

O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica

Visão Sistêmica do desenvolvimento turístico local e regional

Marcelo Oliveira Barros

Mestrando em Desenvolvimento Regional

Centro Universitário de Franca – Uni-Facef

Membro do GEDE/CNPq – Grupo de Estudos de Desenvolvimento

Sibele Castro Silva

Mestranda em Desenvolvimento Regional

Centro Universitário de Franca – Uni-Facef

Membro do GEDE/CNPq – Grupo de Estudos de Desenvolvimento

Profª. Drª. Arlete Eni Granero

Orientadora no Programa de Mestrado Multidisciplinar em Desenvolvimento Regional

Centro Universitário de Franca – Uni-Facef

Pesquisadora do GEDE/CNPq – Grupo de Estudos de Desenvolvimento

Prof. Dr. Hélio Braga Filho

Orientador no Programa de Mestrado Multidisciplinar em Desenvolvimento Regional

Centro Universitário de Franca – Uni-Facef

Pesquisador do GEDE/CNPq – Grupo de Estudos de Desenvolvimento

Resumo

A atividade turística deve ser analisada como um conjunto de amplas relações, apresentando interações com o ambiente econômico, jurídico, social, político, ecológico, tecnológico, entre outros. O turismo está inserido no setor terciário da economia e seu efeito multiplicador compreende um imenso número de empresas, atuando direta e indiretamente no seu desenvolvimento. Quando bem planejado, é gerador de empregos e riqueza, via de intercâmbio cultural, caminho para a conservação das belezas naturais e culturais e gerador de positivas mudanças sociais. Neste contexto, para que o turismo regional brasileiro se desenvolva de forma sistêmica, focando o desenvolvimento endógeno, dando ênfase aos aspectos sociais, culturais, éticos e de desenvolvimento comunitário, estimulando o desenvolvimento local sem abandonar o fator econômico (MARTINELLI e JOYAL, 2004), é preciso à integração e interação dos agentes que

compõem esse processo como a iniciativa privada, o poder público e a comunidade local. Essa é a base para o desenvolvimento sustentável do turismo, definido pela OMT - Organização Mundial de Turismo como aquele que atende às necessidades dos turistas e das regiões receptoras e ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o futuro. O desenvolvimento sustentável do turismo se mostra como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer as necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade e os sistemas que sustentam a vida (DIAS, 2005).

Palavras-chave: Turismo; Visão Sistêmica; Sustentabilidade; Desenvolvimento Econômico.

Introdução

A atividade turística deve ser entendida pelo deslocamento de pessoas, de uma região à outra, por tempo limitado, com o objetivo de satisfazer uma ou mais necessidades, retornando posteriormente ao seu local de origem. Este fenômeno difere de outras manifestações de mobilidade espacial como migração ou movimentos de rotina do cotidiano, como ir ao trabalho ou às compras do dia a dia.

A OMT - Organização Mundial de Turismo determina que este deslocamento faz-se para lugar não coincidente com a residência habitual, por um período de 24 horas ou mais, sem o objetivo de exercer atividade remunerada. Observa-se, porém, a existência de turistas que fogem às regras como turistas de negócios, eventos ou excursionistas.

Desde o século XVIII, a aristocracia européia já empreendia viagens para ocupar o tempo disponível com lazer, traçando assim os primeiros passos para uma futura atividade econômica turística.

Hoje com o desenvolvimento dos meios de transporte, com a globalização e uma maior renda e tempo livre por parte dos cidadãos comuns, a preocupação destes com a obtenção de cultura e bem estar faz com que o turismo desponte como setor econômico de maior potencial de crescimento no mundo.

Segundo o WTTC - Conselho Mundial de Viagens e Turismo/World Travel and Tourism Council (2008), o setor de turismo emprega diretamente cerca de 234 milhões

de pessoas no mundo e em 2007 manifestou um crescimento de 4,2% em suas atividades. É hoje uma indústria que movimenta em torno de 720 milhões de turistas ao redor do mundo, o equivalente à cifra de US\$ 4,5 trilhões, e é responsável por 192 milhões de empregos gerados no mundo, que representa cerca de 10% da força de trabalho mundial (WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, 2008).

No Brasil, a indústria do turismo deverá movimentar, em 2008, cerca de R\$ 132 bilhões – o equivalente a 6,2% do PIB nacional. Também será responsável por 5,9% (5,5 milhões) do total de empregos – 1 a cada 17 postos de trabalho criados – exercendo uma alta de 5,5% em relação a 2007. Ainda de acordo com WTTC (2008), o Brasil ocupa hoje o 14º lugar no ranking de maior economia turística e apresenta um dos maiores potenciais mundiais de crescimento.

Decorrente do desenvolvimento do setor, a atividade turística compreende um conjunto complexo de relações que devem ser consideradas com base no conceito sistêmico, conforme descrito por Castro (2002): como fenômeno social, a natureza pluridimensional permite vários approaches para análise e estudo e exige a interdisciplinaridade para a compreensão. Pode-se falar, entre outras, de relações sociais, econômicas e ambientais. As relações sociais compreendem a interdependência de residentes e visitantes, as relações econômicas fazem-se presentes no local para onde se dirige o deslocamento envolvendo transporte, hospedagem, aquisição de produtos e souvenirs e as relações ambientais referem-se às dimensões culturais e com o meio físico.

Para que o desenvolvimento do turismo ocorra de forma sustentável, é necessário transcender o seu estudo apenas como atividade econômica. O conceito de desenvolvimento vem sendo definido por renomados estudiosos que acreditam que a chave do processo está em uma visão sistêmica e qualitativa das atividades sócio econômicas.

O trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica descritiva e teve como objeto de estudo o desenvolvimento regional do turismo brasileiro de uma forma sustentável, através da aplicação da análise sistêmica, tomando como base a atividade turística em âmbito municipal e sua influência para o desenvolvimento econômico e social das regiões onde acontece.

1. Teoria Geral de Sistemas

A Teoria Geral de Sistemas tem como um de seus principais criadores Ludwig Von Bertalanffy (1901-1972), biólogo de formação, que percebeu que os seres vivos não eram estudados corretamente pelo mecanismo e que a biologia da época, nas décadas de 1920-1930, estava negligenciando a organização desse seres. Para ele, essa organização era o fenômeno essencial da vida.

Segundo Bertalanffy (1973), sistema se refere a “qualquer unidade em que o todo é mais do que a soma das partes. Assim, um sistema é um todo integrado cujas propriedades das partes e as propriedades sistêmicas são destruídas quando o sistema é dissecado”.

Para Abbagnano (1999), um sistema pode ser definido como “qualquer totalidade ou todo organizado”.

Beni (2000) oferece uma definição mais explicativa sobre sistema, apresentando-o como o “conjunto de partes que interagem de modo a atingir determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo.”

Baseado na visão de que tudo pode ser analisado como sendo e fazendo parte de um sistema, surge a Teoria de Sistemas, também explicada por Leiper (1979) onde o propósito diferente da Teoria Geral de Sistemas é lidar com alguma coisa ou alguma idéia que pareça complexa. A intenção é reduzir a complexidade (PANOSSO NETO, 2005). O valor é que depois que a complexidade foi reduzida, as coisas e idéias tornam-se mais fáceis de serem compreendidas, analisadas e gerenciadas. A estratégia para alcançar êxito é separar um todo (coisa ou idéia) em seus elementos para ver como eles estão conectados.

Existe uma proximidade conceitual entre visão sistêmica e holística, que é a visão geral do fenômeno em estudo e não apenas uma visão fragmentada.

Voltando essa explicação para o segmento do turismo, quando alguns autores falam sobre abordagem holística, se remetem a uma análise integrada e completa do turismo, como relatou Leslie (2000) “a posição fundamental da abordagem holística

inclui todas as características-chave do turismo: movimento de pessoas, transporte, estada e atividades na destinação, determinantes da demanda e oferta e os fatores básicos associados que seriam levados em conta. A abordagem holística envolve todos os elementos do turismo, inclusive levando-o em consideração como uma indústria ou um campo acadêmico” (PANOSSO NETO, 2005).

Segundo Beveridge (1981), as principais características de um sistema são: os componentes que interagem harmoniosamente entre si, formando uma rede de elementos interdependentes constituindo um todo. Em um sistema, que é mais do que a simples soma de suas partes, se um dos componentes é deficiente e incapaz de interagir corretamente com os outros, não preenchendo sua função específica, o todo é afetado (PANOSSO NETO, 2005).

Para Bertalanffy (1973), os sistemas que relacionam com outros sistemas são chamados sistemas abertos. Como os sistemas funcionam em relação com seu ambiente, estão sujeitos a coerções internas, impostas pelo ambiente, e coerções externas, em função de limitações que lhe são inerentes, constantemente em busca de um equilíbrio dinâmico.

Segundo Capra (1996), este equilíbrio se manifesta através de um fenômeno de auto organização.

Para entender este fenômeno, é preciso, em primeiro lugar, compreender a importância do padrão.

“A idéia de um padrão de organização – uma configuração de relações características de um sistema em particular – tornou-se o foco explícito do pensamento sistêmico. O estudo do padrão tem importância fundamental para a compreensão dos sistemas porque as propriedades sistêmicas surgem de uma configuração de padrões ordenados. Propriedades sistêmicas são propriedades de um padrão.” (CAPRA, 1996)

A partir da Teoria Geral de Sistemas, surgiu o conceito de Sistemas de Turismo (Sistur), apresentado de maneira mais detalhada, a seguir.

1.1 Sistur – Sistema de Turismo

Segundo Beni (2000), a constituição do Sistema de Turismo destaca 5 elementos: os **objetivos** - organização do plano de estudos da atividade de turismo, fundamentando as

hipóteses de trabalho, justificando posturas e princípios científicos, aperfeiçoando e padronizando conceitos e definições e consolidando as condutas de investigação para instrumentalizar análises e ampliar pesquisa; o **ambiente** - está fora do controle do sistema, mas também determina, em parte, o seu funcionamento; os **recursos** - são o reservatório geral, a partir do qual as ações específicas podem ser formadas, isto é, são os meios utilizados para desempenhar as tarefas; os **componentes** - são os subsistemas identificados nos conjuntos das relações ambientais, da organização estrutural e das ações operacionais do SISTUR; a **administração** - a criação de planos que envolvam os objetivos globais, o ambiente, a utilização de recursos e os componentes. É o processo de controle de seu rendimento e é feito através do subsistema da superestrutura que, na realidade e em essência, constitui instrumento de administração do sistema global.

Dessa forma, a aplicabilidade da teoria de sistemas na atividade turística regional deve ser feita analisando o produto turístico brasileiro como um todo, considerando os 5 elementos destacados por Beni (2000).

2. Processo de criação e distribuição do valor turístico

2.1. Análise da demanda

O fluxo de atividade do turista em território receptivo determina uma gama de transformações importantes, tanto estruturais como conjunturais oriundas diretamente do seu consumo no local. O consumo do turista pode ser definido, simplesmente, como a aquisição de bens e serviços com o objetivo de satisfazer uma determinada necessidade. Em outras palavras, o consumo do visitante pode ser definido pelo montante de dispêndio localizado geograficamente no destino e durante o percurso.

Ainda podemos analisar este consumo sob a ótica de dois fatores: consumo turístico primário que consiste na aquisição de bens ou serviços diretamente relacionados com o turismo, como alojamento, transporte etc., e consumo turístico secundário, que consiste no gasto realizado pelo turista em bens e serviços que não são propriamente turísticos e que são utilizados por qualquer outra pessoa, como alimentos, produtos de higiene e artesanato (RUIZ & ARMAND, 2002).

A demanda por parte do turista é constituída por desejos intrínsecos às atividades propriamente ditas como recreação, descanso, cultura, aventura durante algum tempo livre.

Há diversos fatores que influenciam na demanda do turista, dentre os quais: **disponibilidade de tempo** - deve ser um período de tempo livre tais como férias, finais de semana prolongados e feriados, para que seja criada uma demanda turística potencial; **disponibilidade econômica** - há necessidade de um aumento de renda disponível em termos pessoais e familiares para que as pessoas possam viajar ou ter condições de fazê-lo, como por exemplo, com a compra de um carro; **fatores demográficos** - diversas características demográficas indicam uma tendência para viajar como pessoas que vivem nas grandes cidades, idade, sexo, condição familiar; e **fatores sociais** - o ato de viajar ainda está muito associado a uma ascensão em termos de status, ou seja, fazer turismo é uma atividade bastante valorizada no comportamento de grupos sociais, contribuindo para a elevação de auto-estima e para o aumento da sociabilidade [MONTEJANO, (1999); BLANQUER, (2001); MOTA, (2001)].

Para que haja demanda, é necessário que a localidade esteja preparada para oferecer aos visitantes mais do que atrativos. É preciso oferecer condições para que o turista permaneça pelo tempo escolhido e usufrua de uma boa infra-estrutura, com serviços de qualidade.

2.2. Oferta

A oferta é, por sua vez, constituída pelo conjunto de bens e de serviços que são oferecidos ao consumo do turista, disponibilizando um amplo leque de produtos que abrange tanto o setor terciário (transportes, setores bancários, seguros etc.) como o setor secundário (instalações, infra-estrutura, construção civil etc.) e o setor primário (bens agrícolas para transformação e para alimentação) (BENI, 2000).

Este conjunto de recursos é considerado como a mercadoria turística que determina toda a formulação de um planejamento sistêmico-econômico, onde “os recursos são o reservatório geral, a partir do qual as ações específicas do sistema podem ser formadas.” (CHURCHMAN, 1971)

Segundo DIAS (2005), os principais componentes da oferta turística são: **os recursos turísticos** - que podem ser naturais ou culturais. Incluem-se nesta categoria o clima, a paisagem, os parques naturais e temáticos, manifestações folclóricas e todo o patrimônio natural e cultural. É em função dos recursos turísticos de um município que se define determinada demanda; **os serviços e equipamentos turísticos** - alimentação, alojamento, entretenimento, agências de turismo, locadoras de veículos, postos de câmbio, bancos, farmácias, hospitais, delegacias, postos de combustível, oficinas mecânicas, pessoal capacitado etc.

Os recursos turísticos podem ser definidos como todo elemento capaz de por si mesmo ou, em combinação com outros, gerar deslocamento turístico (DIAS, 2005).

Para um maior detalhamento dos **serviços e equipamentos turísticos**, são apresentados a seguir: **os meios de hospedagem** - estabelecimentos hoteleiros, classificados ou não, e extra hoteleiros (camping, colônias de férias, pensões, casas de família etc.); **a alimentação** - restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, confeitarias, cervejarias, casa de sucos, sorveterias; **o entretenimento** - áreas de recreação, instalações desportivas, parques de diversão, clubes, estádios/ginásios, autódromos, marinas, mirantes, estabelecimentos noturnos, cinemas, teatros; **os outros serviços** - agência de viagens e turismo, transportadoras, informações turísticas, locadoras de imóveis, lojas de artesanato, centros comerciais, boutiques, casas de câmbio, locais de convenções e exposições, embaixadas, consulados e escritórios comerciais (SOUZA, 2004).

Também são destacados a **infra-estrutura e os serviços básicos**, que compreendem os sistemas de esgoto e de abastecimento de água, energia, estradas, aeroportos, portos, estações ferroviárias e rodoviárias e, de modo geral, são de responsabilidade pública e constituem-se em estruturas fundamentais de suporte para o desenvolvimento do turismo em determinada região.

Geralmente a quantidade de produtos turísticos disponíveis em um determinado local obedece a uma ordem crescente, proporcional ao crescimento do interesse de visitação por parte do turista. Porém, avaliando os recursos turísticos, vemos que sua quantidade é mais restrita, não obedecendo à mesma proporção. Os recursos turísticos

são o principal suporte da atividade turística e constituem a base para a elaboração de projetos para a atratividade de uma localidade.

Estes recursos turísticos podem ser classificados como: **recursos atuais** - aqueles que já estão sendo explorados em termos turísticos; **recursos potenciais** - aqueles que poderão ser explorados pelo turismo futuramente; **recursos básicos** - aqueles que constituem o suporte das atividades que sustentam os programas de um plano. Seu papel é atrair e fixar a demanda de uma região, como um monumento, uma praia, um parque ou uma vila histórica; **recursos complementares** - aqueles que não tem poder de atração suficiente para fixar uma demanda e que justifiquem por si só a criação de infra-estrutura e equipamentos, pois as atividades que geram produzem estadias de curta duração. Desempenham um papel complementar, contribuindo para diversificar as atividades dos turistas que se encontram na região (RUIZ & ARMAND, 2002).

O consumo turístico é o ‘estarte’ para um aumento de renda que se move e se transfere pela economia como um todo, ao passo que esta riqueza não tende a se acumular em poucas mãos de detentores do capital de investimento direto. Em suma, esta nova riqueza não é centralizada apenas ao prestador do serviço receptivo, e ao invés disso, se espalha por diversos setores direta ou indiretamente ligados à atividade turística causando, num primeiro momento, o aumento real na renda e na capacidade de consumo de todos os habitantes da área visitada. O dinheiro deixado pelo turista para pagar o restaurante, o hotel ou o guia turístico, obrigatoriamente se transferirá para o restante da economia através de uma mobilidade de divisas para o pagamento de bens e serviços necessários a manutenção da atividade.

3. Desenvolvimento Sustentável

À medida que o aumento da atividade se desenvolve, investimentos na infra-estrutura de melhorias se mostram importantes. Neste momento o investidor pode optar por substituir uma área verde de vegetação nativa por um grande hotel, ou, o morador local pode escolher, ao invés de produzir artigos da cultura nativa, investir em uma casa noturna ou uma lanchonete com produtos industrializados, enlatados e congelados. A partir deste momento o próprio sistema volta contra si.

O que antes era um atrativo turístico passa a ser substituído por um mecanismo que tem por finalidade apenas a obtenção de renda do turista. O desenvolvimento sustentável do turismo ocorre quando a atividade produtiva é ecologicamente sustentável em longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente justa para as comunidades locais.

“O turismo sustentável deve também manter um alto nível de satisfação turística e assegurar uma experiência significativa para os turistas, aumentando a sua sustentabilidade, sensibilizando sobre questões práticas e promovendo o turismo sustentável entre todos os agentes” (World Tourism Organization – Sustainable Development of Tourism, 2008).

Sachs (1993) considera o termo desenvolvimento sustentável como uma atualização do eco-desenvolvimento usado desde a década de setenta. Considera também que para se planejar desenvolvimento deve-se considerar simultaneamente cinco dimensões de sustentabilidade: social, econômica, ecológica, espacial e cultural.

O desenvolvimento do setor deve se equilibrar neste tripé – crescimento econômico / equidade social / equilíbrio ecológico – induzindo um equilíbrio de responsabilidade comum como processo de mudança na qual a exploração de recursos materiais, os investimentos financeiros e as rotas de desenvolvimento tecnológico deverão adquirir sentido harmonioso. A observação do turismo centrado na sustentabilidade é criticada por alguns economistas que acreditam ser inviável pensar em gerações futuras se as gerações atuais não conseguem suprir suas necessidades básicas.

Pode-se observar que turismo sustentável é a combinação perfeita para o desenvolvimento com base em um crescimento econômico e equitativo, com respeito às tradições e costumes locais, que incentiva a preservação da história, da biodiversidade e que, principalmente, proporciona uma relação de respeito, dignidade e orgulho entre as pessoas (turistas) e as comunidades (destinos turísticos).

Esta é uma característica marcante de locais onde o turismo se manifesta e alvo de muito cuidado e preocupação: a integração social direta ou indiretamente ligada à manifestação da atividade, contribuindo para o desenvolvimento econômico e preservação da cultura local.

Sachs (1993) observa alguns pontos importantes para a sustentabilidade do turismo: sustentabilidade social - civilização com maior equidade na distribuição de renda e de bens, reduzindo o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres; a sustentabilidade econômica - que deve se tornar possível através da alocação e do gerenciamento mais eficiente dos recursos e do fluxo constante de investimentos públicos e privados; a sustentabilidade ecológica - que deve ampliar a capacidade dos recursos da Terra, limitar o consumo de combustíveis fósseis, reduzir o volume de resíduos e poluição, limitar o consumo material pelos países ricos, intensificar a pesquisa de tecnologias limpas e definir normas para uma adequada proteção ambiental; a sustentabilidade espacial - voltada para uma configuração rural - urbana mais equilibrada e uma melhor distribuição territorial de assentamentos humanos e atividades econômicas e por fim, a sustentabilidade cultural - incluindo a procura de raízes endógenas dos processos de modernização e dos sistemas agrícolas integrados, processos que buscam mudanças dentro da continuidade cultural e que traduzam o conceito normativo de eco-desenvolvimento em um conjunto de soluções específicas para a cultura, o local e o ecossistema.

Turismo significa muitas vezes realizar sonhos, onde o descobrimento e a troca de conhecimentos são partes integrantes desta experiência. É exatamente o relacionamento entre turistas e os destinos turísticos que traz a este segmento a conveniência e a necessidade da aplicação dos conceitos de sustentabilidade. Para isso, no entanto, é preciso que a oferta esteja estruturada para um receptivo sustentável e a demanda conscientizada para exercer o turismo responsável. Não existem muitos outros países que possuam a diversidade cultural, étnica, ambiental e geográfica, numa configuração tão harmoniosa como no Brasil, assim como se encontram muitos outros povos genuinamente hospitaleiros como os brasileiros. Mas é pela carência de infraestrutura e recursos humanos que se perde a possibilidade de figurar entre os principais destinos turísticos do mundo. Ao mesmo tempo em que alguns fatores positivos tornam o país único, são os negativos que prevalecem na avaliação e escolha final.

Para que este objetivo seja alcançado, a discussão da sustentabilidade no turismo inclui reconhecer a importância de planejamento em longo prazo e de utilizar

indicadores de desempenho para monitorar a valorização econômica, ambiental e sócio-cultural com a interferência da iniciativa privada e poder público.

4. A influência da iniciativa privada e do poder público na atividade turística

O turismo por sua característica de unir todos os segmentos econômicos é multiplicador de empresas, em especial as micro, pequenas e médias, tornando-se um campo favorável para o empreendedorismo, possibilitando a abertura de negócios nas características e habilidades do empreendedor.

Os mais variados negócios como: cachorro-quente, água de coco, brindes, suvenires, artesanatos, vestuários, guias especializados, passeios de barco, aluguel de buggies, de bicicletas, produção de doces e comidas típicas, segurança entre outros se multiplicam através das características regionais, valorizando dessa maneira a cultura local, que se torna um dos principais atrativos para o desenvolvimento do turismo.

Encontra-se também a presença ativa e em uma escala maior, os agentes privados, responsáveis pelo deslocamento e acomodação dos visitantes, variando desde grandes cadeias até pequenos e médios empresários, que intermediam os deslocamentos e hospedagem viabilizando a ocorrência de fluxo turístico programados e que são esperados por micro e pequenos empresários, que fazem da exploração dessa atividade sua forma de obter renda, sendo responsável pela movimentação durante o restante de toda uma sequência de negócios na localidade.

As atividades econômicas que estão ligadas direta e indiretamente ao turismo são chamadas de infra-estrutura turística e de apoio e contam com os seguintes segmentos: órgão oficial do turismo, associação corporativa do setor de turismo, convetion bureau, pavilhão de feiras e exposições, parque temático e aquático, meios de hospedagem, meios de transporte, operadoras, agência de viagens, museus e edifício histórico, centro de cultura e teatro, casa de espetáculo, casa noturna, boate, restaurante, bar, transportadora local, aluguel de carros, mídia, associação corporativa de setor afim, centro de esporte, centro de compras e lojas de especialidades, agência de publicidade e propaganda, relações públicas, tradutor e interprete, produtor gráfico, locação de equipamentos de comunicação, grupo musical de animação, consultorias diversas,

arquitetura e decoração, aluguel e venda de imóveis, salão de beleza, serviços médicos, entre outros.

O enquadramento em uma dessas categorias irá depender de vários fatores, como o porte da organização, o perfil dos turistas e suas necessidades, a localização do estabelecimento, o relacionamento do empresário ou profissional com as organizações turísticas, regularidade e eventualidade desse desenvolvimento.

A implementação de uma política de desenvolvimento da atividade turística envolve a maioria dos segmentos da sociedade, como população, iniciativa privada e poder público, além disso, é do envolvimento desses segmentos que resulta a qualidade do produto turístico.

O desenvolvimento do turismo sustentável requer a participação informada de todos os interessados, bem como uma forte liderança política para assegurar uma ampla participação e criação de consensos. Alcançar o turismo sustentável é um processo contínuo e que exige constante monitoramento dos impactos, a introdução da prevenção necessárias e/ou medidas corretivas quando necessário (World Tourism Organization – Sustainable Development of Tourism, 2008).

Sob esse aspecto o poder público se torna um facilitador, indutor e organizador desse processo, já que a atividade turística, por ser dinâmica, pode trazer benefícios e também pode prejudicar o meio ambiente natural e sociocultural com a mesma velocidade. Sendo assim, os recursos naturais e sócio-culturais (matéria-prima do turismo), serão prejudicados e inviáveis para o desenvolvimento da atividade turística.

Segundo Dias (2005) o papel do Estado para o desenvolvimento da atividade turística se concentra em 7 pontos principais: 1. coordenação da implantação de uma política de turismo e do processo cotidiano de sua efetivação; 2. planejamento da atividade turística, que envolve a escolha de um cenário futuro que atenda aos interesses e necessidades da maioria da população de um país, Estado ou município; 3. legislação e regulamentação de normas codificadas no direito, entre as quais leis, decretos e resoluções que são fundamentais para estabelecer limites e regras e impor condições que contribuem para diminuir privilégios; 4. função empresarial na medida em que invista em recursos em infra-estrutura básica como estradas e saneamento, mas também pode ocorrer de ser proprietário e dirigir empreendimentos como pousadas, hotéis, campings,

etc.; 5. incentivador do setor privado, através de empréstimos, incentivos fiscais, isenções de taxas, etc.; 6. promotor do turismo social que é voltado para as camadas menos favorecidas, por exemplo, incentivando a construção de colônias de férias nos destinos turísticos ou incentivando e contribuindo com a atuação de associações e organizações sindicais e 7. divulgação e promoção do turismo nas regiões emissoras, que é uma das mais importantes funções da administração pública, em função de seu papel coordenador e unificador das diversas atividades voltadas para o turismo em seu território, que assim tem uma promoção unificada do produto turístico como um todo.

A política de turismo é formada pelo conjunto de ações que afetam o desenvolvimento da atividade turística em uma determinada destinação.

Para alguns autores como Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002), em Dias (2003) a política de turismo, tem as funções de definir as regras do jogo, ou seja, os termos nos quais as operações turísticas devem funcionar; estabelecer atividades e comportamentos aceitáveis; fornecer uma direção comum e a orientação para todos os interessados no turismo em uma destinação; facilitar o consenso em torno de estratégias e objetivos específicos para uma destinação; fornecer uma estrutura para discussões públicas e privadas sobre o papel e as contribuições do setor turístico para a economia e para a sociedade como um todo e permitir que o turismo estabeleça interfaces com outros setores da economia de forma mais eficaz;

Outro modelo de política nacional para o turismo, segundo a Comissão Econômica para América Latina e Caribe (CEPAL), na visão de Schulte (2003) tem como objetivo: a melhoria da balança de pagamentos nacional através da entrada de divisas; fomentar o desenvolvimento regional; diversificar a economia nacional; aumentar a renda dos habitantes nas zonas turísticas; manter, melhorar e ampliar o emprego no setor turístico; criar valor agregado aos recursos naturais, culturais e históricos para assegurar sua proteção ao longo do tempo e programar uma atividade econômica nos marcos da sustentabilidade.

Essa ultima análise é importante por colocar o turismo como uma atividade econômica que contribui para o desenvolvimento sustentável, e isso coloca em evidência o indispensável papel do Estado no desenvolvimento turístico como agente

responsável para cuidar e assegurar para que haja sustentabilidade econômica, ambiental e social do setor.

5. Considerações Finais

O Turismo praticado de forma sustentável é o grande desafio aos profissionais e pensadores que abordam o tema. Entender todos os aspectos e relações que formam este novo conceito de atividade econômica, que atende a diversos agentes de maneira sustentável, é o grande objetivo do pesquisador atual. O planejamento turístico, sob este novo paradigma sustentável, integra-se a outros processos de planejamento mais amplos, visando promover o desenvolvimento econômico, social e ambiental para o local ou região.

Faz-se importante o uso de uma nova ótica, um novo conceito de análise que valorize as conexões, privando a sustentabilidade frente ao comportamento econômico dos diversos agentes. A visão sistêmica se adapta a tais concepções, pois possibilita a compreensão da complexidade do mundo real, ainda mais perceptível neste início de século XXI, como recurso indispensável para enfrentar os desafios de ordem econômica, financeira e mercadológica e, sobretudo, política, cultural e ambiental e suas relações.

O planejamento sistêmico aplicado juntamente com o desenvolvimento regional endógeno, que consiste em um modelo de desenvolvimento realizado de baixo para cima, estruturado a partir dos agentes locais, das potencialidades socioeconômicas originais do local, se apresenta como modelo apropriado para o desenvolvimento do turismo na aplicação de propostas sustentáveis, pois possibilita melhores condições para a sustentabilidade econômica, social e subsidia o desenvolvimento ambiental do turismo.

6. Bibliografia

ABBAGNANO, N. **Dicionário de filosofia**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria Geral dos Sistemas**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1973.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru-SP: EDUSC, 2002.

CAPRA, F. **A Teia da Vida**. São Paulo: CULTRIX, 1996.

CASTRO, C. A. P. de. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002.

CAVALCANTI, C. (org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. ed. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2001.

CHURCHMAN, W.C. **Introdução a Teoria dos Sistemas**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1968.

DIAS, R. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. JOYAL, André. **Desenvolvimento Local e o Papel das Pequenas e Médias Empresas**. Barueri-SP. Manole, 2004.

MONTEJANO, J. M. **Estructura del Mercado Turístico**. Madrid: Síntesis, 1999.

MOTA, K. C. N. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

PANOSSO NETO, A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

RUIZ, C. V.; ARMAND, E. H. **Estructura, y organización del mercado turístico**. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 2002.

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

SOUZA, M. A. de. **Indicadores básicos para planejamento do turismo**. PRODETUR/NE, 2004.

SWARBROOKE, J. **O comportamento do consumidor de turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

VAZ, G. N. **Marketing Turístico: receptivo e emissivo - um roteiro estratégico para projetos mercadológicos, públicos e privados.** São Paulo: Pioneiras, 1999.

WTTC - WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **The 2008 travel & tourism economic research.** Disponível em: <www.wttc.org>. Acesso em: 24 set.2008.