentem por sua terra não são facilmente transmitidos aos visitantes. Para a comunidade local, a memória, o apego e o simbolismo são muitas vezes de importância primordial. Em contrapartida, os valores locais podem parecer estar sendo desconsiderados pelos visitantes, que são atraídos pelo desconhecido, o exótico e o pitoresco. Os programas de interpretação e educação, quando desenvolvidos em estreita cooperação com a comunidade, podem ajudar a evitar uma degradação dos valores locais tradicionais.

### 7.9 Distribuir benefícios para as comunidades afetadas pelo sítio

#### 7.9.1 Moradores locais são mais propensos a participar na conservação quando ela está associada a uma melhoria na sua qualidade de vida.

Os gestores no Parque Nacional de Ujung Kulon, em Java Ocidental, Indonésia, relatam que as atividades locais de geração de renda a partir do turismo, da gestão de recursos e da proteção incentivam o apoio local aos esforços de proteção e conservação do parque. Por si sós, os programas de conservação e educação ambientais não alcançarão os resultados desejados. Em Gâmbia, na África Ocidental, a aceitação do novo Parque Nacional de Kiang West pela comunidade local foi baseada inteiramente na expectativa de que receberiam uma parcela dos benefícios econômicos do turismo.

No entanto, aumentar os benefícios locais, por exemplo, oferecendo treinamento para guias locais, não atrai necessariamente as pessoas para as atividades de conservação e proteção. A experiência demonstrou que a conservação e o desenvolvimento econômico devem estar conectados. Assim, devem ser recrutados guias que tenham um interesse constante pela conservação ou pela participação da comunidade. As avaliações do treinamento



de guias locais na Costa Rica indicaram a necessidade de um processo de seleção abrangente, em busca tanto de talentos como de consciência ambiental e comunitária.

**7.9.2 A experiência demonstrou que os projetos de turismo comunitário são sustentáveis quando as pessoas investem seu trabalho e suas economias neles.** Os projetos têm sucesso quando as pessoas investem neles. Quando podem ver os benefícios do projeto, as pessoas contribuem voluntariamente com seu trabalho ou com recursos financeiros. No projeto da Área de Conservação do Annapurna, no Nepal, as pessoas devem contribuir com recursos financeiros ou trabalho para os projetos de desenvolvimento comunitário. Os proprietários de chalés que atualizam suas instalações recebem assistência técnica e treinamento, incluindo auxílio no desenvolvimento de suas normas.

**7.9.3 Os programas comunitários de turismo podem ser mais eficazes se forem inseridos gradualmente e em conjunto com outros programas de desenvolvimento econômico.** Recomenda-se uma execução gradual, tendo em vista os potenciais impactos socioeconômicos negativos. As comunidades podem precisar de tempo para se adaptar às realidades da indústria, para gerenciar os problemas decorrentes do fluxo de visitantes, e para planejar formas eficientes de captar e reter os benefícios econômicos do turismo.

As expectativas de uma comunidade em relação aos benefícios econômicos são muitas vezes frustradas devido a condições locais inadequadas. Por exemplo, turistas estrangeiros podem exigir padrões de hospedagem e alimentação além do que a comunidade local pode oferecer imediatamente. Assim, os moradores locais começarão a ver os benefícios econômicos diretos somente após determinados problemas básicos serem resolvidos. A implementação gradual pode exacerbar o problema, visto que as pessoas podem ficar impacientes na espera pelos benefícios econômicos.

Esses problemas podem ser atenuados quando outros programas geradores de renda são realizados concomitantemente e a comunidade não é orientada unicamente para o turismo. Por exemplo, muitos projetos em áreas protegidas incluem a agricultura e outros programas de desenvolvimento de recursos que podem produzir benefícios econômicos, como culturas agrícolas e madeira para lenha. Tais opções podem diminuir a necessidade de um desenvolvimento turístico mais acelerado.

**7.9.4 O potencial do turismo de beneficiar a comunidade depende dos recursos e das competências existentes que podem ser usados para gerar renda.** Os programas comunitários de turismo devem começar com uma avaliação dos recursos e das competências locais com as atividades correspondentes. Por exemplo, em muitos casos, o apoio local para o transporte é necessário para as atividades de turismo,

ou existe necessidade de conhecimento local por causa de terreno com relevo acidentado, como no Parque Nacional do Corcovado, na Costa Rica, onde o transporte por terra até o parque é difícil, e os voos são mais caros. Outras atividades que podem precisar de habilidades de transporte e guias locais incluem montanhismo, pesca esportiva, mergulhos e passeios a cavalo. Atividades mais especializadas, como observação de aves e *rafting*, geralmente exigem mais formação e treinamento. As oportunidades para essas atividades geralmente dependem da existência de programas de treinamento governamentais ou de ONGs, e operadores turísticos que estão interessados na participação das populações locais.

#### ***Direcionar benefícios para as populações locais mediante oportunidades de emprego***

*Quando o santuário de aves de Keoladeo, na Índia, se tornou um parque nacional, novos regulamentos proibiam a coleta de madeira e o pastoreio, afetando gravemente as populações locais que dependiam dos recursos naturais do parque para sua subsistência. Para compensar alguns desses impactos, o turismo está sendo incentivado como uma fonte alternativa de renda. Keoladeo, localizado dentro da rota turística do "Triângulo Dourado" que une Nova Délhi, Agra e Jaipur, é um dos sítios naturais mais populares da Ásia, com 125 mil visitantes por ano, 70% indianos.*

*Com sua grande população de aves migratórias e residentes, incluindo o grou-siberiano, Keoladeo está na lista de atrações de muitos operadores turísticos especializados. Para aproveitar as oportunidades do turismo, o diretor adjunto do parque elaborou uma estratégia criativa para gerar benefícios locais. O transporte e a interpretação são fornecidos por 108 motoristas de riquixá e 98 guias naturalistas. Barcos sem motor também são conduzidos e mantidos por uma equipe permanente recrutada de áreas adjacentes, proporcionando outra opção de emprego local. Além disso, 60% da equipe do parque foi recrutada em aldeias adjacentes à área protegida. O parque anuncia vagas para motoristas de riquixá no jornal local, e os motoristas recebem três meses de treinamento sobre a história natural e cultural do parque, bem como das comunidades locais e das áreas turísticas. Os riquixás autorizados portam uma placa amarela de metal e estão autorizados a trabalhar tanto dentro como fora da área do parque. Um sistema de rodízio é usado para evitar discussões entre os motoristas que levam os turistas ao parque.*

*Os guias locais também são treinados em história natural, habilidades interpretativas, gestão de visitantes e outros idiomas. As licenças para guias são renovadas a cada mês de julho após a conclusão bem-sucedida de um curso de atualização. Nos últimos anos, houve uma transição para o recrutamento de grupos desempregados de baixa renda, particularmente jovens de áreas rurais. Cerca de um terço dos guias vem das*

comunidades vizinhas. Inicialmente, era obrigatório que os guias fossem formados por uma escola de língua inglesa. No entanto, guias falantes do idioma Hindi agora são aceitos, visto que 70% dos visitantes são turistas nacionais.

### **Problemas financeiros sazonais**

Embora as receitas diárias para motoristas de riquixá sejam substanciais durante a alta temporada em Keoladeo, quando a visitação cai de acordo com os padrões migratórios das aves, apenas alguns dos motoristas podem continuar a trabalhar. Embora muitos tenham trabalho na área durante a baixa temporada, alguns são contratados para remover jacintos-de-água (uma erva daninha) das áreas pantanosas do parque.

### **Uma taxa ecológica**

Os operadores turísticos e turistas podem fazer contribuições diretas para o parque Keoladeo e seus sistemas de desenvolvimento. Setenta e cinco por cento das tarifas e doações vão para um fundo de projeto especial administrado pela Associação de Desenvolvimento do Parque Nacional de Keoladeo reunindo autoridades do parque, o governo distrital e representantes das comunidades das aldeias, ONGs locais e representantes dos departamentos de agricultura, pecuária, educação, irrigação, turismo, e recursos hídricos. O sucesso do sistema depende da transparência, com os diferentes agentes tendo seus papéis bem definidos.

**7.9.5 Os custos trabalhistas devem ser realisticamente avaliados na análise do potencial comunitário.** Se pouco ou nenhum capital for necessário para desenvolver uma pousada, por exemplo, onde os quartos anteriormente ocupados por crianças são convertidos em quartos para os hóspedes, o projeto pode ser atraente. Além disso, se o tempo investido em atividades de turismo não puder ser aproveitado em outras atividades, como, por exemplo, se poucas oportunidades de trabalho existirem além do turismo, então um projeto de turismo comunitário pode valer a pena, mesmo que a remuneração seja baixa.

**7.9.6 A experiência demonstrou que o turismo muitas vezes não consegue gerar benefícios econômicos locais quando os guias locais são subutilizados.** Empresas de turismo e hotéis tendem a não usar guias locais. Em alguns países e em áreas protegidas específicas, eles são obrigados a usar guias locais subqualificados, que muitas vezes são vistos como um fardo financeiro.

Esse problema pode ser atenuado por meio do treinamento intensivo de guias locais em habilidades de linguagem e interpretação. Guias com melhores qualificações são mais prontamente aceitos por empresas de turismo. À medida que operadores turísticos e governos percebem

que a proteção do sítio e a saúde do comércio turístico dependem do apoio local, estes começam a ver que é do seu interesse apoiar a contratação e o treinamento de pessoas locais.

**7.9.7 Elevar as receitas do sítio para produzir benefícios locais.** Os custos e benefícios da infraestrutura e das soluções de alta tecnologia devem ser reexaminados à luz da meta de produzir benefícios locais. Os planejadores das ruínas maias de Copan, em Honduras, perceberam que os hotéis de luxo tendem a se afastar dos centros populacionais, limitando as oportunidades para as comunidades locais. Observando que a maioria dos visitantes nacionais tem recursos financeiros modestos e preferem acomodações locais, eles recomendaram a modernização da infraestrutura e dos serviços relacionados já existentes. Eles também consideraram que instalações turísticas concentradas e modestas, mas de boa qualidade, poderiam proporcionar muito mais benefícios às comunidades locais do que hotéis, restaurantes e serviços de guias de alta classe e alto custo. Esses serviços costumam usar mão de obra externa, são controlados por capital externo e estão intencionalmente localizados fora das comunidades locais.

Soluções de alta tecnologia para problemas de gestão não devem ser adotadas sem uma séria análise de seus custos, benefícios e aplicabilidade no local. Em alguns países onde o desemprego já é elevado, estas medidas podem causar ainda mais desemprego. Pode ser aconselhável e igualmente eficaz, por exemplo, usar a mão de obra local para construir e manter telhados de palha de palmeira para proteger artefatos de pedra contra a deterioração, em vez de usar compostos químicos. Da mesma forma, cortadores de grama motorizados são obviamente mais eficientes do que o trabalho manual para cortar a grama, mas precisam de peças sobressalentes que podem ter que ser importadas.

As tarifas de visitação podem gerar benefícios tanto para as áreas protegidas como para as comunidades locais. A maioria dos estudos sobre gestão de áreas protegidas recomendam políticas governamentais que autorizem a cobrança de tarifas para compensar os custos. As tarifas podem ser cobradas para a entrada em parques ou monumentos, e para diferentes atividades, como mergulho e montanhismo, bem como para serviços de hospedagem e salvamento.

O sistema de direitos de acesso é justo, porque as pessoas que usam o sítio pagam por ele. As tarifas para áreas públicas como parques ou museus são mantidas baixas para permitir o acesso a um segmento maior da população. Para captar mais divisas e aumentar as receitas, alguns sítios cobram uma tarifa maior para turistas estrangeiros do que para cidadãos do país (por exemplo, US\$5,25 para visitantes estrangeiros e US\$0,60 para os turistas nacionais nas ruínas maias de Copan, em Honduras). Em países onde um sistema de dois níveis é ilegal, podem ser solicitadas doações dos turistas estrangeiros

e das empresas de turismo. Deve ser observado que um problema crônico para muitos sítios que cobram tarifas é que as receitas são encaminhadas a uma tesouraria central e não são dedicadas às operações do sítio.

Especialistas relatam que a indústria do turismo pode resistir à cobrança dos visitantes, ainda que estes estejam dispostos a pagar mais pelas tarifas de entrada. Os visitantes tendem a aceitar aumentos nas tarifas se souberem que os recursos serão destinados à proteção e conservação do sítio. Eles desejam saber para onde vai seu dinheiro. Os dados de preferências dos visitantes podem ser coletados para apoiar um aumento nas tarifas que possa ser contestado por determinadas partes interessadas.

As taxas de concessão cobradas de indivíduos ou grupos licenciados para prestar serviços aos visitantes também podem gerar receitas, tanto para os sítios quanto para as comunidades locais. Licenciamentos comuns incluem alimentação, hospedagem, transporte, guias e serviços de varejo. As taxas de concessão e os royalties podem gerar uma renda significativa em sítios intensamente visitados, e visto que essas taxas geralmente são baixas em relação aos níveis globais de lucro, as empresas podem estar dispostas a pagar taxas mais elevadas.

Estadias mais longas podem aumentar as receitas e, ao mesmo tempo, manter o número de visitantes em um nível aceitável. A disponibilidade de uma variedade de serviços para visitantes pode aumentar o tempo médio de permanência em um sítio. Em Copan, a criação de um programa de interpretação, a instalação de novas trilhas e de um centro de visitantes, o desenvolvimento de serviços de guias particulares, e a oferta de programas audiovisuais noturnos na cidade vizinha ajudaram a aumentar a duração média da estadia dos visitantes. Em sítios culturais com excelentes recursos naturais, os programas de interpretação podem enfatizar as atrações naturais.

Os operadores turísticos podem estar dispostos a expandir seus itinerários para incluir outras atrações e serviços e, assim, elevar os benefícios locais. Uma base de operações, como um *resort*, pode ter atrações extras que os turistas podem visitar durante um dia. As atrações secundárias devem oferecer novas experiências aos visitantes.

A contratação de mão de obra local pode melhorar a gestão do sítio e gerar benefícios locais. Experiências na Austrália mostraram a importância de oferecer emprego e treinamento aos povos indígenas que trabalham como vigias, assessores para políticas e oficiais de ligação.

Permitir que as populações locais vendam produtos pode ajudar a economia da comunidade, mas pode ser problemático. Os turistas podem se sentir ameaçados por vendedores ambulantes agressivos, ou moradores que não possam pagar por privilégios de concessão e podem usar áreas não autorizadas em um sítio. No Parque Nacional do Grand Canyon, nos Estados Unidos, os nativos americanos anteriormente vendiam artesanatos perto da entrada e em

outros lugares estratégicos, o que levou à criação de um mercado nativo americano como uma alternativa.

## 7.10 Implicações e recomendações

- Na solução de problemas de gestão, o primeiro passo é analisar todos os indicadores e determinar por que as normas não estão sendo cumpridas. Acumular informações sobre grupos de usuários que causam problemas (por exemplo, usuários diários em oposição aos turistas que permanecem por períodos mais longos etc.) ajudará a concentrar esforços.

- Ao avaliar possíveis medidas, considerar os vários métodos diretos e indiretos disponíveis pode ser um processo valioso. Uma valiosa contribuição pode ser obtida por meio da análise de metas e objetivos do sítio durante os debates com a equipe e os membros do comitê consultivo, considerando os resultados da aplicação de diferentes estratégias e medidas. Deve-se iniciar com um estudo das estratégias indiretas, como campanhas de educação e interpretação, e, em seguida, progredir para medidas diretas, tais como a imposição das normas, multas, licenças, e assim por diante.

- As ações indiretas podem ser adequadas inicialmente para abordagem de problemas que não são imediatos, por exemplo, quando uma área potencialmente perigosa não precisa ser fechada ou a visitação não está aumentando muito rapidamente. Os efeitos das medidas podem ser avaliados antes da imposição de medidas mais restritivas. Um sítio com recursos humanos e financeiros limitados pode ser capaz de arcar somente com ações indiretas.

- As medidas devem ser combinadas para obtenção dos melhores resultados. Por exemplo, uma campanha informativa pode ser combinada com um plano do Espectro de Oportunidades Recreativas (ROS) que separa os usuários em grupos. Uma campanha educativa pode incentivar grupos de usuários distintos a praticar suas atividades em áreas separadas. Por exemplo, pode-se recomendar boas trilhas para ciclistas de montanha e pedir que evitem áreas usadas por observadores de aves.

- O cálculo dos custos das diferentes medidas com base nos recursos disponíveis (humanos, financeiros etc.) também proporcionará uma ideia de quais medidas serão efetivas.

- As medidas de gestão não devem ser tomadas sem uma análise e uma compreensão aprofundada da importância sociocultural e individual de um sítio para os membros da comunidade, por exemplo, ao construir infraestrutura em um sítio sagrado.

- Uma atmosfera positiva para a introdução de medidas de gestão pode ser criada envolvendo partes interessadas parceiras no planejamento. As parcerias com as partes interessadas promovem o diálogo com grupos que causaram um problema ou com grupos afetados por um problema. Pode-se mostrar a esses grupos as necessidades

do sítio e as razões por trás de determinadas políticas. O comitê consultivo de turismo é um mecanismo eficaz para envolver diversas partes interessadas parceiras em questões da gestão de visitantes. Além disso, os regulamentos futuros precisam do apoio público para serem implementados com sucesso.

- De modo geral, em sítios naturais com recursos limitados, devem ser incentivadas estratégias que concentrem os visitantes. As estratégias de dispersão devem ser evitadas, a menos que existam recursos suficientes para campanhas educativas e mecanismos de controle regulatório. Se houver necessidade de abrir uma área para um novo grupo de usuários, por exemplo, uma nova trilha para ciclistas de montanha, então pelo menos um diálogo amigável e não conflituoso deve ser iniciado com os novos visitantes.

- Em sítios culturais, a dispersão pode ser eficaz se houver uma equipe suficiente para garantir a proteção dos recursos.

- Integrar as partes interessadas nas medidas de gestão pode auxiliar o processo de implementação. Os proprietários de hotéis podem estar dispostos a ajudar a implementar determinados programas educativos, distribuindo informações sobre práticas de baixo impacto aos usuários, bem como grupos escolares podem contribuir com trabalhos manuais. A equipe pode entrar em contato com os meios de comunicação e lançar campanhas educativas com a assistência deste colaborador, disseminando notícias sobre as atividades e as políticas de gestão do sítio.

- As relações de parceria também podem contribuir para os esforços a favor do cumprimento das normas. Parceiros nas comunidades locais que sejam solidários com os programas de proteção e preservação são a melhor defesa contra as atividades ilegais, pois agentes como guardas florestais ou patrulhas de segurança em sítios arqueológicos podem ser caros. Em vez disso, pode-se contar com as populações locais aliadas ao sítio para que soem o alerta em caso de atividades ilegais. Educar os moradores locais a respeito dos esforços do sítio para controlar as atividades ilegais, embora certamente não seja uma panaceia, pode conquistar aliados e incentivar a cooperação em esforços para localizar os infratores.

- Identificar as habilidades locais ajudará a determinar quais atividades são viáveis. Deve-se observar que nem todos precisam se beneficiar diretamente e que as receitas de um projeto podem servir para apoiar as atividades de desenvolvimento comunitário. O vínculo entre um projeto turístico, seus benefícios e as atividades de conservação deve ser claro.

## Atividades sugeridas

1. Se as normas não estiverem sendo cumpridas, determine a razão.

- Examine a lista de indicadores e os fatores de causa e efeito relacionados.
- Se o impacto for causado por turistas, identifique os grupos envolvidos.
- Estabeleça um diálogo com o grupo e determine as medidas de gestão.
- Avalie os efeitos de vários métodos diretos e indiretos sobre um impacto, incluindo fatores sociais, culturais e econômicos locais; inicie com ações indiretas e avance progressivamente para estratégias diretas.
- Discuta com a equipe e os membros do comitê consultivo os resultados das diferentes medidas.
- Estime os custos de diferentes medidas, levando em consideração as necessidades de recursos humanos, e determine se é possível combinar várias medidas.

2. Informação às partes interessadas sobre as medidas tomadas.

- Utilize o comitê consultivo de turismo como plataforma para discussão das medidas propostas.
- Dialogue com aqueles que podem ser afetados para demonstrar as necessidades do sítio e explicar por que determinadas medidas são necessárias e como elas serão implementadas.
- Busque a criação de acordos de parceria e integre as partes interessadas na realização das medidas de gestão.

## Leituras sugeridas

Chase-Harrell, Pauline. *The use of interpretive techniques to increase visitor understanding and reduce pressure on fragile resources: the West Bank of the Nile at Luxor*. In: INTERNATIONAL PERSPECTIVES ON CULTURAL PARKS: FIRST WORLD CONFERENCE, 1984. Proceedings. Colorado: Mesa Verde National Park, 1984.

Cole, David N.; Petersen, Margaret E.; Lucas, Robert C. *Managing wilderness recreation use: common problems and potential solutions*. Ogden, Utah, US: Department of Agriculture, Forest Service, Intermountain Research Station, 1987. (General technical report, INT-230).

Fielden, Bernard M.; Jokilehto, Jukka. *Management guidelines for world heritage cultural sites*. Roma: ICCROM, 1993.

Glasson, John; Godfrey, Kerry; Goodrey, Brian; Absalom, Helen; Van der Borg, Jan. *Towards visitor impact management: visitor impacts, carrying capacity and management responses in Europe's historic towns and cities*. Aldershot: Avebury, 1995.

Hammit, William E.; Cole, David N. *Wildland recreation: ecology and management*. rev. ed. New York: John Wiley & Sons Inc., Jan. 1999.

Leave No Trace Programme. *Publications*. Lander, Wyoming: The National Outdoor Leadership School, (n.d.).

Leclerc, Antoine. User fees in natural parks: issues and management. *Parks*, v. 4, n. 2, p. 2-12, Jun. 1994.

Murphy, Peter E. (Ed). *Quality management in urban tourism*. New York: John Wiley & Sons, 1997.

Swarbrook, John. *The development and management of visitor attractions*. Butterworth-Heinemann Ltd., 1995.

Wells, Michael; Guggenheim, Scott; Khan, Asmeen; Wardojo, Wahjudi; Jepson, Paul. *Investing in biodiversity: a review of Indonesia's integrated conservation and development projects*. World Bank East Asia Region, World Bank, 1999.

## Promoção de um sítio



*Paraty e Ilha Grande – Cultura e Biodiversidade, Brasil*

© IPHAN/Oscar Liberal

**A promoção pode desempenhar um papel importante no cumprimento das metas e objetivos educacionais e financeiros. Se puder acomodar um número maior de visitantes e possuir um mecanismo para reter os rendimentos do turismo, um sítio pode ser promovido para atrair novos visitantes e gerar maiores receitas para financiar as atividades, solucionar os problemas de gestão e alcançar as metas e objetivos. É possível realizar muitas atividades promocionais simples e de baixo custo, e o gestor pode selecionar aquelas que correspondem à capacidade operacional do sítio. Além disso, muitas das competências e materiais envolvidos coincidem com aqueles utilizados nos programas de interpretação.**

## 8.1 Promover um sítio para ajudar a financiar as atividades de gestão

**8.1.1 Uma parte das tarifas de visitação deve ser reservada para ajudar a financiar atividades promocionais.** Isso iniciará o ciclo de atrair novos visitantes, gerando assim um aumento das receitas para as atividades. Um mecanismo deve ser estabelecido para reter uma parte dos rendimentos, o que criará o incentivo necessário para promover o aumento da visitação. Mesmo com esse mecanismo em vigor, alguns sítios podem precisar de financiamento externo para começar a desenvolver materiais promocionais, de modo que é possível recorrer a organizações internacionais para tal assistência.

**8.1.2 O gestor do sítio deve decidir que tipo de visitantes serão o alvo de uma campanha promocional com base nos objetivos das políticas e da gestão do sítio.** Certos tipos de turismo se ajustam melhor às metas e objetivos de um sítio do que outros. Como em qualquer outra atividade de gestão, as campanhas promocionais devem refletir as políticas e os objetivos declarados pelo sítio. Por exemplo, em sítios naturais, se o desenvolvimento econômico local for um objetivo, os gestores podem desejar promover a observação de aves ou montanhismo, e as populações locais podem ser contratadas como guias ou motoristas. Em um sítio arqueológico afetado pelo furto de objetos para o tráfico ilegal de obras de arte, um programa promocional pode ser projetado para atrair visitantes que estejam dispostos a pagar uma tarifa extra para apoiar uma cooperativa artesanal que faz réplicas de alta qualidade de objetos do sítio. Estes podem então ser vendidos para satisfazer uma parcela da demanda alimentada pelo tráfico.

**8.1.3 Dividir os visitantes em grupos de acordo com as suas características, ação conhecida como segmentação de mercado, permite aos gestores orientar corretamente as relações promocionais entre diferentes usuários e organizações.** O processo de segmentação requer pesquisas sobre as características e preferências dos possíveis visitantes de um sítio. Os diferentes segmentos de usuários podem incluir aqueles pertencentes a associações de museus ou organizações para a proteção da vida selvagem. Identificar pessoas

com motivações e necessidades semelhantes permite que o gestor determine com precisão os tipos de materiais promocionais necessários. Um exemplo simples é um público-alvo idoso, para o qual os materiais promocionais podem ser impressos com letras maiores e podem listar serviços especiais para a terceira idade.

Para ser selecionado para as atividades de gestão, um segmento de mercado deve ter três características:

- ser mensurável;
- ser facilmente acessível por meio de sistemas de distribuição promocionais; e
- deve prometer um aumento nos rendimentos superior aos custos de segmentação com materiais promocionais.

### 8.1.4 Saber como os turistas se informam sobre um sítio que desejam visitar ajudará a identificar onde os esforços promocionais devem ser concentrados.

Por exemplo, visto que a maioria dos ecoturistas que desejam observar ursos polares em Manitoba, Canadá, buscam informações com agentes de turismo, seria prudente que os gestores do sítio enviassem seus materiais promocionais para agências de turismo. No entanto, uma vez que poucas agências de turismo são capazes ou estão dispostas a estocar uma gama completa dos folhetos disponíveis, e não estão preparadas para lidar com perguntas especializadas, uma abordagem mais eficiente pode ser enviar folhetos aos agentes e, em seguida, contatá-los pessoalmente para orientá-los a respeito das atrações do sítio e da logística envolvida.

**8.1.5 Desenvolver um tema usando a mensagem central de um sítio para a promoção do parque ajuda a desenvolver materiais promocionais e de marketing.** Combinar os elementos mais atraentes de um sítio para desenvolver *slogans* ou frases de efeito facilitará o design e a criação de folhetos e cartazes de interpretação. Por exemplo, um parque poderia ser “o segredo mais bem guardado do Caribe”, ou o lugar onde “bilhões de anos de natureza encontram milhares de anos de história”.

**8.1.6 Uma análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (SWOT, em sua sigla em inglês) pode ser usada para identificar lacunas entre a estratégia de promoção de um sítio e as tendências do turismo.** Uma análise SWOT é uma ferramenta de *marketing* usada para avaliar as habilidades promocionais de um sítio, examinando as forças e fraquezas de sua organização promocional, de seus recursos humanos e financeiros, e da sua estratégia promocional existente. Forças e fraquezas são consideradas fatores que podem ser controlados pelo sítio, enquanto as oportunidades e ameaças são externas. A análise resulta em uma matriz comparando os resultados.

Forças e fraquezas incluem:

- a forma como o *marketing* do sítio está sendo conduzido, a dimensão do orçamento de *marketing*, os indicadores de desempenho, e o nível e a natureza da participação da equipe nos esforços de *marketing*;

- os produtos turísticos do sítio, incluindo a qualidade dos serviços, sua imagem e reputação;
- um perfil dos visitantes atuais;
- os fornecedores e a qualidade dos bens e serviços prestados; e
- as pessoas que lidam com as atividades de *marketing* para o sítio e a imagem que promovem, por exemplo, a forma como o sítio é apresentado pelos operadores turísticos em comparação com os materiais promocionais do sítio.

Oportunidades e ameaças incluem:

- fatores políticos, incluindo a legislação governamental;
- fatores econômicos;
- fatores sociais; e
- concorrência e a identificação dos competidores e análise de suas forças e fraquezas.

Uma desvantagem conhecida desta análise é que ela é realizada em um ponto no tempo, mas pode orientar as políticas ao longo de vários anos, durante os quais as mudanças internas e externas provavelmente exigiriam modificações no plano estratégico.

### 8.1.7 Gestores que não tenham tempo ou recursos humanos suficientes para realizar tarefas promocionais podem buscar assistência externa.

Tarefas como escrever para editores de guias, revistas e jornais para divulgar atrações e apresentar problemas de gestão são demoradas e disputam a atenção de um gestor. Uma organização promocional independente que represente os diferentes grupos de interesse pode oferecer uma solução. Tal grupo pode analisar o mercado turístico de um sítio e as realidades de gestão, e tem a virtude adicional de ser independente, de modo que pode estabelecer vínculos entre grupos de interesse concorrentes.

Um grupo, como uma ONG, que tenha uma relação com o sítio e conheça o mercado de turismo ou um grupo governamental com competência para coordenar todas as partes interessadas poderia desempenhar este papel. Uma organização independente criada para facilitar o turismo e a promoção do parque no lago Baikal, na Rússia, produziu um manual com os nomes dos operadores turísticos e guias locais e o distribuiu na América do Norte, na Europa e no Japão.

Se for solicitada a colaboração de uma organização externa, esta deve ser orientada claramente para que seus resultados reflitam as metas e objetivos do sítio. Por exemplo, se uma meta for apoiar os empreendedores locais, como os operadores logísticos, a organização deve assegurar a promoção tanto dos pequenos e grandes operadores locais como das empresas regionais e nacionais.

**8.1.8 Desenvolver a “identidade turística” de um sítio é um elemento essencial de uma estratégia promocional.** Esta identidade, que é baseada nas metas, objetivos e potencial de mercado do sítio, será associada ao sítio nas mentes dos potenciais visitantes. Ela poderia estar

centrada em um afresco famoso ou um animal em risco de extinção, por exemplo, e ser usada para desenvolver um logotipo para futuras atividades promocionais.

## 8.2 Estratégias para promoção de um sítio

### 8.2.1 Os livros-guia internacionais de turismo podem ser uma fonte gratuita de promoção.

Os livros-guia são uma popular fonte de informação para o planejamento de viagens e estão disponíveis para quase todos os países e regiões do mundo. Visto que as informações dos livros-guia estão mudando constantemente, as novas edições são atualizadas regularmente e os editores geralmente estão dispostos a publicar informações de forma gratuita. Isso representa uma oportunidade para distribuir informações sobre um sítio e as atrações e serviços locais para um público maior.

#### **Exemplo de “ficha informativa” a ser enviada para editores de livros-guia, revistas e jornais**

O Projeto \_\_\_\_\_ é uma nova iniciativa turística no Sítio do Patrimônio Mundial de \_\_\_\_\_ com a participação de membros da comunidade local e organizações não governamentais. A ideia do projeto é desenvolver uma rota histórica percorrendo \_\_\_\_\_ (nome da comunidade), que atrairá turistas e criará vagas de trabalho e renda para as populações locais. Espera-se que os benefícios econômicos derivados do desenvolvimento proporcionem um incentivo para que as comunidades locais preservem o rico patrimônio cultural da região.

A comunidade está localizada a apenas \_\_\_\_\_ quilômetros do \_\_\_\_\_. A rota em si começa no portão principal e segue pelas antigas ruas e praças de \_\_\_\_\_ (nome da comunidade), dando aos turistas a oportunidade de visitar uma variedade de casas históricas e templos budistas. Artesanatos de alta qualidade são vendidos em mercados locais ao longo do caminho.

#### **Acesso**

O acesso a \_\_\_\_\_ (nome da comunidade) é relativamente fácil. Está a apenas meia hora de distância de (nome da cidade vizinha) \_\_\_\_\_ e pode-se chegar facilmente por táxi ou carro alugado. Em (nome da cidade), os táxis estão disponíveis no hotel \_\_\_\_\_ por US\$ \_\_\_\_\_. Para os viajantes dispostos a tomar o transporte público, os ônibus de número \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_ saem regularmente da praça principal.

#### **Hospedagem**

Para os turistas que desejam passar a noite, há duas pousadas operadas pela comunidade, a \_\_\_\_\_ e a \_\_\_\_\_.



As acomodações são simples, mas bem cuidadas. Os preços são \_\_\_\_\_ para quartos individuais e \_\_\_\_\_ para quartos duplos. As reservas podem ser feitas por telefone ou fax para o número listado abaixo. A comunidade também conta com dois restaurantes impecáveis que servem produtos frescos e saudáveis.

### Esforços de preservação

Devido ao foco do projeto na preservação e na proteção do patrimônio, os membros da comunidade que administram a rota estão preocupados com os impactos do turismo nos edifícios históricos e na cultura local. Os visitantes são incentivados a respeitar os valores culturais locais e seguir regras simples ao visitar os monumentos e templos. Grupos menores são preferidos em consonância com o objetivo de gestão de oferecer uma experiência calma e tranquila. O projeto também está monitorando ativamente (impactos nos edifícios históricos, na cultura local etc.) para garantir que as atrações sejam protegidas. Uma tarifa para visitantes de (por exemplo, US\$ 5) é coletada no início da rota pela equipe local. A tarifa inclui um folheto da rota e um guia para o passeio pela comunidade. Os rendimentos serão direcionados para os esforços de preservação e proteção. Atualmente, as tarifas também estão sendo utilizadas para financiar a educação cultural na escola local (dar exemplos concretos de projetos realizados com o financiamento obtido).

A reserva de guias locais pode ser feita por telefone com (Nome) \_\_\_\_\_  
Telefone \_\_\_\_\_

Para mais informações, entre em contato com:

Nome \_\_\_\_\_  
Telefone \_\_\_\_\_  
Fax \_\_\_\_\_  
E-mail \_\_\_\_\_

### 8.2.2 Oferecer informações para revistas de turismo, jornais, estações de rádio e páginas na internet é outra forma econômica para a promoção de um sítio.

Revistas de turismo e jornais publicam informações sobre atrações turísticas gratuitamente, e estações de rádio e televisão locais transmitem informações como um serviço de utilidade pública, as quais podem ser valiosas fontes de publicidade gratuita para o sítio. As revistas de bordo de companhias aéreas alcançam um público amplo e, por serem bimestrais ou trimestrais, os artigos permanecem em circulação por longos períodos de tempo. A maioria das publicações, bem como outras informações, podem ser acessadas pela internet.

### Exemplo de nota para imprensa

(Nome do Projeto) \_\_\_\_\_

(Endereço, cidade, estado, código postal, país do Sítio do Patrimônio Mundial)

Para divulgação imediata

Contato: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

(Manchete)

(Cidade, país, data)

A comunidade de \_\_\_\_\_ (cidade, estado, código postal, país), uma parte do Sítio do Patrimônio Mundial de \_\_\_\_\_, convida visitantes interessados a ver por si mesmos as atrações culturais deste antigo centro religioso. Sob uma nova iniciativa de preservação, \_\_\_\_\_ (nome do projeto), uma rota guiada pela comunidade foi criada como um meio de gerar recursos e um incentivo econômico para preservar e proteger o rico patrimônio cultural da região.

A rota histórica atravessa o centro desta comunidade culturalmente rica. Parte da rota passa por antigos monumentos budistas com delicadas esculturas de madeira pintadas a ouro. Ela também passa por várias casas especialmente restauradas, muitas delas adjacentes ao mais belo dos templos.

Uma tarifa de visitação (por exemplo, US\$ 5) é coletada no início da rota, que está localizada na entrada principal da cidade. As tarifas de visitação são direcionadas para os esforços de preservação e proteção da comunidade. Atualmente, as tarifas ajudam a financiar os esforços contínuos da restauração e a educação cultural em escolas locais. Para complementar o projeto, muitos moradores desenvolveram hospedagens simples e bem cuidadas em algumas das casas tradicionais que foram restauradas. Um folheto traçando a rota está disponível em inglês, francês, alemão e japonês. Guias locais que falam inglês, francês, alemão ou japonês estão disponíveis para acompanhar os visitantes.

\_\_\_\_\_ (nome da comunidade) está localizada a apenas meia hora de distância da principal área turística em \_\_\_\_\_, e pode-se chegar à cidade por táxi ou carro alugado. Reservas antecipadas podem ser feitas por intermédio do escritório do \_\_\_\_\_ em \_\_\_\_\_.

Entre em contato com \_\_\_\_\_ (nome), telefone \_\_\_\_\_, fax \_\_\_\_\_, e-mail \_\_\_\_\_. Informações adicionais e folhetos podem ser obtidos no Conselho de Turismo de \_\_\_\_\_ (por exemplo, Nova York, Paris; fornecer endereço, telefone etc.).

### 8.2.3 Folhetos podem ser usados para distribuir informações sobre o sítio para uma grande variedade de audiências.

Eles podem ser enviados por correio para agências de turismo nacionais, incluídos em informações promocionais enviadas a operadores turísticos, jornais, revistas, estações de rádio e televisão e distribuídos para hotéis. No entanto, ao contrário de outros tipos de material promocional, os folhetos são caros de se produzir e devem ser projetados para permanecer relevantes durante um longo período de tempo. A maioria das pessoas que recebem esses folhetos os leem. No entanto, pesquisas mostraram que folhetos exercem mais influência sobre pessoas que ainda não visitaram um sítio e são menos propensos a atrair visitantes recorrentes.

#### Concepção e design de um folheto

**1.** O tamanho e o layout de um folheto dependerão de sua finalidade. Por exemplo, se o folheto for distribuído internacionalmente, ele deve ser formatado com o padrão internacional de 21cm x 10cm e ser produzido em papel de baixa densidade para economizar em custos de postagem. Se o folheto for exibido em agências de turismo nos Estados Unidos, o tamanho padrão para um folheto é de 4" x 9" (em polegadas). Se contiver um mapa ou outra informação prática para o turista que visitará o local, ele deve caber no bolso ou na mochila. Formatos maiores podem ser usados se o folheto não for usado para envio por correio, mas para ser entregue, por exemplo, no próprio sítio. Um design vertical com três painéis externos e três internos é o mais comum.

**2.** Todas as artes, fotografias e títulos devem ser projetados para capturar e manter a atenção do leitor. Devem ser usadas frases curtas, chamativas e francas para descrever a comunidade e suas atrações. Os principais pontos, por exemplo, "os vestígios mais bem preservados da ornamentação incrustada do Império Mogol" ou "12 quilômetros de trilhas florestais belas, bem desenvolvidas e acessíveis", devem ser enfatizados.

**3.** O folheto deve descrever brevemente as atrações e os pontos de interesse do sítio. Se as atrações próximas puderem melhorar a experiência da visita ao sítio, elas também devem ser descritas.

**4.** Se o folheto for exibido em uma prateleira, o título deve estar na parte superior da capa dianteira. Se não houver fotografias na capa dianteira, um subtítulo induzirá o visitante em potencial a ler os demais painéis do folheto. Por exemplo, um folheto poderia ser intitulado "Parque Nacional Royal Chitwan", com o subtítulo "Um paraíso da vida selvagem". Todos os títulos, subtítulos e o corpo do texto devem ser cuidadosamente escritos para produzir um folheto eficaz. A forma em que espaços em branco, fotos e desenhos são incorporados é muito importante, bem como obter opiniões diversas antes de decidir o formato final. O painel traseiro de um folheto geralmente contém

informações detalhadas, como os nomes e endereços dos hotéis locais, assim como de outros serviços turísticos.

**5.** O painel frontal deve captar a atenção do público-alvo, projetando uma imagem favorável do destino e estimulando um segundo olhar. Folhetos malsucedidos simplesmente listam atrações. Em vez disso, os pontos fortes exclusivos de um destino devem ser destacados, tendo em mente determinados segmentos de mercado. Fotógrafos, designers e escritores, além dos gestores, devem coordenar seus esforços para que o texto complemente e acentue as fotografias. O folheto deve ser claro a respeito das condições e mudanças sazonais, visto que os turistas podem ficar desapontados se visitarem durante o período de baixa temporada com base em fotos que mostram um sítio nas condições mais favoráveis.

**6.** Um folheto não precisa ser detalhado, porém uma colagem de fotos pequenas geralmente não ajudará o leitor a compreender as características importantes de um sítio. Um tom formal e impositivo também deve ser evitado. A publicidade de turismo geralmente não é lida de capa a capa como um romance. As pessoas costumam olhar rapidamente os títulos e as imagens e ler as legendas antes de decidir ler o texto.

**7.** Diretrizes principais:

- utilizar sempre os padrões internacionais de tamanho;
- uma única imagem no painel frontal é preferível, exceto se houver razões convincentes para uma abordagem com várias imagens;
- o folheto deve incluir um mapa que mostra pontos de referência, cidades ou outros destinos turísticos próximos ao sítio; e
- os endereços e números de telefone para contato devem incluir códigos de discagem internacional e incluir escritórios no exterior, se houver.

### 8.2.4 Entrar em contato diretamente com operadores turísticos é uma forma eficaz de atrair seu interesse para um sítio.

Os operadores turísticos estão sempre à procura de novas atrações para oferecer aos seus clientes. Os operadores, especialmente as empresas especializadas nas atividades oferecidas no sítio, apreciarão receber folhetos e informações sobre a comunidade local. O contato direto com operadores turísticos contorna as agências de turismo e aumenta as chances de uma resposta positiva.

### **Um exemplo de guia para visitantes**

*Um guia de bolso para visitantes em sítios indígenas em Alberta e na Columbia Britânica, Canadá, descreve as atividades operadas por comunidades e empreendedores nativos, assim como parcerias entre os povos nativos e não nativos. O guia também contém informações sobre atrações relacionadas que não são necessariamente operadas pelos povos indígenas, como museus. Ele dá conselhos práticos sobre onde e como os visitantes podem desfrutar de encontros positivos com a cultura indígena do Canadá.*

### **8.2.5 Produzir um pacote de informações das atrações e serviços da região pode ajudar a direcionar os benefícios para os moradores locais.**

Se um dos objetivos do programa turístico de um sítio é beneficiar as comunidades locais, uma ficha informativa multilíngue da comunidade pode ser uma valiosa ferramenta promocional. Ela direciona os visitantes para destinos e atrações vizinhas, proporcionando um quadro detalhado do que a região oferece, incluindo restaurantes, lojas e hospedagem. As informações são especialmente úteis para atrair viajantes independentes. Esse pacote deve ser distribuído em pontos-chave, como hotéis nas principais cidades, e agências nacionais de turismo ou embaixadas no exterior. Se o sítio possuir conexão de internet, ele pode ser distribuído eletronicamente. Um guia também pode ser usado como ferramenta de gestão para obter o comportamento desejado do visitante, por exemplo, debatendo regras e tabus culturais e boas práticas de conservação. Tal guia pode ser produzido pela comunidade com a ajuda da equipe de gestão do sítio. Uma ONG local pode oferecer serviços de informática ou tradução. Vender o guia, mesmo que seja muito simples, pode ajudar a custear despesas com edições futuras.

### **Programas de financiamento externo**

*A indústria do turismo tem demonstrado um crescente interesse em financiar atividades de gestão de sítios, por meio de programas como a recente Iniciativa de Operadores Turísticos organizada pela ONU Meio Ambiente, a OMC e a UNESCO. É provável que surjam cada vez mais oportunidades para atrair a participação de operadores turísticos no financiamento dos esforços de gestão dos Sítios do Patrimônio Mundial.*

*Como resultado, os gestores de sítio são encorajados a recomendar iniciativas para a gestão de visitantes e turismo ao Centro do Patrimônio Mundial; um registro destas recomendações poderia ser apresentado aos operadores turísticos que buscam oportunidades para financiar projetos do Patrimônio Mundial.*

Um guia de 10 páginas que possa ser facilmente copiado pode ser tudo o que é necessário inicialmente. Uma cópia deve ser armazenada em computador, de modo que o livreto guia possa ser facilmente atualizado sempre que necessário. Se é quando a atração se tornar mais popular, um guia mais sofisticado poderá ser escrito e vendido para cobrir os custos de publicação.

### **Esquema para a redação de um guia**

#### **Introdução**

*Indicar a finalidade do guia, mencionando as preocupações relativas à conservação e preservação histórica dos Sítios do Patrimônio Mundial, e a importância do turismo para o desenvolvimento da comunidade local.*

#### **Visão geral**

- *um breve resumo histórico, cultural e natural do sítio, usando fatos atraentes;*
- *uma lista de atividades potenciais, como caminhadas, passeios de barco, rafting, observação de aves, fotografar animais selvagens, visitas a edifícios históricos e sítios arqueológicos; e*
- *informações sobre o melhor momento para visitar, descrevendo as estações e os padrões das chuvas e dando temperaturas em Celsius e Fahrenheit.*

#### **Acesso**

- *rotas, modos e frequência dos transportes disponíveis para os sítios e as comunidades locais, incluindo avaliações sinceras a respeito da segurança e da confiabilidade; e*
- *onde obter mapas da área na cidade capital.*

#### **Detalhes do sítio**

- *o que o sítio tem para oferecer: atrações culturais/históricas, vida selvagem, observação de aves, fotografia, arqueologia etc.;*
- *tarifas e por que são cobradas;*
- *comportamento desejado no sítio;*
- *segurança dos visitantes;*
- *guias locais, transporte;*
- *um mapa simples da rota;*
- *vestuário e equipamentos recomendados para as diferentes atividades;*
- *espécies excepcionais da fauna e da flora; e*
- *regras para a observação de animais selvagens, ruínas e edifícios históricos, incluindo sugestões sobre técnicas de baixo impacto.*

#### **Detalhes da comunidade local**

- *costumes, tradições e cortesias locais;*
- *festivais regionais/locais;*
- *lugares para hospedagem, com preços atualizados, qualidade dos serviços, número de quartos e leitos disponíveis;*
- *restaurantes, lanchonetes etc., incluindo conselhos sobre o que comer e o que evitar;*

- condições sanitárias (com sinceridade), cuidados de saúde para os visitantes;
- cuidados médicos disponíveis, onde comprar alimentos para caminhadas e outras atividades, equipamentos e outras necessidades; e
- onde comprar produtos e artesanatos locais e onde contratar guias/intérpretes que falem inglês, alemão, francês e japonês.

**Como os visitantes podem contribuir para os esforços de preservação e proteção do sítio**

**8.2.6 As agências nacionais de turismo ou embaixadas podem ser um meio gratuito e eficaz de distribuir materiais promocionais.** Os operadores turísticos estão sempre à procura de novas atrações para oferecer aos seus clientes. Os operadores, especialmente as empresas especializadas nas atividades oferecidas no sítio, apreciarão receber folhetos e informações sobre a comunidade local. O contato direto com operadores turísticos contorna as agências de turismo e aumenta as chances de uma resposta positiva.

**8.2.7 Realizar um evento com a imprensa pode ser uma maneira eficaz de apresentar um sítio aos meios de comunicação.** O dia pode ser programado para coincidir com uma celebração cultural no sítio, ou poderia ser um evento anual realizado para marcar o início da temporada turística. Operadores turísticos, proprietários de hotéis e representantes do governo que sejam membros do comitê consultivo do sítio podem ser recrutados para desempenhar um papel no evento. Essas partes interessadas geralmente têm assessores de imprensa e podem estar interessadas em obter cobertura de imprensa para suas atividades ou negócios.

As agências nacionais de turismo às vezes organizam passeios de familiarização para escritores de turismo cujas despesas são pagas pelo governo ou por grandes empresas turísticas. Incluir um sítio em um passeio de familiarização não é fácil, no entanto, o gestor pode entrar em contato com o Ministério do Turismo ou talvez uma cadeia hoteleira com materiais promocionais. Se nenhum financiamento externo estiver disponível, as partes interessadas poderão oferecer ou aumentar o apoio financeiro. Se a imprensa estrangeira for convidada, os empresários locais terão uma maior probabilidade de contribuir com tempo e recursos para o evento.

As visitas de familiarização para a imprensa internacional são mais bem-sucedidas se os jornalistas convidados tiverem interesses especiais que correspondam às atividades de um sítio, como o teatro ou a proteção marinha. Um método para identificar os jornalistas adequados é encontrar seus artigos na imprensa internacional.

### 8.3 Implicações e recomendações

- Uma análise das metas e objetivos das políticas orientará uma campanha promocional. As questões levantadas durante o desenvolvimento do programa promocional devem ecoar aquelas levantadas durante a elaboração das políticas e dos objetivos de gestão.
- Saber como um determinado segmento de mercado ou grupo busca destinos turísticos ajudará o gestor a decidir onde concentrar os esforços promocionais. As discussões com o comitê consultivo e outros pontos de contato no setor de turismo devem servir como guia para determinar as melhores formas de se desenvolver uma campanha promocional para esses mercados e para onde os materiais precisam ser enviados.

#### Modelo de carta aos operadores turísticos

*(Usar papel timbrado)*

*(Data)*

*(Endereço do operador turístico)*

*(Cidade, estado, código postal, país)*

*Prezado(a),*

*Temos a satisfação em convidá-lo(a) para visitar uma nova iniciativa de turismo recentemente lançada no Sítio do Patrimônio Mundial de \_\_\_\_\_. A iniciativa \_\_\_\_\_ (rota do patrimônio cultural) é um projeto de desenvolvimento econômico aprovado pelos governos regional e municipal e parcialmente financiado por \_\_\_\_\_ (por exemplo, UNESCO). O projeto tem como objetivo proporcionar aos moradores locais um incentivo econômico para preservar e manter o rico patrimônio cultural da região.*

*A \_\_\_\_\_ (nome da rota) percorre a comunidade histórica de \_\_\_\_\_, que está localizada dentro do Sítio do Patrimônio Mundial e é bem conhecida pelos arqueólogos como contendo alguns dos templos budistas representativos do período \_\_\_\_\_ mais bem preservados. A rota começa em \_\_\_\_\_ e percorre a comunidade por um total de 2,5 quilômetros (1,5 milha), com sinalização indicando sítios e templos históricos. Um pequeno folheto traçando a rota está disponível em inglês, francês, alemão e japonês. Guias locais que falam esses idiomas também estão disponíveis. Ao longo da rota os visitantes terão oportunidades para exploração do local, assim como para comprar artigos de artesanato ao longo do caminho. Além disso, diversos membros da comunidade podem oferecer hospedagem em (por exemplo, pequenos hotéis, pousadas).*

Segue em anexo um(a) \_\_\_\_\_ (“ficha informativa”, folheto e guia regional) descrevendo as atrações disponíveis. Teremos o maior prazer de prestar quaisquer informações adicionais sobre o sítio, a comunidade ou a região. Além disso, iremos hospedá-lo gratuitamente se desejar visitar o sítio e conhecer a rota.

Sinta-se à vontade para entrar em contato conosco no endereço acima ou por telefone no número \_\_\_\_\_. Estamos ansiosos por sua resposta e esperamos que possa apoiar os nossos esforços para equilibrar a conservação e o desenvolvimento econômico.

Atenciosamente,

\_\_\_\_\_, diretor  
 \_\_\_\_\_ Sítio do Patrimônio Mundial

- Uma análise do potencial de mercado deve começar com um novo exame das atrações e dos recursos do sítio. O sítio precisa aumentar a visitação primeiro, visando o mercado independente, ou estar pronto para entrar em contato com operadores turísticos voltados para uma única atividade especializada, como a observação de aves? O sítio e as áreas vizinhas possuem atrações e infraestrutura suficientes para atrair um mercado de turismo mais abrangente? O sítio poderia servir como uma atração diurna que poderia ser incluída em uma excursão geral da região? Nesse caso, seria necessário entrar em contato com empresas interessadas nestes tipos de atrações adicionais? Em seguida, para determinar os tipos de materiais promocionais necessários, os dados de visitantes existentes ou recém coletados podem ser analisados para obter-se uma melhor compreensão dos segmentos de mercado. Se as etapas neste manual forem seguidas, a maioria dessas informações estarão prontamente disponíveis. Uma revisão dos dados de segmentação e uma análise SWOT ajudarão os gestores a tomar decisões e desenvolver estratégias para entrar nesses mercados.

- Se um sítio tiver poucos visitantes atualmente e recursos financeiros limitados, os esforços promocionais podem começar tendo os viajantes independentes como alvo, principalmente por meio de anúncios em livros-guia. Os viajantes independentes são um valioso canal de difusão informal de recomendações que serão captadas pelos operadores especializados. Uma lista de contatos das editoras de livros-guia deve ser mantida atualizada para que seja possível enviar-lhes um novo pacote de materiais a cada ano.

- Uma ficha informativa deve oferecer uma breve história do sítio e descrever as comunidades vizinhas, espécies interessantes da flora ou da fauna, ou características arqueológicas ou geológicas, assim como as atividades disponíveis para o turista. Ela deve dar uma visão geral

e concisa das atrações e serviços, incluindo meios de transporte para o sítio, hospedagens, restaurantes ou lanchonetes locais, e detalhes como o tempo de viagem a carro dos centros populacionais mais próximos. Os serviços locais devem ser descritos de forma realista e sincera. Caso as acomodações sejam rústicas e os guias não falem línguas estrangeiras, a ficha informativa deve especificar a realidade. Idealmente, deve ser listada também uma pessoa de contato que fale vários idiomas do país do público-alvo, uma vez que os visitantes em potencial muitas vezes têm receio de ligar para o exterior para obter informações.

- Os esforços promocionais podem se concentrar no desenvolvimento de uma identidade para um sítio, que será refletida nos materiais promocionais na forma de um logotipo, mascote ou *slogan* que ajuda a formar a imagem do sítio. Profissionais do turismo, como operadores turísticos, familiarizados com os mercados internacionais podem ser uma fonte de sugestões durante o desenvolvimento dessa identidade.

- Pode ser enviada aos operadores turísticos uma ficha informativa, folheto ou guia, juntamente com uma carta de apresentação, para lhes proporcionar uma boa visão geral do que está disponível no sítio e nas áreas vizinhas. A correspondência deve ser direcionada aos operadores que sejam relevantes às atrações do sítio, por exemplo, empresas especializadas em observação de aves. Os proprietários de restaurantes e pousadas nas comunidades vizinhas podem estar dispostos a oferecer aos operadores turísticos hospedagem e refeições de cortesia para aumentar a atratividade da visita a um sítio. Um operador turístico pode estar disposto a ajudar, oferecendo informações e tirando dúvidas sobre o sítio em sua página na internet.

- Um folheto pode ser uma valiosa ferramenta promocional tanto para o sítio quanto para as comunidades vizinhas. O folheto deve ser enviado por correio ou *e-mail* para o comitê ou conselho nacional de turismo, operadores turísticos e editoras de jornais e revistas. Ele também pode ser exibido em hotéis e pousadas nos polos turísticos, bem como em cidades vizinhas e capitais estrangeiras. Se o sítio tiver muitos visitantes recorrentes, o folheto deve ser atualizado com frequência, ou novos encartes podem ser impressos para apresentar novas atrações. Se o desenvolvimento econômico local for uma prioridade, o folheto deve destacar as características únicas do sítio e das comunidades vizinhas.

- Um guia de turismo para uma comunidade deve ser orientado para o segmento de mercado adequado, seja ele independente, especializado ou geral. O estilo do guia variará de acordo com o mercado. Por exemplo, um guia para uma comunidade montanhosa no Nepal pode destacar os serviços disponíveis para turistas de aventura. Exemplos do guia devem ser enviados gratuitamente ou por *e-mail* para as editoras de guias, revistas e jornais, assim como para os operadores turísticos. Vender o guia

em outros lugares pode ajudar a custear as despesas de publicação.

- O contato direto com os operadores turísticos pode resultar em sua visita ao sítio para avaliar o seu potencial turístico e pode efetivamente aumentar o reconhecimento do nome. Os operadores logísticos na capital também devem ser informados das atividades de um sítio, pois estão em contato direto com os operadores turísticos no exterior. Os cientistas que realizam pesquisas no sítio ou em suas proximidades também podem ser abordados com o objetivo de atrair outros visitantes especializados.

- Correspondências para as editoras de revistas de turismo e seções de turismo de jornais, e para os meios de comunicação, se for viável, devem incluir uma carta de apresentação e um comunicado de imprensa, de preferência no idioma-alvo. Enviar os materiais por fax ou *e-mail*, quando possível, é mais seguro.

- Um comunicado de imprensa não deve ter mais de quatro parágrafos, de modo a ser mais acessível. Frases curtas e listas pontuais são melhores do que narrativas longas. Seria ainda melhor se fotografias de alta qualidade tiradas por um fotógrafo profissional puderem ser incluídas.

- Uma lista com os contatos de jornais e estações de rádio e televisão locais pode ser compilada a partir das páginas amarelas em seções como as seguintes:

- serviços de notícias
- jornais e revistas
- estações de rádio
- televisão
- sistemas de satélite e cabo
- emissoras de rádio
- emissoras de televisão
- televisão a cabo
- editoras de livros e revistas
- editoras de catálogos e guias

Os endereços das revistas de bordo de companhias aéreas podem ser obtidos ligando para seus escritórios locais. As companhias aéreas a serem abordadas devem ligar o sítio a rotas para os Estados Unidos e a Europa, por exemplo, China Airlines e Thai Airways. Editores de jornais e revistas preferem histórias de interesse humano, como um artigo com o perfil de um guia local, ou de um membro da equipe do sítio.

Uma viagem de imprensa deve ser organizada por meio de um convite formal. Um dos modelos de carta apresentados nos quadros pode facilmente ser modificado para este fim. Operadores locais que sejam membros do comitê consultivo podem estar dispostos a dar seguimento com chamadas telefônicas. Um almoço ou coquetel possivelmente patrocinado pelo proprietário de um restaurante local daria aos escritores de turismo a oportunidade de debater a visita e conversar entre si.

## Atividades sugeridas

### 1. Esquematização da campanha promocional.

- Reexamine as metas das políticas e os objetivos de gestão e determine como um determinado segmento de mercado ou grupo seleciona destinos e faz reservas de viagens.
- Reexamine o potencial turístico do sítio e realize uma análise SWOT. Debata com o comitê consultivo e outros contatos a melhor forma de desenvolver materiais promocionais para esses mercados e para onde devem ser enviados.

### 2. Entre em contato com as editoras de livros-guia de turismo.

- Utilize o modelo de carta contido neste manual como guia.
- Anexe uma ficha informativa à carta ou *e-mail*.
- Mantenha uma lista de contatos e envie um novo pacote de materiais todos os anos por correio ou por *e-mail*.

### 3. Criação de um folheto.

- Descreva os serviços e atrações da comunidade.
- Inclua uma cópia em todas as correspondências.
- Exiba folhetos em hotéis e pousadas.

### 4. Redação de um guia turístico da comunidade.

- Delineie os serviços que a comunidade pode oferecer para cada segmento do mercado de turismo.
- Forneça informações precisas e sinceras.
- Envie por correio e por *e-mail* uma cópia para editoras de livros-guia, revistas e jornais, assim como para operadores turísticos.

### 5. Entre em contato com operadores turísticos.

- Envie por correio e *e-mail* um pacote promocional, incluindo uma carta de apresentação, uma ficha informativa, um folheto e um guia para os operadores turísticos especializados.
- Entre em contato com operadores logísticos na capital e cientistas que realizam pesquisas no sítio ou proximidades para informá-los das atividades disponíveis.
- Fale com proprietários de restaurantes e pousadas em comunidades próximas em busca de ofertas de cortesias de refeições ou hospedagem para operadores turísticos em visita.

### 6. Entre em contato com editores de revistas de turismo, jornais, emissoras de TV e rádio.

- Redija um comunicado de imprensa e carta de apresentação usando os modelos neste manual.
- Envie o material por *e-mail*, fax ou correio.

**7. Envio de um artigo para uma revista de bordo.**

- Entre em contato com os escritórios locais de companhia aérea.
- Concentre-se em companhias aéreas com pontos de ligação com rotas na América do Norte e Europa.
- Ofereça histórias de interesse humano.
- Organize uma viagem de imprensa, identificando os membros da imprensa que possam ter um interesse especial no sítio.
- Modifique o modelo de carta na página 93 e envie um convite formal.
- Convença os operadores locais que participam do comitê consultivo a dar seguimento com chamadas telefônicas.

**Leituras sugeridas**

Hall, C. Michael; McArthur, Simon. Heritage management: an introductory framework. In: Hall, C. Michael; McArthur, Simon (Eds.). *Heritage management in New Zealand and Australia: visitor management, interpretation and marketing*. Auckland: Oxford University Press, 1993. p. 1-17.

Jefferson, Alan; Lickorish, Leonard. *Marketing tourism: a practical guide*. 2<sup>nd</sup> ed. Essex: Longman UK Ltd., 1991.

Seaton, A. V.; Bennett, M. M. *The marketing of tourism products: concepts, issues and cases*. London: International Thomson Business Press, 1996.

Weber, Sanda; Vrdoljak, Blajnka. The need for quality evaluation of destination brochures. In: TWENTY-FIFTH ANNUAL CONFERENCE, Oct. 1994. *Proceedings*. Travel Tourism Research Association, 1994.

Zhou Zongqing. *A different approach to measuring the effectiveness of brochures*. In: DESTINATION MARKETING, IT'S SHOWTIME FOR TOURISM: NEW PRODUCTS, MARKERS AND TECHNOLOGIES: TWENTY-SEVENTH ANNUAL CONFERENCE, Nevada, 16-19 Jun. 1996. *Proceedings*, Kentucky: Travel and Tourism Research Association, 1996. p. 351-358.

# Apêndice I

## Pesquisas com turistas: técnicas e modelos



*Zona Arqueológica de Chan Chan, Peru*

© UNESCO/Jim Williams



### Momento oportuno e logística

O momento oportuno para pesquisas ou entrevistas depende dos padrões sazonais, semanais e diários dos visitantes. É possível evitar distorções por meio do estudo de padrões de visitantes durante um ano inteiro, e então realizar proporcionalmente mais pesquisas durante períodos mais movimentados do que durante períodos mais tranquilos. Se isso não for possível, os resultados podem ser ponderados estatisticamente.

O ambiente da pesquisa ou entrevista deve ser descontraído, sem estresse e pressões externas, como a presença de vendedores locais. A localização, seja para preencher um questionário ou para dar uma entrevista pessoal, também deve garantir uma amostra confiável e um índice de respostas suficientemente elevado.

- Entrevistas com o objetivo de coletar informações sobre as características do visitante podem ser realizadas antes ou depois da visita ao sítio.
- Entrevistas que solicitam opiniões devem ser conduzidas após a visita.
- Entrevistas destinadas a determinar por que os visitantes decidiram vir para o sítio produzirão informações mais precisas se forem realizadas antes da visita.
- Os questionários que procuram obter a avaliação do sítio pelos visitantes devem ser distribuídos na saída. Se o sítio não possuir uma saída oficial, suas saídas “naturais” devem ser identificadas por meio da observação.
- Os questionários podem ser distribuídos juntamente com o bilhete de entrada ou por um atendente, e instruções claras devem indicar onde o formulário deve ser devolvido.

### O marco de amostragem

A amostra-alvo de uma pesquisa depende dos objetivos do exercício. Para compilar um perfil geral de visitantes, todas as pessoas que acessam o site devem ser pesquisadas. Para perguntas mais específicas, a pesquisa pode ser limitada a grupos específicos, por exemplo, homens carregando câmeras fotográficas. O marco de amostragem é determinado pelas características específicas de um visitante, e uma unidade de amostragem é um indivíduo que exibe essas características, como alguém que veio da Alemanha para o sítio, ou um membro do sexo feminino de um grupo de turismo. Entrevistas ou questionários podem ser realizados com cada enésima pessoa que atravessa o portão, no entanto, a fim de evitar preconceitos, as diretrizes sobre quem entrevistar são essenciais. Uma pesquisa a ser realizada com cada décima pessoa pode não ser válida para grupos grandes, e entrevistas com visitantes que se prontificam podem não ser representativas.

Um tamanho amostral pode ser decidido com base em vários fatores:

- o nível de precisão desejado;
- os requisitos dos métodos estatísticos;
- os recursos disponíveis; e
- o índice esperado de respostas.

A margem de erro depende do tamanho e da representatividade da amostra.

### Esquema da pesquisa

As perguntas usadas em entrevistas ou questionários podem ser abertas ou fechadas.

**Perguntas fechadas** oferecem um conjunto fixo de respostas possíveis. As respostas às perguntas fechadas são facilmente codificadas, e o formato do questionário é mais rápido e menos custoso do que outros métodos de pesquisa. Com questionários, é solicitado ao entrevistado que marque uma caixa, e em entrevistas presenciais as várias opções são lidas em voz alta ou mostradas em um cartaz. As perguntas fechadas são especialmente adequadas para informações concretas sobre as características do visitante, como idade, sexo, escolaridade, modo de transporte, hospedagem etc., e podem ser uma forma discreta de reunir estatísticas de nível de renda. Mesmo com questões que normalmente provocariam mais do que uma simples resposta de sim ou não, as perguntas fechadas podem oferecer uma lista definida de opiniões. No entanto, tais questões podem incomodar os entrevistados devido à perda de espontaneidade, já que os detalhes podem ser perdidos, visto que as opções definidas limitam as respostas.

**Perguntas abertas** não têm opções fixas e permitem que os entrevistados expressem uma ampla variedade de pontos de vista. Elas são úteis para avaliar os sentimentos e opiniões dos visitantes e resolver mistérios, como a razão pela qual os visitantes não visitam uma área específica de um Sítio do Patrimônio Mundial. Uma das principais vantagens das perguntas abertas é que os entrevistados podem ser espontâneos e dar respostas aprofundadas, as quais podem informar uma fase exploratória que conduz ao projeto de uma pesquisa de perguntas fechadas. Uma desvantagem das perguntas abertas é que elas são mais difíceis de codificar e analisar. Elas também levam mais tempo para serem registradas, e o risco de parcialidade do entrevistador é maior.

**A estrutura das perguntas** pode minimizar a parcialidade e maximizar os índices de resposta. Os questionários devem ser atraentes, de fácil preenchimento e exigir pouco tempo para serem concluídos. Quanto mais simples forem as perguntas, menos espaço haverá para mal-entendidos, contudo as perguntas da pesquisa não devem ser muito genéricas. Por exemplo, perguntar “quantas vezes”, “quanto” e “até que ponto” pode produzir resultados que não podem ser comparados. Perguntas tendenciosas e aquelas que fazem suposições devem igualmente ser evitadas. Um questionário piloto pode revelar possíveis problemas com a estrutura ou o conteúdo das perguntas e avaliar a reação geral do visitante à pesquisa. As entrevistas podem distinguir a indiferença da indecisão e ajudar a aperfeiçoar o texto das perguntas em uma pesquisa. Ao traduzir o questionário para o idioma local, vale a pena consultar o tradutor para garantir que não haja distorção nos resultados.

**O sequenciamento das perguntas** deve ser projetado para maximizar o índice de respostas. Uma entrevista ou pesquisa deve começar com uma explicação do objetivo, além de uma garantia de confidencialidade. As primeiras perguntas devem atrair a atenção do entrevistado, enquanto perguntas mais delicadas devem ser feitas no final. Os dados pessoais também devem ser deixados para o fim e o entrevistado deve receber garantias de que as respostas serão confidenciais. Perguntas importantes são melhor feitas no meio da pesquisa/entrevista, e mudanças repentinas de um tópico para outro devem ser evitadas.

### Exemplos de perguntas

#### Estabelecer o perfil individual do visitante

Com qual dos seguintes grupos você se identifica?

- Morador local
- Turista em viagem independente
- Turista em viagem organizada
- Visitando amigos/parentes
- Viajando a trabalho
- Outros \_\_\_\_\_

Se estiver de férias, desde o início do ano, esta viagem é

- sua única viagem de férias?
- uma das duas principais viagens de férias?
- uma viagem menor/secundária?

Qual é o principal objetivo da sua visita?

- Lazer, recreação e férias
- Visitar amigos e parentes
- Negócios e trabalho
- Tratamento de saúde
- Religião/peregrinações
- Outros \_\_\_\_\_

Você faz parte de uma viagem organizada?

- Sim  Não

Quantas noites você pretende ficar na região?

- 0 (somente durante o dia)  1-3  4-7
- 8-28  29-91  92-365

Esta é a sua primeira visita?  Sim  Não

Quantas pessoas com idade igual ou superior a 15 anos, incluindo você, estão em seu grupo imediato?

- 1  2  3  4  5  mais \_\_\_\_\_

Quantas crianças com idade inferior a 15 anos estão em seu grupo?

- 1  2  3  4  5  mais \_\_\_\_\_

#### Estabelecer a motivação do visitante

Quais são as principais características do sítio que motivaram a sua visita (classifique as três primeiras)?

- Acessibilidade
- Interesse histórico
- Paz e tranquilidade
- Entretenimento e recreação
- Qualidade da hospedagem
- Paisagem e áreas naturais
- Atividades específicas
- Cordialidade/hospitalidade
- Visitar amigos e parentes
- Apenas de passagem
- Atrações específicas
- Outros \_\_\_\_\_

#### Exemplos de perguntas sobre o transporte

Como você chegou a (nome do país) \_\_\_\_\_?

Por via aérea

- Voo programado  Afretamento  outros

Por via navegável

- Navios ou barcas de passageiros
- Cruzeiro  Outros

Por via terrestre

- Estrada de ferro  Ônibus organizado
- Ônibus público ou outro transporte rodoviário
- Veículo particular (até 8 pessoas)  Carro alugado
- Outros meios de transporte terrestre

#### Exemplos de perguntas sobre atividades e atrações visitadas no sítio

Em uma entrevista, o entrevistado pode apontar para um mapa para mostrar partes do sítio que foram visitadas, e o entrevistador pode registrar as respostas. Em um questionário pode-se listar os itens visitados, ou apresentar uma lista de todas as atrações com caixas para marcar. Se o questionário puder ser preenchido antes ou depois da visita, a questão deve oferecer as escolhas de "intenção de visitar" e "já visitado" para evitar viés. Uma terceira escolha pode ser "já ouviu falar". O seguinte exemplo de formato pode ser usado:

	<i>Já ouviu falar</i>	<i>Já visitou</i>	<i>Tem a intenção de visitar</i>
Atração A			
Atração B			
Atração C			
Atração D			
etc.			

## Pesquisas com turistas: técnicas e modelos

A participação em eventos em um sítio cultural pode ser registrada usando uma pergunta como:

Durante a sua estadia no Sítio do Patrimônio Mundial \_\_\_\_\_, você esteve presente em algum desses eventos?

- Teatro  Dança  Festival etc.

Em um sítio natural, o leque de atividades disponíveis pode ser apresentado em uma questão como:

Durante a sua estadia no Sítio do Patrimônio Mundial \_\_\_\_\_, você participou de quais das seguintes atividades?

- Escalada/montanhismo  Caminhadas  
 Pesca  Vela/esqui aquático etc.  
 Nenhum dos anteriores  
 Outros (especificar) \_\_\_\_\_

### Exemplos de perguntas sobre hospedagem

Onde você está hospedado para a sua visita ao Sítio do Patrimônio Mundial \_\_\_\_\_?

- Hotel/motel/hospedaria/chalé  Pousada  
 Pousada com café da manhã incluso/hospedagem rural  
 Aluguel com cozinha própria  Caravana  
 Acampamento  Propriedade conjunta  
 Albergue  Casa de amigos/parentes  
 Residência secundária  Outros

Onde você fez a sua reserva?

- Centro de informações de turismo ou agência de turismo  
 Diretamente com o estabelecimento de hospedagem  
 Agente de viagens  
 Serviço central de reservas  
 Outros

Quando você fez a sua reserva?

- Antes da partida (quando?) \_\_\_\_\_  
 Na chegada

### Exemplos de perguntas para avaliar os materiais promocionais

Qual dos seguintes fatores influenciou a sua decisão de visitar este sítio?

- Uma visita prévia  
 Conselhos de amigos/parentes  
 Conselhos de um centro de informações turísticas  
 Folheto  Livros-guia de turismo  
 Artigos de jornal/revista em seu país  
 Anúncios em jornal/revista em seu país  
 Artigos de jornal/revista em (nome do país) \_\_\_\_\_

- Anúncios em jornal/revista em (nome do país) \_\_\_\_\_  
 Programa de rádio (onde?) \_\_\_\_\_  
 Programa de TV (onde?) \_\_\_\_\_  
 Outros: \_\_\_\_\_

Se você obteve (panfletos, folhetos) informativos sobre este sítio antes desta visita, de onde os recebeu? \_\_\_\_\_

- Agente de turismo em seu país  
 Agente de turismo em (nome do país) \_\_\_\_\_  
 Operador turístico antes da partida  
 Amigos/parentes  
 Exposição de turismo  
 No avião  
 Centro de informações de turismo em outros lugares do país

Quando (em que mês) você começou a pensar seriamente em vir para (nome do país)? \_\_\_\_\_

Quando (em que mês) você começou a buscar informações? \_\_\_\_\_

Quando fez a sua reserva? \_\_\_\_\_

### Exemplos de perguntas sobre as despesas dos visitantes

Pergunte sobre as despesas somente em pesquisas na saída. O entrevistado deve especificar o número de pessoas em seu grupo. Forneça instruções claras sobre quais despesas incluir, por exemplo, pagamentos antecipados, pagamentos efetuados em seu nome (por exemplo, por seu empregador), custo das reservas, pagamentos com cartão de crédito.

Em relação à visita ao sítio, quanto você gastou e quanto gastaram os outros membros do seu grupo até o momento?

Hospedagem (se não for inclusa) \_\_\_\_\_

Alimentação \_\_\_\_\_

Transporte \_\_\_\_\_

Lazer, cultura e eventos esportivos \_\_\_\_\_

Compras \_\_\_\_\_

Que tipo de bens e serviços locais você comprou durante a sua visita?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Em uma entrevista presencial, a pergunta poderia ser formulada da seguinte forma: "Quanto você acha que gastou com determinados itens?". No final da entrevista, some todos os itens para que o entrevistado aprove o total.

### Exemplos de perguntas para avaliar a visita

Perguntas fechadas podem ser usadas para obter uma avaliação do sítio pelo visitante, normalmente com uma

escala consistente de cinco níveis, de 1 (muito bom) a 5 (muito ruim). Perguntas abertas podem complementar perguntas fechadas para coletar explicações para classificações ruins, da seguinte forma:

Se você usou alguma das seguintes instalações e visitou alguma das seguintes atrações no sítio, como você as avalia?

- |   |           |   |       |   |            |
|---|-----------|---|-------|---|------------|
| 1 | Muito bom | 3 | Médio | 5 | Muito ruim |
| 2 | Bom       | 4 | Ruim  |   |            |

Instalação A \_\_\_\_\_

Instalação B \_\_\_\_\_

Instalação C \_\_\_\_\_

etc.

Atração 1 \_\_\_\_\_

Atração 2 \_\_\_\_\_

etc.

Se você respondeu ruim ou muito ruim a algum dos itens acima, por favor, explique mais neste espaço:

---

---

---

---

Algum outro comentário?

---

---

---

---

Qual a probabilidade de você retornar ao sítio no futuro?

- Muito provável  
 Provável  
 Improvável  
 Muito improvável  
 Não sei

Se você respondeu improvável ou muito improvável, por favor, explique o porquê neste espaço:

---

---

---

---

Outras perguntas abertas podem incluir:

Há alguma forma específica em que poderíamos melhorar este sítio para tornar a visita mais agradável?

---

---

---

---

Na sua opinião, qual foi a parte mais agradável de sua visita a (nome do sítio)?

---

---

E a menos agradável?

---

---

Você recomendaria este sítio a outra pessoa?

- Sim  Não

Se a resposta for "não", por favor, explique mais neste espaço:

---

---

---

---

Qual a probabilidade de recomendar (nome do sítio) a outra pessoa?

- Muito provável  
 Provável  
 Improvável  
 Muito improvável  
 Não sei

### Perguntas pessoais

Alguns entrevistados que podem ter tido receio de responder negativamente as perguntas anteriores mais diretas podem ser mais sinceros nesta seção.

Esta seção deve vir por último com uma confirmação de como as informações serão usadas. Uma introdução poderia ser formulada da seguinte forma:

Nós agradeceríamos se pudesse responder as seguintes perguntas sobre você. Esta informação nos permitirá comparar os pontos de vista e experiências de diferentes grupos de pessoas que visitam este sítio. Todas as informações que você fornecer serão mantidas no maior sigilo.

Você é do sexo:

- Feminino  Masculino

Qual é a sua faixa etária?

- 15-24  25-34  35-44  45-54  
 55-64  ≥ 65

Qual é o seu estado civil?

- Solteiro(a)  Casado(a)/união estável  
 Viúvo(a)  Divorciado(a)/separado(a)

Por favor, indique qual das seguintes categorias se aplica a você:

- Empregado(a) em tempo integral  
( $\geq$  30 horas por semana)
- Empregado(a) em meio período  
( $<$ 30 horas por semana)
- Estudante
- Desempregado(a)
- Aposentado(a)
- Do lar
- Outros (especifique) \_\_\_\_\_

As perguntas sobre os níveis de renda podem oferecer intervalos, como as faixas etárias. O dólar americano é a moeda usada mais frequentemente na indústria de viagens e turismo, mas alguns entrevistados podem preferir responder em sua própria moeda.

### ***Dicas para a realização de pesquisas e entrevistas***

Questionários para preenchimento pelo entrevistado tendem a ser preenchidos por visitantes que não estão satisfeitos.

Os entrevistadores devem ser treinados para garantir a consistência. As perguntas devem ser analisadas com cuidado para evitar qualquer mal-entendido, e os entrevistadores devem estar familiarizados com os objetivos e a metodologia da pesquisa, especialmente as diretrizes para determinar a quem entrevistar.

### ***Os entrevistadores devem evitar:***

- Conversar sobre outros assuntos;
- Iludir os entrevistados sobre a duração e/ou o conteúdo do questionário;
- Dar opiniões sobre as respostas do entrevistado;
- Permitir que o entrevistado veja o questionário;
- Entrevistar crianças sem a permissão apropriada.

### ***Fontes comuns de distorções na entrevista incluem:***

- Falsificação – o entrevistador pode falsificar os dados, inventando as respostas;
- Influenciar o entrevistado, especialmente em questões delicadas; a aparência do entrevistador também pode influenciar o entrevistado;
- Erros ao fazer perguntas;
- Erros ao registrar as respostas – descuido ao marcar as caixas e/ou registro impreciso ou incompleto das respostas a perguntas abertas.

### ***Análise dos dados***

O processamento dos dados não precisa ser complicado. Cálculos de porcentagem simples podem fornecer informações extremamente úteis sobre a situação no sítio. Assim como o monitoramento, o processamento de dados deve ser consistente a longo prazo para que os padrões possam ser observados.

Um índice de referência deve ser definido antes do exercício começar para indicar uma porcentagem mínima de questionários concluídos necessários para considerar a pesquisa válida.

### ***Estatísticas***

As estatísticas são o resultado de cálculos específicos de dados quantitativos. Muitos pacotes de *software* de computador podem realizar análises estatísticas, mas exigem conhecimento dos princípios e técnicas analíticas.

# Apêndice 2

## Carta Internacional sobre o Turismo Cultural



*Centro Histórico de Salvador da Bahia, Brasil*

© UNESCO/Francesco Bandarin

## Princípio 1

**O turismo nacional e internacional é um dos principais veículos do intercâmbio cultural. A proteção do patrimônio cultural deve oferecer oportunidades responsáveis e bem geridas aos membros das comunidades de acolhimento e aos visitantes, para a fruição e compreensão do patrimônio e da cultura das diversas comunidades.**

**1.1 O patrimônio natural e cultural é um recurso material e espiritual, proporcionando uma narrativa do desenvolvimento histórico.** Ele tem um papel importante na vida moderna e deve ser tornado física, intelectual e/ou emocionalmente acessível ao público geral. Os programas estabelecidos para a proteção e conservação dos atributos físicos, dos aspectos intangíveis, das expressões culturais contemporâneas e de contexto amplo, devem facilitar uma compreensão e uma apreciação do significado do patrimônio, pela comunidade de acolhimento e pelos visitantes, de uma maneira equitativa e sustentável.

**1.2 Os aspectos individuais do patrimônio natural e cultural têm diferentes níveis de significado, alguns com valores universais, outros de importância nacional, regional ou local.** Os programas de interpretação estabelecidos devem apresentar esse significado de uma maneira relevante e acessível à comunidade de acolhimento e aos visitantes, com formas apropriadas, estimulantes e contemporâneas de educação, mídia, tecnologia e explicação peculiar das informações históricas, ambientais e culturais.

**1.3 Os programas de interpretação e de apresentação estabelecidos devem facilitar e encorajar um elevado nível de conhecimento público e o necessário apoio para a sobrevivência a longo prazo do patrimônio natural e cultural.**

**1.4 Os programas de interpretação estabelecidos devem apresentar o significado dos sítios do patrimônio, das tradições e das práticas culturais compreendido na experiência passada e nas diversidades atuais da área e da comunidade de acolhimento, incluindo as pertencentes a grupos culturais ou linguísticos minoritários.** O visitante deve ser sempre informado sobre os diferentes valores culturais que podem estar associados a um recurso do patrimônio em particular.

## Princípio 2

**A relação entre os conjuntos patrimoniais e o turismo é dinâmica e deve ultrapassar os conflitos de valores que atravessam os dois conceitos. Esta relação deve ser gerida de forma sustentável, em benefício das gerações atuais e futuras.**

**2.1 Os sítios com significado cultural têm um valor intrínseco para todas as pessoas, constituindo bases importantes para a diversidade cultural e para o desenvolvimento social.** A proteção e a conservação a longo prazo das culturas vivas, dos sítios e conjuntos do patrimônio, da sua integridade física e ecológica, e do seu contexto ambiental devem ser um componente essencial das políticas sociais, econômicas, governamentais, legislativas, culturais e de desenvolvimento turístico.

**2.2 A interação entre os recursos, ou os valores, do patrimônio e o turismo é dinâmica e está sempre em mudança, gerando tanto oportunidades como desafios, assim como potenciais conflitos.** As obras, as atividades e os desenvolvimentos do turismo devem concretizar resultados positivos e minimizar os impactos adversos sobre o patrimônio e sobre os estilos de vida da comunidade de acolhimento, ao mesmo tempo que respondem às necessidades e às aspirações dos visitantes.

**2.3 Os programas de conservação, interpretação e desenvolvimento do turismo devem ser baseados em uma compreensão abrangente dos aspectos específicos, mas frequentemente complexos ou conflitantes, do significado do patrimônio de um sítio em particular.** A pesquisa e a consulta permanentes são importantes para o avanço da compreensão evolutiva e da apreciação desse significado.

**2.4 É importante a retenção da autenticidade dos sítios e conjuntos do patrimônio.** Ela é um elemento essencial do seu significado cultural, conforme está expresso no material físico, nas memórias coletadas e nas tradições intangíveis que restam do passado. Os programas estabelecidos devem apresentar e interpretar a autenticidade dos sítios e das experiências culturais, para valorizarem a apreciação e a compreensão desse patrimônio cultural.

**2.5 Os desenvolvimentos turísticos e as obras de infraestrutura devem ter em consideração as características estéticas, as dimensões social e cultural, as paisagens natural e cultural, a biodiversidade e o contexto visual mais amplo dos sítios do patrimônio.** Deve ser dada preferência à utilização de materiais locais e devem ser levados em consideração os estilos arquitetônicos locais ou as tradições vernáculas.

**2.6 Antes dos sítios do patrimônio serem promovidos ou desenvolvidos para o aumento do turismo, devem ser avaliados planos de gestão dos valores naturais e culturais do recurso.** Em seguida, devem ser estabelecidos limites apropriados para as mudanças aceitáveis, particularmente em relação ao impacto do número de visitantes sobre as características físicas, a integridade, a ecologia e a biodiversidade do sítio, para o acesso ao local, e sobre os sistemas de transporte, o bem-estar social, econômico e cultural da comunidade de acolhimento. Se for provável que o nível de mudanças se torne inaceitável, a proposta de desenvolvimento deve ser modificada.

**2.7 Devem existir programas correntes de avaliação dos impactos progressivos das atividades turísticas e do desenvolvimento sobre um sítio ou sobre uma comunidade em particular.**

### Princípio 3

**O planejamento da conservação e do turismo para conjuntos do patrimônio deve garantir que a experiência do visitante seja proveitosa, satisfatória e agradável.**

**3.1 Os programas de conservação e de turismo devem apresentar informações com elevada qualidade para otimizar a compreensão do visitante sobre as características significativas do patrimônio e sobre a necessidade da sua proteção, permitindo a esse visitante usufruir o sítio de uma maneira apropriada.**

**3.2 Os visitantes devem poder usufruir o sítio do patrimônio no seu próprio ritmo, se eles assim o escolherem.** Podem ser necessários caminhos de circulação que minimizem impactos sobre a integridade física do sítio e sobre as suas características naturais e culturais.

**3.3 O respeito pela santidade dos sítios espirituais, das práticas e das tradições é uma consideração importante para os gestores dos sítios, para os visitantes, para os autores de políticas, para os planejadores e para os operadores turísticos.** Os visitantes devem ser encorajados a se comportar como hóspedes bem-vindos, respeitando os valores e os estilos de vida da comunidade de acolhimento, rejeitando o possível roubo ou o tráfico ilícito dos bens culturais, e se comportando de maneira respeitosa, de modo que possa gerar um renovado bom acolhimento, no caso de regressarem.

**3.4 O planejamento para as atividades do turismo deve providenciar instalações apropriadas para o conforto, a segurança e o bem-estar do visitante, que valorizem a fruição da visita, mas que não tenham um impacto adverso sobre elementos significativos ou sobre características ecológicas importantes.**

### Princípio 4

**As comunidades de acolhimento e os povos indígenas devem participar do planejamento para a conservação e o turismo.**

**4.1 Devem ser respeitados os direitos e os interesses da comunidade de acolhimento, no âmbito regional e local, e dos proprietários e povos indígenas relevantes que possam exercer direitos ou responsabilidades tradicionais sobre a sua própria terra e sobre os seus sítios significativos.**

Eles devem ser envolvidos no estabelecimento de objetivos, estratégias, políticas e protocolos para a identificação, conservação, gestão, apresentação e interpretação dos seus próprios recursos, práticas e expressões culturais contemporâneas, no contexto do turismo.

**4.2 Embora o patrimônio de qualquer sítio, ou região, específico possa ter uma dimensão universal, devem ser respeitadas as necessidades e os desejos de algumas comunidades, ou povos indígenas, de restringirem ou de gerirem o acesso físico, espiritual ou intelectual a certas práticas culturais, conhecimentos, crenças, atividades, artefatos ou sítios.**

### Princípio 5

**As atividades de turismo e conservação devem beneficiar as comunidades de acolhimento.**

**5.1 Os autores de políticas devem promover medidas para a distribuição equitativa dos benefícios provenientes do turismo pelos países ou regiões, melhorando os níveis de desenvolvimento socioeconômico e contribuindo, onde necessário, para o alívio da pobreza.**

**5.2 As atividades de gestão da conservação e do turismo devem proporcionar benefícios econômicos, sociais e culturais equitativos para os homens e para as mulheres da comunidade de acolhimento, em todos os níveis, através da educação e da formação, bem como da criação de oportunidades de emprego de tempo integral.**

**5.3 Uma proporção significativa dos rendimentos, especificamente os derivados dos programas de turismo para os sítios culturais, deve ser atribuída à proteção, conservação e apresentação desses sítios, incluindo os seus contextos naturais e culturais.** Sempre que possível, os visitantes devem ser informados sobre essa atribuição de recursos.

**5.4 Os programas de turismo devem encorajar a formação e o emprego de guias e de intérpretes do sítio a partir da comunidade de acolhimento, para valorizarem as competências das populações locais na apresentação e na interpretação dos seus valores culturais.**

**5.5 A interpretação do patrimônio e os programas de educação entre as populações locais da comunidade de acolhimento devem encorajar o envolvimento de intérpretes de sítio locais.** Os programas devem promover o conhecimento e o respeito pelo seu próprio patrimônio, encorajando as populações locais a ter um interesse direto no seu cuidado e na sua conservação.

**5.6 Os programas de gestão da conservação e de turismo devem incluir a educação e oportunidades**



**de formação para autores de políticas, planejadores, investigadores, projetistas, arquitetos, intérpretes, conservadores e operadores de turismo.** Os participantes devem ser encorajados a compreender e a ajudar a resolver as questões, oportunidades e problemas que, às vezes, os seus colegas encontram.

### **Princípio 6**

**Os programas de promoção do turismo devem proteger e valorizar as características do patrimônio natural e cultural.**

**6.1 Os programas de promoção do turismo devem criar expectativas realísticas e informar responsabilmente os potenciais visitantes sobre as características do patrimônio específico de um sítio, ou de uma comunidade de acolhimento, encorajando-os, dessa forma, a se comportar adequadamente.**

**6.2 Os sítios e os conjuntos com significado cultural devem ser promovidos e geridos por formas que protejam a sua autenticidade e que valorizem a experiência do visitante, pela minimização das flutuações nas chegadas e evitando números excessivos de visitantes em um mesmo momento.**

**6.3 Os programas de promoção do turismo devem proporcionar uma ampla distribuição de benefícios e aliviar as pressões sobre os sítios mais populares, pelo encorajamento aos visitantes para experimentarem características mais amplas do patrimônio natural e cultural da região ou da localidade.**

**6.4 A promoção, distribuição e venda de artigos locais e de outros produtos deve proporcionar um retorno social e econômico razoável à comunidade de acolhimento, ao mesmo tempo em que deve garantir que a sua integridade cultural não seja degradada.**

# Apêndice 3

## Editoras de guias, revistas e jornais



*Brasília, Brasil*

© UNESCO/Ron Van Oers

**Nota: podem ter sido feitas alterações nos nomes e endereços desde a compilação desta lista.**

**(especializações indicadas entre parênteses)**

## LIVROS-GUIA

### ■ AUSTRÁLIA:

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

#### **Lonely Planet Publications**

A.C.N. 055 607 983;  
PO Box 617  
Hawthorn, Victoria 3122  
Australia  
e-mail: talk2us@lonelyplanet.com.au  
site: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

### ■ REINO UNIDO:

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

*(para mochileiros)*

#### **Bradt Publishing**

41 Nortoft Rd.  
Bucks, SL9 0LA  
United Kingdom

#### **Insight Guides**

PO Box 7910  
London SE1 8ZB  
United Kingdom  
e-mail: insight@apaguide.demon.co.uk  
site: [www.insightguides.com](http://www.insightguides.com)

#### **Lonely Planet Publications**

Spring House  
10A Spring Place  
London NW5 3BH UK  
e-mail: go@lonelyplanet.co.uk  
site: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

*(para turistas independentes)*

#### **Mexico and Central American Handbook Trade and Travel Publications Ltd.**

6 Riverside Court  
Riverside Road  
Bath BA2 3DZ  
United Kingdom

#### **Moorland Publishing Co.**

Moor Farm Road, Airfield Estate  
Ashbourne DE6 1HD  
United Kingdom

*(para turistas independentes)*

#### **Rough Guides UK**

62-70 Shorts Gardens  
London WC2H 9AB UK  
site: [www.roughguides.com](http://www.roughguides.com)

### ■ CANADÁ:

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

#### **Blue Guides**

10 Alcorn Avenue  
Toronto  
Ontario, M4V 3B2  
Canada

*(enviar aos cuidados do Rédacteur en chef)*

#### **Ulysse, Editeur du voyage**

Rigole  
4176, rue Saint-Denis  
Montreal, Quebec, H2W 2M5  
Canada  
e-mail: info@ulyse.ca  
site: [guidesulyse.com](http://guidesulyse.com)

### ■ FRANÇA:

*(enviar aos cuidados do Rédacteur en chef)*

#### **Guides Autrement**

Editions Autrement  
17 rue du Louvre  
75001 Paris France

*(para turistas independentes)*

#### **Guides Bleus Evasion**

Courrier des lecteurs  
43, quai de Grenelle  
75905 Paris Cedex 15  
France

#### **Guides Michelin**

46, av de Breteuil  
75324 Paris Cedex 07  
France  
site: [www.michelin-travel.com](http://www.michelin-travel.com)

#### **Guides du Routard**

5 rue de l'Arrivée  
92190 Meudon  
France  
e-mail: routard@club-internet.fr  
site: [www.routard.com](http://www.routard.com)

#### **Le Petit Futé Country Guide**

18 rue des Volontaires  
75015 Paris  
France  
e-mail: info@petitfute.com  
site: [www.petitfute.com](http://www.petitfute.com)

#### **Lonely Planet Publications**

1 rue du Dahomey  
75011 Paris  
France  
e-mail: bip@lonelyplanet.fr  
site: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

**Objective Terre**

211 bis, av Charles de Gaulle  
92200 Neuilly-sur-Seine  
France

**Syros**

9 bis rue Abel  
Lovellacque 75013 Paris  
France

■ **ALEMANHA:**

*(enviar aos cuidados do Chefredakteur)*

**Verlag Karl Baedeker GmbH**

Postfach: 3162  
D-73751  
Ostfildern  
Deutschland  
e-mail: baedeker@mairs.de  
site: [www.baedeker.com](http://www.baedeker.com)

**Polyglot Press**

Neusser Strasse Str. #3  
80807 München  
Deutschland

**Reise Handbook**

Velbingses  
Verlag Martin Bahnhofstr 106 8032  
Grafelfing, München  
Deutschland

**Reise Know How**

Profit Buchvertrieb  
Post Fach9  
35463 Fernwald, Annevel  
Deutschland

■ **SINGAPURA:**

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

**Insight Guide**

Hofer Media (Pte) Ltd.  
Orchard Point  
PO Box 219  
Singapore 9123

■ **ESTADOS UNIDOS:**

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

**Berkeley Guide**

505 Eshleman Hall,  
University of California  
Berkeley, CA 94720  
USA

**Blue Guides**

WW Norton & Co. Inc.  
500 Fifth Ave.  
New York, NY 10110  
USA

**Fodor's Travel, specialty markets**

201 East 50<sup>th</sup> Street  
New York, NY 10022  
USA  
e-mail: new@fodors.com  
site: [www.fodors.com](http://www.fodors.com)

**Let's Go Publications**

Harvard Student Agencies  
Harvard University  
Thayer Hall-B  
Cambridge, MA 02138  
USA  
site: [www.letsgo.com](http://www.letsgo.com)

**Lonely Planet Publications**

150 Linden Street  
Oakland CA 94607  
USA  
e-mail: info@lonelyplanet.com  
site: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

**MacmillanTravel Guides**

1633 Broadway  
New York, NY 10019  
USA

*(para turistas independentes)*

**Moon Publications**

722 Wall Street  
Chico, CA 95928  
USA  
e-mail: travel@moon.com  
site: [www.moon.com](http://www.moon.com)

**Penguin Books USA Inc.**

375 Hudson Street  
New York, NY 10014  
USA  
site: [www.penguin.com](http://www.penguin.com)

**Rough Guides USA**

345 Hudson Street  
New York, NY 10014  
USA  
site: [www.roughguides.com](http://www.roughguides.com)

**The Real Guide Series**

Prentice Hall Press  
15 Columbus Circle  
New York, NY 10023  
USA

## REVISTAS

### ■ FRANÇA:

*(enviar aos cuidados do Rédacteur en chef)*

*(turismo mundial)*

#### **Geo France**

6 rue Daru  
75379 Paris Cedex 08 France

*(mercado geral de turismo francês)*

#### **Grands Reportages**

6, rue Ivory  
38027 Grenoble Cedex 1 France  
e-mail: [infos@grands-reportages.com](mailto:infos@grands-reportages.com)  
site: [grands-reportages.com](http://grands-reportages.com)

*(para caminhadas/montanhismo)*

#### **SRLA La Marche**

21 bis, av Sainte-Marie  
Saint-Mande 94160  
France

*(ênfase em conservação da vida selvagem)*

#### **Nature Magazine**

15 rue Cassette  
Paris 75006  
France

*(questões de conservação da vida selvagem)*

#### **Randonnée Magazine**

26 rue des Amandiers Nanterre,  
Paris 92000  
France

*(questões da natureza)*

#### **Terre Sauvage**

3, rue Bayard  
75393 Paris Cedex 08  
France

*(mercado geral de turismo francês)*

#### **L'art de Voyager**

175, rue d'Aguesseau  
92643 Boulogne-Billancourt  
France  
site: [www.voyager.fr](http://www.voyager.fr)

### ■ ALEMANHA:

*(enviar aos cuidados do Chefredaktur)*

*(turismo de aventura)*

#### **Abenteur & Reisen**

Lange Strabe 13  
Frankfurt 60055  
Deutschland

*(turismo geral)*

#### **Freizeit & Reisen**

Oeverseestraße 24-26  
Hamburg 22769  
Deutschland

*(turismo mundial)*

#### **Geo Germany**

Postfach 110011  
Hamburg 11, 2000  
Deutschland  
site: [www.geo.de](http://www.geo.de)

*(turismo de aventura)*

#### **Globo**

Ring 212  
München  
Deutschland 81739

*(caminhadas, montanhismo, campismo)*

#### **Outdoor**

Postfach 2160  
Weinstadt-Benzach 71371  
Deutschland

#### **Reise & Preise**

Postfach 1342  
Deutschland 21603  
site: [www.reise-preise.de](http://www.reise-preise.de)

*(turismo de aventura)*

#### **Safari Touristic Aktwel**

Martin Berharm Str. #12  
Nevisenburg, 63263  
Deutschland

### ■ ESPANHA:

*(aventura ao ar livre)*

#### **Aire Libre**

P. Marques de Monistrol 7  
28011 Madrid 479 86 61  
España

### ■ ESTADOS UNIDOS:

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

#### **Backpacker Magazine**

Rondale Press, Inc.  
33 E. Minor  
Emmaus, PA 18098  
USA

#### **Birders' World**

21027 Crossroads Circle  
PO Box 1612  
Waukesha, WI 53187-1612  
USA  
site: [www.birdersworld.com](http://www.birdersworld.com)

**Birdwatchers Digest**

PO Box 110  
Marietta, OH 4875  
USA  
e-mail: [bwd@birdwatchersdigest.com](mailto:bwd@birdwatchersdigest.com)  
site: [www.birdwatchersdigest.com](http://www.birdwatchersdigest.com)

*(turismo geral)*

**Condé Nast Traveller**

360 Madison Ave.  
New York, NY 10017 USA  
site: <http://condenet.com/mags/trav/>

*(aventura ao ar livre, ecoturismo geral)*

**EcoTraveler Magazine**

9560 S.W. Nimbus  
Beaverton, OR 97008  
USA

*(aventura ao ar livre, ecoturismo geral)*

**Escape Magazine**

PO Box 5159  
Santa Monica, CA 90409-5159  
USA

**Fancy Publications, Inc.**

WildBird  
3 Boroughs  
Irvine, CA 92718 USA  
site: [www.wildbirdmagazine.com](http://www.wildbirdmagazine.com)

*(aventura ao ar livre, ecoturismo geral)*

**Outside Magazine**

400 Market St.  
Santa Fe, NM 87501  
USA  
site: [www.outsidemagazine.com](http://www.outsidemagazine.com)

*(turismo geral)*

**Travel Holiday 2**

8 West 23<sup>rd</sup> St.  
New York, NY 10010  
USA  
site: [www.travelholiday.com](http://www.travelholiday.com)

*(turismo geral)*

**Travel & Leisure**

1120 Ave. of the Americas  
New York, NY 10036  
USA

*(questões de conservação da vida selvagem)*

**Wildlife Conversation**

Bronx Zoo Conservation Park  
Bronx, NY 10460  
USA  
site: [www.wildlifeconservation.com](http://www.wildlifeconservation.com)

**JORNAIS**

■ **CANADÁ:**

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief ou Rédacteur en chef)*

**La Presse**

7 rue St. Jacques  
Montreal, Quebec H2Y 1K9  
Canada

**The Gazette**

250 rue St. Antoine W.  
Montreal, Quebec H2Y 3R7  
Canada  
site: [www.gazette.com](http://www.gazette.com)

**The Globe & Mail**

444 Front St. West  
Toronto, ON M5V 2S9  
Canada  
e-mail: [Newsroom@GlobeAndMail.ca](mailto:Newsroom@GlobeAndMail.ca)  
site: [www.globeandmail.ca](http://www.globeandmail.ca)

**The Toronto Star**

One Young St.  
Toronto, ON M5E 1E6  
Canada  
e-mail: [city@thestar.ca](mailto:city@thestar.ca)  
[editorial@thestar.ca](mailto:editorial@thestar.ca)  
site: [www.torontostar.ca](http://www.torontostar.ca)

**The Vancouver Sun**

200 Granville Street  
Vancouver, BC V6C 3N3  
Canada  
site: [www.vancouver.sun.com](http://www.vancouver.sun.com)

■ **FRANÇA:**

*(enviar aos cuidados do Rédacteur en chef)*

**Le Figaro**

37 rue du Louvre  
75081 Paris cedex 02  
France  
site: [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr)

**Le Monde**

21 bis rue Claude-Bernard  
75242 Paris, cedex 05  
France  
site: [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

■ **ALEMANHA:**

*(enviar aos cuidados do Chefredaktur)*

**Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH**

60267 Frankfurt am Main  
Hellerhofstr 2-4  
Frankfurt Deutschland

**Frankfurter Rundschau**

Frankfurt am Main  
Deutschland 60266

**Frankfurt-Verl Bild an Sonntag**

(Travel Department)  
Emil-Von-Behring Str. #6  
Frum Deutschland 60439

**Herausgeber und Chefredakteur**

Abenteuer & Reisen  
Lange Strabe 13  
Frankfurt Deutschland 60311

**Der Tagesspiegel**

Berlin  
Deutschland 10785

**Die Welt**

Kochstr. 50  
Berlin  
Deutschland 10888  
site: [www.diewelt.de](http://www.diewelt.de)

■ **ESTADOS UNIDOS:**

*(enviar aos cuidados do Editor in Chief)*

**The New York Times**

229 W. 43<sup>rd</sup> St.  
New York, NY 10036  
USA  
site: [www.newyorktimes.com](http://www.newyorktimes.com)

**The Washington Post**

1150 15<sup>th</sup> St. N.W.,  
Washington, DC 20071  
USA  
site: [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)

**Chicago Tribune**

435 N. Michigan Ave.  
Chicago, IL 60611 USA  
site: [www.chicagotribune.com](http://www.chicagotribune.com)

**Houston Chronicle**

PO Box 4260  
Houston, TX 77210  
USA

**Los Angeles Times**

Times Mirror Square  
Los Angeles, CA 90053  
USA  
site: [www.latimes.com](http://www.latimes.com)

**Seattle Times**

Fairview Ave. N. & John  
PO Box 70  
Seattle, WA 98111  
USA  
site: [www.seattletimes.com](http://www.seattletimes.com)

**The Arizona Republic**

200 E. Van Buren St.  
Phoenix, AZ 85004  
USA  
site: [www.arizonarepublic.com](http://www.arizonarepublic.com)

**The Boston Globe**

135 Morrissey Blvd.  
PO Box 2378  
Boston, MA 02109 USA  
site: [www.bostonglobe.com](http://www.bostonglobe.com)

**The Dallas Morning News**

Communications Center  
PO Box 655237  
Dallas, TX 75265  
USA  
site: [www.dallasnews.com](http://www.dallasnews.com)

**The Miami Herald**

One Herald  
Plaza Miami, FL 33132-1693  
USA  
site: [www.miamiherald.com](http://www.miamiherald.com)

**The Oregonian**

1320 S.W. Broadway  
Portland, OR 97201  
USA  
site: [www.oregonian.com](http://www.oregonian.com)

**The Philadelphia Inquirer**

400 N. Broad St.  
PO Box 8263  
Philadelphia, PA 19101 USA  
site: <http://inquirer.com>

# Manuais do Patrimônio Mundial

## **UNESCO – Representação no Brasil**

SAUS, Quadra 5, Bloco H, Lote 6,  
Ed. CNPq/IBICT/UNESCO, 9º andar  
70070-912, Brasília, DF, Brasil  
Tel.: (55 61) 2106-3500

Site: [www.unesco.org/brasil](http://www.unesco.org/brasil)

E-mail: [grupoeditorial@unesco.org.br](mailto:grupoeditorial@unesco.org.br)

facebook.com/unesco brasil

twitter: @unesco brasil

Instagram: @unesco brasil

## **CLC – Centro Lucio Costa**

Palácio Gustavo Capanema,  
Rua da Imprensa, 16, 9º andar, Centro  
20.030-120, Rio de Janeiro, RJ, Brasil  
Tel.: (55 61) 2215 3805, 2215 3578

Fax: (55 61) 2215 5852

E-mail: [clc@iphan.gov.br](mailto:clc@iphan.gov.br)

## **IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**

SEPS Quadra 713/913 Sul, Bloco D,  
Edifício IPHAN, Asa Sul  
70.390-135, Brasília, DF, Brasil

Tel.: (55 61) 2024 5500,

2024 5502, 2024 5501

Fax: (55 61) 2024 5514

Site: [www.iphan.gov.br](http://www.iphan.gov.br)

E-mail: [gabinete@iphan.gov.br](mailto:gabinete@iphan.gov.br)

facebook.com/Iphan.GovBr

## **Ministério da Cidadania**

Esplanada dos Ministérios

Bloco A – 7º andar

CEP 70.050-902 – Brasília/DF

Tel.: (61) 2030 1531, 2030 1302,

2030 1527, 2030 1672, 2030 1677

Site: <http://www.mds.gov.br/>