

Planejamento turístico: A necessidade de novos rumos em busca da **sustentabilidade** dos **destinos**

PAULA WABNER BINFARÉ * [paulabinfare@gmail.com]

ARTEMÍSIA DOS SANTOS SOARES ** [artemisiasoares@yahoo.com.br]

Resumo | O planejamento turístico, fundamental nos estudos e na atuação profissional dos turismólogos, é revisado à medida que novos conhecimentos vêm sendo incorporados por pesquisadores e estudiosos do turismo. Neste trabalho são discutidos aspectos relevantes ao tema relacionados à teoria do planejamento turístico, envolvendo a evolução conceitual, sua instrumentalidade para a sustentabilidade da atividade turística, os territórios, os processos utilizados em semelhanças e diferenças, os fatores que dificultam o seu êxito e o novo modelo de planejamento embasado no processo colaborativo. O estudo apresenta abordagem qualitativa de técnica de pesquisa bibliográfica para a realização desta discussão. Os resultados indicam desgaste do tema e demonstram a necessidade de adequar métodos de planejamento turístico para que contemplem as variáveis do turismo de forma integrada. Identifica-se uma abordagem mais eficiente de planejamento enquanto processo, que sinalize caminhos para o turismo sustentável que considera os residentes, o uso da natureza, as relações sociedade e natureza e a valorização da cultura local, exemplificado nesta pesquisa por meio dos Arranjos Produtivos Locais no Turismo de Base Comunitária, modelo de planejamento turístico com ênfase na colaboração.

Palavras-chave | Planejamento colaborativo, Arranjos produtivos locais, Turismo de base comunitária.

Abstract | [Tourism planning, fundamental on both studies and professional experience of tourismologists, is revised as new knowledge is incorporated by researchers and scholars of tourism. This paper discusses relevant aspects related to the topic of tourism planning theory, involving conceptual evolution, its instrumentality for the sustainable tourism, the territories, the processes used on similarities and differences, the factors that hinder its success and the new planning model grounded in the collaborative process. In order to perform this thread, the study presents a qualitative approach for bibliographic search technique. The results indicate wear of the theme, as well as demonstrate the need to adapt the tourism planning methods to behold the tourism variables in an integrated manner. A more efficient approach for planning as a process was identified, which signals ways for the sustainable tourism considering the residents, the nature use, society and nature relationships and appreciation of local culture. This approach is exemplified through the Local Productive Arrangements in Community Based Tourism, tourism planning model with emphasis on collaboration].

Keywords | Collaborative planning, Local productive arrangements, Community based tourism.

* **Mestre em Turismo e Lazer** pela Universidade de São Paulo, **Especialista** em Turismo Empreendedor pela Universidade Federal de Santa Catarina, e **Bacharel** em Turismo pelas Faculdades Integradas Associação de Ensino de Santa Catarina (FASSESC).

** **Mestre em Turismo** pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, **Especialista** em Gestão Ambiental pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, e **Bacharel** em Turismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

1. Introdução

O turismo moderno utiliza teorias relacionadas a diversas áreas do conhecimento, sendo objeto de estudo da economia, história, geografia, sociologia, e em especial do próprio turismo, apesar de se tratar de área de estudo existente há pouco mais de quarenta anos. Desta feita, dada às proporções do desenvolvimento da atividade turística e o grau de importância que possui na sociedade, faz-se necessário a permanente construção do conhecimento na área do turismo, além das áreas afins, caráter que evidencia a multi, inter e transdisciplinaridade do turismo. Teorias derivadas de áreas afins possibilitam o conhecimento e identificaram as lacunas existentes no saber turístico. Este é o caso das teorias de planejamento turístico, que se restringiam a determinadas áreas específicas. O principal resultado disso é que por mais que se reconheça o planejamento turístico como área prioritária para o desenvolvimento dos destinos, uma grande distância entre o que é planejado e o que é implementado nos destinos tem-se apresentado.

A motivação em elaborar este trabalho está na necessidade de compreender a dinâmica do planejamento turístico, assim como os seus resultados e limitações. Se esta é uma ferramenta essencial na busca da sustentabilidade da atividade turística, há que se pensar abordagens do planejamento que considerem a complexidade da atividade turística, que não priorize apenas a econômica, ou a do ordenamento territorial. Sendo assim, o objetivo do trabalho é discutir o planejamento turístico em seus vários aspectos, principalmente suas limitações e inovações, bem como justificar sua importância como instrumento para a sustentabilidade da atividade turística.

Para elaboração deste estudo realizou-se pesquisa de abordagem qualitativa. São incluídas neste grupo as pesquisas que tem por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população, neste caso, o posicionamento crítico das autoras deste trabalho. Para esta pesquisa foi

realizado em sua totalidade pesquisa bibliográfica por se tratar de análise e exposição do arcabouço teórico acerca do planejamento turístico.

Deste modo, cabe frisar que o planejamento turístico integra-se a outros processos de planejamento amplos, visando promover melhorias econômica, social e ambiental para o local, região ou país envolvido por meio do desenvolvimento adequado da atividade turística. Tal processo está baseado na pesquisa e na avaliação, que busca otimizar o potencial de contribuição ao bem-estar do ser humano e ao meio ambiente, minimizando os impactos ambientais e sociais. É neste sentido que este estudo se desenvolveu, pois no planejamento e gestão do turismo se torna necessário ater-se a todas essas relações para que se tenha o efeito desejado.

2. O planejamento turístico em seus aspectos conceituais

O raciocínio é a principal característica que diferencia os seres humanos dos demais animais. O ato de pensar faz com que o homem esteja sempre buscando sanar suas necessidades. Ao processo de estabelecer objetivos, escolher a melhor maneira de alcançá-los e, sobretudo, avaliar as consequências e resultados das escolhas, dá-se o nome de planejamento, sendo este conceituado por diversos autores.

A Organização Mundial de Turismo (OMT, 2003b) diz que o ato de planejar trata de organizar o futuro e atingir certos objetivos. O planejamento oferece um guia para a tomada de decisões por ações futuras. A similaridade dos conceitos que envolvem o planejamento destacam-se algumas palavras que pressupõe o ato de planejar, tais como método, processo, futuro, objetivos, e ordenação de ações.

A busca de resultados positivos e a possibilidade de se alcançar um futuro desejado faz com que o conceito de planejamento também seja demasiadamente utilizado na atividade turística,

fazendo com que este processo seja amplamente discutido por estudiosos da área. Para Ruschmann (2001), a finalidade do planejamento turístico está em ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. O planejamento turístico também está vinculado a uma transformação previamente orientada pelos interesses da comunidade.

A interdependência da atividade turística eleva o grau de complexidade do processo de planejamento e faz necessária a inclusão da palavra 'flexibilidade' no conceito de planejamento turístico. A flexibilidade é uma condição relevante uma vez que privilegia o respeito às características locais, permitindo adaptar o método em função destas características e não ao contrário.

3. O planejamento turístico como instrumento para a sustentabilidade da atividade turística

Ao mesmo tempo em que os números da atividade turística se elevam nas estatísticas, se elevam também os níveis de exigência de qualidade dos destinos turísticos. O mercado turístico torna-se mais sofisticado e seletivo o que exige uma pressão maior sobre os empreendedores, para utilizar o planejamento a fim de criar destinos de qualidade (OMT, 2003a). Porém, antes de ser exigência mercadológica, a qualidade dos destinos está diretamente atrelada aos efeitos do turismo. O grau destes efeitos e a sua natureza (positivos ou negativos) dependerá exclusivamente da preparação do local. Assim o planejamento assumiu um papel de maior relevância no desenvolvimento turístico na medida em que se reconheceu não apenas que o setor gera um largo espectro de impactos, mas também que poder ter importante papel

no crescimento e revitalização social e cultural (OMT, 2003a).

A mudança de postura frente ao desenvolvimento da atividade turística colocou em evidência a importância do planejamento turístico e isto se comprova através do grande número de planos turísticos elaborados nos últimos anos. A OMT inventariou nos anos 80, 1600 planos turísticos, em diferentes níveis: internacional, nacional, regional e local (Pearce, 1989 citado por OMT, 2001). Mesmo que um terço destes 1.600 planos não seja concretizado, pelos mais diversos motivos, o reconhecimento de planejar o desenvolvimento turístico aumentou nas últimas duas décadas. Esta preocupação com o planejamento dos destinos é fruto da percepção de que só através da organização do turismo enquanto atividade altamente complexa é que se poderá tentar chegar com mais oportunidades de êxito a sustentabilidade da própria atividade turística.

A elaboração do planejamento turístico é essencial para o desenvolvimento dos destinos, por dois motivos principais: o primeiro diz respeito à fragmentação dos dados referentes ao turismo em diferentes áreas, dada a sua complexidade, fato que dificulta as análises estatísticas do setor. O outro motivo refere-se a especificidades da atividade turística que faz com que destinos com características semelhantes tenham respostas totalmente diferentes em relação aos impactos do turismo (OMT, 2003a). Desta forma, os impactos derivados do turismo dependem exclusivamente das especificidades de cada local, variando de um para outro, assim como o aproveitamento de todas as oportunidades, que só serão identificadas através do processo de planejamento turístico.

Conforme Ruschmann (2001), ainda há que se considerar que é o planejamento que possibilita determinar e selecionar as prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que a partir daí se possa estimular, regular ou restringir sua evolução do turismo. O planejamento também está

vinculado à otimização dos benefícios da atividade turística, sendo considerado a base de um processo de gestão equilibrado.

4. O processo de planejamento turístico

Para determinar qual o melhor método a ser aplicado na elaboração de um planejamento de um destino turístico é necessário que se considere a área de abrangência deste planejamento.

Quanto maior o nível de abrangência do planejamento, mais complexo este será, uma vez em que se aumentando a delimitação geográfica, também se aumentam as variáveis relacionadas à cadeia produtiva do turismo envolvidas no processo. Além dos níveis de abrangência há que se considerar que para que o planejamento turístico esteja baseado em um processo lógico, faz-se necessária a sistematização de suas etapas. A aplicação destas etapas independe do nível de abrangência e variam de autor para autor.

Para OMT (2003b) as etapas devem obedecer à seguinte ordem:

- Preparação do estudo: pré-viabilidade dos recursos;
- Determinação dos objetivos do desenvolvimento turístico: o que se quer alcançar através do desenvolvimento turístico;
- Levantamentos e avaliações: levantamento da diversidade de elementos relacionados ao turismo na área, como, por exemplo, características gerais da região, atrativos, mercados turísticos existentes e potenciais, políticas, etc.;
- Análise e síntese: análise dos elementos levantados para entender suas inter-relações;
- Formulação do plano: plano físico constituído da descrição escrita de tudo o que foi feito;
- Recomendações quanto aos elementos que formam o plano: são as propostas de ação visando a melhoria dos atrativos, infraestrutura, serviços;

- Implementação e gerenciamento: colocar em prática as ações propostas no plano.

Apesar da aparente sequência lógica destas etapas, verifica-se que as recomendações ou propostas do que deve ser feito para o desenvolvimento da atividade turística vem em uma etapa posterior à de elaboração do plano físico. Cabe aqui uma ponderação no sentido de questionar se a etapa das propostas não deveria vir após as análises, incorporando o documento que se constitui no plano turístico e não após sua elaboração.

As etapas que compõem o processo de planejamento, em linhas gerais, pressupõem em sua essência o profundo conhecimento da realidade do objeto de estudo em questão, a análise imparcial desta realidade que por sua vez, delineara as ações prioritárias a serem implementadas na região em questão. Estas etapas levam a conclusão da primeira parte do processo de planejamento turístico que é a elaboração do plano, do documento físico que contem os resultados provenientes da execução das etapas anteriores. No processo de planejamento, o plano se constitui de parte fundamental, pois nele está o ferramental que indica o que se faz necessário para o desenvolvimento turístico de uma região. Porém o plano não se constitui no processo completo de planejamento. Depois de sua elaboração ainda há que se considerar a implementação deste. De nada adianta o plano se as ações ali propostas não saírem da esfera teórica. A ação, de colocar o plano em prática, senão em sua totalidade, mas no que for prioritário dentro dos recursos possíveis, é que se reverterá no êxito ou no fracasso de todo processo de planejamento turístico.

5. Fatores que dificultam o êxito

Apesar de o tema planejamento turístico fazer parte da pauta dos discursos políticos e ser objeto de estudo de conceituados pesquisadores da área

de turismo é preciso reconhecer que são poucos os exemplos que obtiveram êxito no processo. Um dos aspetos que mais dificultam o êxito do planeamento turístico é a maneira isolada como este é elaborado. Segundo a OMT (2003b, p. 44), “é possível incorporá-lo ao planeamento geral de uma área, e, caso isso seja conseguido, o turismo será automaticamente integrado aos padrões de desenvolvimento da área”.

Conseguir esta incorporação é tarefa complexa. O rápido crescimento da atividade turística cria a urgência de se preparar os locais adequadamente para o turismo. Em contrapartida, planos elaborados separadamente estão mais suscetíveis a não ter suas ações implementadas, pois suas particularidades estão sempre ligadas a outras áreas como, por exemplo, a infraestrutura básica, o comércio, meio ambiente, sociedade, entre outros. Nos últimos anos, na verdade é difícil encontrar exemplos verdadeiros de êxito. Em muitos casos, existem lacunas consideráveis entre o que está descrito em muitos planos e o que realmente aparece e é operacionalizado nos destinos turísticos (Butler, 2002).

Os fatores que dificultam o êxito são consequência das implicações da complexidade da atividade turística e em linhas gerais estão relacionados aos métodos utilizados. A construção do processo de planeamento turístico envolve variáveis econômicas, sociais, cultural, ambientais e políticas. Consequentemente exige do planejador um alto grau de controle e precisão. Porém, “basear-se puramente e soluções reativas é abandonar a perspectiva de otimizar o desenvolvimento turístico” (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2001, p. 234).

Ao adotar apenas uma postura reativa, esperando as consequências naturais dos acontecimentos, corre-se o risco de se continuar tratando a atividade turística amadoristicamente. Ao planeamento caberá tão somente a identificação e provável minimização e ou reversão dos efeitos negativos do turismo sobre determinado ambiente. Por outro lado, ao adotar somente uma postura pró-ativa, depende-se diretamente de previsões e projeções,

que são estritamente limitadas, dada a infinidade de variáveis que envolvem o processo de planeamento e suas inter-relações.

Mesmo encontrando cenários com os quais na maioria das vezes só se pode trabalhar com a postura reativa (devido ao crescimento rápido e espontâneo da atividade turística), o planeamento deve também ser pró-ativo no que diz respeito ao conhecimento do meio em que está inserido a ponto de chegar ao máximo de precisão possível. O ideal seria um equilíbrio entre as posturas reativa e pró-ativa. A postura proativa está baseada no profundo conhecimento do objeto de estudo e por isso maximiza os efeitos positivos da atividade turística, possibilitando a escolha do tipo de desenvolvimento que a região quer e necessita. Enquanto isso, o processo de planeamento deve ser flexível a ponto da postura reativa ser adotada quando houver o descontrole ou o erro de previsão envolvendo alguma variável pertinente ao processo.

Outro fator que também dificulta o êxito do planeamento turístico nos destinos diz respeito à própria postura do planejador. Em muitos casos, o planejador não consegue se despir de seus valores pessoais, o que resulta no choque de realidades: a de quem está planejando com a que precisa ser planejada.

Neste sentido o grande desafio para o planejador está em conhecer e compreender para só depois julgar e atuar de acordo com os objetivos propostos, possibilitando assim a desvinculação das motivações pessoais.

Ações relacionadas aos órgãos governamentais responsáveis pela organização do turismo ou a falta delas, em muitos casos dificultam o desenvolvimento planejado do turismo. A dificuldade de definição de papéis e as mudanças de gestão são responsáveis pela descontinuidade no processo. Na maioria das vezes as autoridades governamentais que respondem pela área do turismo são nomeadas por motivos políticos e seu mandato está sujeito à vontade das pessoas que as nomeou (Schlutler, 2001).

O primeiro fator, relacionado com o entendimento do que é planejamento, se refere principalmente a informação inconsistente do que seja o planejamento turístico em sua totalidade. O que se verifica na prática é que de acordo com os interesses envolvidos, o planejamento ganha ênfases diferenciadas, como se fossem vários processos diferentes e não uma continuidade. Devido a falta de compreensão do que é realmente o planejamento turístico é que erroneamente muitos locais dizem ter passado por um processo de planejamento turístico, quando na verdade tem apenas um plano diretor, um planejamento de marketing da destinação ou até mesmo um planejamento de uso do solo, instrumentos que compõem um planejamento turístico, mas estão longe de alcançar este.

Já o outro fator se refere ao tratamento puramente econômico que é dado ao turismo, em detrimento dos aspectos sociais que a atividade turística efetivamente engloba. Pensar e planejar o turismo apenas como uma atividade econômica é ignorar o fato que esta atividade deriva diretamente de pessoas. Outro fator a ser destacado é a falta de comprometimento dos maiores interessados, no caso, a própria comunidade alvo. Tal fato ocorre devido ao que se pode chamar de choque de expectativas. Esta 'visão estreita de desenvolvimento' está associada aos métodos de planejamento correntes, que na sua maioria apenas se auto intitulam participativos, mas na verdade, de forma prática, são inflexíveis.

Ao serem apresentados para uma comunidade passam a ideia de que o desenvolvimento pretendido ocorrerá com a finalização do plano. Este é um grande equívoco, pois somente a partir do plano elaborado que é possível decidir e agir sobre o que será feito prioritariamente, e este processo ocorre no mínimo em médio prazo. Esta noção de que as mudanças não são imediatas, pois dependem do tripé comunidade, governo e iniciativa privada deve ser amplamente explicitada a comunidade, para que esta não se desiluda ao longo do processo e passe a enxergar o planejamento turístico como uma ferramenta inútil. O amplo espectro de participantes que estão

envolvidos no processo de desenvolvimento do planejamento pode trazer objetivos conflitantes. Participantes com interesses diferentes podem trazer percepções incompatíveis tanto sobre a própria atividade turística como o próprio processo de desenvolvimento (Cooper et al, 2001).

Enquanto houver a busca pela sustentabilidade da atividade turística, esta será diretamente dependente do planejamento. Porém o que há é uma série de limitações nos métodos atuais que não conseguem vencer as barreiras acima abordadas. Tal fato indica que se fazem necessários novos modelos de gestão do turismo, baseados em métodos de planejamento que otimizem a gestão da atividade turística e que sejam capazes de acompanhar o rápido crescimento da atividade.

6. Arranjos produtivos locais: A colaboração como base para um novo modelo de planejamento turístico

Conforme Beni (2006), para que a prática turística seja bem planejada, é necessário o envolvimento da comunidade local em todo o processo de desenvolvimento da atividade. Desse modo, as práticas do desenvolvimento endógeno apresentam-se como instrumentos relevantes que devem ser utilizados no planejamento turístico.

Sob esta ótica, diante deste projeto de gestão do território com base no planejamento de atividades que possam promover níveis expressivos de desenvolvimento local, surge o Turismo de Base Comunitária (TBC) como alternativa econômica para comunidades que, por um lado, possuem desvantagens socioeconômicas, mas por outro, preocupam-se com a conservação da biodiversidade, geodiversidade e dos aspectos culturais que as compõem. O TBC é caracterizado pela forma de associação em que as comunidades se organizam, através de Arranjos Produtivos Locais (APLs), gerenciando o território e as atividades econômicas associadas ao turismo.

O TBC, ainda, pode ser entendido como aquele “desenvolvido pelos próprios moradores de um lugar que passaram a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida” (Coriolano, 2003 p. 41).

Assim, podem ser apresentadas algumas características que distinguem o planejamento para o turismo comunitário das demais metodologias de planejamento abordadas. Uma das diferenças é o entendimento da atividade turística como um subsistema interligado a outros sistemas como meio ambiente e educação. A segunda característica é a visão do turismo comunitário como um projeto de desenvolvimento territorial sistêmico por meio da própria comunidade. A terceira característica está ligada a convivencialidade entre a população local e os visitantes, imbricada em um arranjo socio-produtivo de base comunitária (Sampaio, Zechner & Henríquez, 2008).

Nesse sentido, Sampaio (2005) afirma que o conceito de turismo comunitário trata-se de um projeto de comunicação social que favorece as experiências de planejamento para o desenvolvimento de base local, na qual os residentes se tornam os principais articuladores da cadeia produtiva, bem como no resgate e conservação de seus modos de vida, os quais podem ser vivenciados através da atividade turística.

Conforme Carmo (1999, p. 80), para aplicação deste modelo de planejamento, que prioriza o desenvolvimento comunitário, exige-se um conjunto de princípios que se configuram como estratégias para esse desenvolvimento, tais como:

- Princípio das necessidades sentidas: significa dizer que as iniciativas de trabalho nas comunidades têm que partir das necessidades sentidas pela população, e não apenas da consciência e das orientações técnicas, de pessoas externas à comunidade;

- Princípio da participação: requer envolvimento profundo da população residente no processo de construção do planejamento;
- Princípio da cooperação: a ação comunitária não dispensa a iniciativa privada ou a participação pública. Ao contrário, formam-se parcerias com o setor público e privado nos projetos de desenvolvimento comunitário;
- Princípio da autossustentação: os processos de transformação econômica e socio-espaciais podem sofrer discontinuidades, mas precisam ser suscetíveis de gestão, manutenção e controle comunitários mediante mecanismos que previnam os efeitos perversos de possíveis alterações provocadas por interesses externos; e;
- Princípio da universalidade: o êxito esperado é para a população na sua globalidade (e não apenas subgrupos), alterando profundamente as condições de subdesenvolvimento das comunidades.

Nesse sentido, a ideia central do modelo de planejamento centrado na colaboração é que organizações que se envolvem em arranjos produtivos podem obter benefícios que não seriam possíveis de ser obtidos se cada organização agisse de forma isolada, uma vez que em ambientes contextuais complexos, como no turismo, ações individuais podem desencadear turbulências sociais, econômicas e políticas que geram um sentimento de incerteza em relação ao futuro para todos os envolvidos, inclusive para grupos ou organizações com grande nível de poder econômico e político (Araújo, 2012). *Stakeholders*¹ trabalhando em colaboração podem obter benefícios individuais e coletivos nos âmbitos dos lugares, destinações ou regiões turísticas, com reflexo direto no território. Se a parceria colaborativa é orientada pela noção de desenvolvimento, o território poderá refletir, como resultado das decisões e ações coletivas, avanços econômicos, sociais e ambientais.

Corroborando este pensamento, estudiosos do modelo de planejamento centrado na colaboração sugerem que quando um determinado número

¹ Segundo Gray (1989), *stakeholders* são todos os indivíduos, grupos ou organizações que são afetados por ações que outros *stakeholders* adotam para resolver um determinado problema.

de organizações reconhece a existência de interdependências mútuas em relação a um dado problema que as afetam coletivamente, nesse caso os arranjos colaborativos têm o poder de criar soluções mais apropriadas para tal problema (Gray, 1989; Trist, 1983; Wood & Gray, 1991, citados por Araújo, 2012), reduzindo a turbulência interorganizacional e o grau de incerteza que os afetam. Nesse sentido, quanto ao fenômeno turístico, há o reconhecimento de que a colaboração é potencialmente útil à busca de soluções para desafios localizados em nível de domínio interorganizacional, relacionados ao planejamento e à gestão do turismo, variando da escala local à internacional (Fyall et al., 2000, citado por Araújo, 2012; Jamal & Getz, 1995; Parker, 1999).

Neste aspeto, Hall (2000), propõe que o aparecimento crescente do planejamento turístico integrado pode ser considerado como uma abordagem colaborativa no sentido de que o planejamento integrado. Assim, o modelo de planejamento colaborativo – através de Arranjos Produtivos Locais em Turismo de Base Comunitária, por exemplo – tem o potencial de promover a integração entre as várias partes que compõem a cadeia produtiva do turismo e também de auxiliar a integrar o desenvolvimento turístico com outras atividades socioeconômicas. Consequentemente, o planejamento turístico colaborativo apresenta relevante potencial na integração dos interesses de múltiplos *stakeholders*, bem como para incrementar a coordenação do planejamento turístico, especialmente nas escalas local e regional..

7. Conclusão

A discussão proposta nesse trabalho converge unanimemente em afirmar que o planejamento turístico é condição essencial para o desenvolvimento dos destinos em que o turismo está, ou poderá estar inserido. Porém, todas as abordagens são trabalhadas isoladamente e não condizem com a busca da

sustentabilidade, pois não abrangem em sua essência as questões que envolvem a responsabilidade social inerente à sobrevivência dos locais turísticos. O turismo deve ser encarado como área prioritária de desenvolvimento tendo o poder de comungar privilégios e agendas dos setores tradicionais da estrutura social. As metodologias de planejamento turístico apresentadas são um primeiro movimento feito no sentido de ordenar o turismo e de reconhecer a importância de uma visão menos imediatista no que se refere aos efeitos positivos da atividade. Há que se avançar nesses estudos, pois o proposto até o momento não vem dando os resultados esperados. Há que se integrar para maximizar benefícios, pois a base da atratividade turística está integrada em sua essência. Locais que busquem a sustentabilidade por meio da integração, ou seja, do desenvolvimento regional do turismo, devem atentar para o fato de que não somente posições geográficas, interesses políticos ou particulares, ou até mesmo a origem étnica podem ser motivos suficientes para colorir mapas gerando uma impressão fictícia de integração que, na verdade, não irá passar de 'maquiagem cartográfica'.

A lógica para a adoção do enfoque regionalizado baseia-se na própria natureza dos recursos utilizados pelo turismo. Ao contrário das representações político-administrativas apresentadas em mapas que delimitam fronteiras e divisas, natureza, história e cultura extrapolam esses limites impostos pelas divisões políticas. Nesse contexto o planejamento regional deve integrar áreas em que os residentes possam identificar (ou até mesmo criar), uma identidade para a região. Esta responsabilidade faz com que a comunidade participe das decisões desde o início do processo, delimitando a área onde se encontram características afins e sabendo quem serão seus parceiros.

Este tipo de inclusão realmente participativa e não mais quantitativa, em que a comunidade se torna responsável pelo processo de planejamento (identificando quem, como, onde e quando e o que precisar ser feito), uma vez que ela mesma conhece suas potencialidade e necessidades, faz com que

consultores sejam os mediadores do processo e não mais responsáveis pelo sucesso ou fracasso do planejamento. Há que se apoiar então, numa metodologia de planejamento com ênfase nos arranjos produtivos que serão capazes de otimizar o desenvolvimento do turismo, pois tornaria evidente a importância de todos os elementos do sistema turístico. Outro fator relevante é que se não priorizaria alguns setores em detrimento de outros, uma vez que por definição os arranjos produtivos dependem da sinergia dos envolvidos no processo.

O grande desafio na elaboração dessa metodologia de formação arranjos produtivos turísticos está diretamente vinculada aos desafios dos demais métodos de planejamento turístico – a formulação de estratégias de cooperação mútua. O principal obstáculo ainda se encontra na necessidade de formular objetivos comuns. A simples delimitação geográfica e a concentração de atrativos e empresas não geram por si só condições necessárias para o estabelecimento de relações articuladas e sinérgicas.

É urgente dar um terceiro passo. O primeiro foi dado pelos autores citados neste trabalho, que trouxeram para o turismo uma nova concepção de se pensar a atividade. O segundo passo foi dado no decorrer deste trabalho, quando, em consequência do estudo se identificaram em linhas gerais os aspectos relevantes que devem ser considerados para a realização e concretização do planejamento. Um terceiro passo, irá esmiuçar estes aspectos, com o intuito de otimizar o processo de regionalização do turismo, através da metodologia de formação dos arranjos produtivos.

Esta pesquisa enfatiza a necessidade de estudos teóricos contínuos voltados para o planejamento turístico, por este ter uma característica especial: não existem modelos de planejamento, uma vez que não existirão realidades iguais e resultados iguais.

Referências bibliográficas

- Araújo, C. (2012). Colaboração como base para o planejamento turístico e territorial. In L. N. Coriolano & F. P. Vasconcelos (Eds.). *Turismo, território e conflitos imobiliários* (pp. 381-392). Fortaleza: EdUECE.
- Beni, M. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Butler, R. (2002). Problemas e temas da integração do desenvolvimento do turismo. In D. G. Pearce & R. W. Butler (Eds.). *Desenvolvimento em turismo: Temas contemporâneos* (pp. 47-67). São Paulo: Contexto.
- Carmo, H. (1999). *Desenvolvimento comunitário*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (Eds.) (2001). *Turismo: Princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Coriolano, L. (2003). Os limites do desenvolvimento e do turismo. In L. N. M. T. Coriolano (Ed.), *O turismo de inclusão e o desenvolvimento local* (pp. 13-27). Fortaleza: FUNECE.
- Gray B. (1989). *Collaborating: Finding common ground for multiparty problems*. California: Jossey-Bass Publishers San Francisco.
- Hall, M. C. (2000). Rethinking collaboration and partnership: A publicity perspective. In B. Bramwell, & B. Lane, (Eds.), *Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability* (pp. 143-158). Clevedon: Channel View Publications.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003^a). *Turismo internacional: Uma perspectiva global* (2^a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003b). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Bookman.
- Ruschmann, D. (2001). Planejamento turístico. In M. AnSarah (Ed.), *Turismo como aprender como ensinar* (Vol. 2, pp. 19-32). São Paulo: SENAC.
- Sampaio, C. (2005). *Turismo como fenômeno humano: Princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Sampaio, C., Zechner, T., & Henríquez, C. (2008, 12-15 maio). Pensando o conceito de turismo comunitário a partir de experiências brasileiras, chilenas e costarriquenha. Artigo apresentado no *II Seminário Internacional de Turismo Sustentável (SITS)*, Fortaleza, Ceará.