



**TURISMO
SUSTENTÁVEL**

TURISMO: FATOR DE DESENVOLVIMENTO DA AMAZÔNIA¹

Oduval Lobato Neto²

1 INTRODUÇÃO

“Turismo: Fator de Desenvolvimento da Amazônia”, tem como propósito tratar das atividades de turismo enquanto alternativas econômicas de grande potencial para a Amazônia, de modo compatível com os pressupostos do desenvolvimento sustentável.

Trabalhar este tema tem como premissa básica a expressão econômica da atividade turística ser da maior importância no mundo e em razão do ecoturismo constituir uma das alternativas sustentáveis para o desenvolvimento da Amazônia, conforme previsto no Plano Plurianual do Governo Federal (PPA – 2000/2003) – Avança Brasil.

Neste contexto, ações governamentais estão sendo implementadas, podendo ser identificadas e destacadas duas grandes frentes: a implementação, expansão e consolidação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), desenvolvido e gerenciado pelo Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR) e Ministério do Esporte e Turismo (MET); e, o recente início e operacionalização da primeira fase do Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (PROECOTUR/TURISMO VERDE), coordenado pelo Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal (MMA), através da Secretaria de Coordenação da Amazônia (SCA).

¹ Título originário da Monografia apresentada como exigência curricular para obtenção do diploma do Curso de Altos Estudos de Política e Estratégia (CAEPE) da Escola Superior de Guerra (ESG), Turma 3º Milênio, 2001.

² Arquiteto, Especialista em Ecoturismo, Coordenador de Planejamento do Banco da Amazônia.

Paralelamente à essas ações, outras também, vêm sendo realizadas por organismos regionais e se somam, num esforço integrado de promoção do desenvolvimento do turismo, como fator de fortalecimento da economia regional.

O grande efeito multiplicador das atividades turísticas na economia de uma localidade é inegável, como também, são os benefícios socioeconômicos e ambientais proporcionados, que podem gerar impactos altamente positivos para as localidades receptoras.

Considerando-se esses aspectos, este estudo pretende oferecer contribuições para o planejamento do turismo e subsídios para reflexões sobre alguns óbices que comprometem a expansão sustentável das atividades turísticas na Região.

Assim, para que se possa ter um entendimento seqüencial sobre o turismo, este trabalho, em seu conteúdo programático, procura abordar o turismo como alternativa de desenvolvimento sustentável para a Amazônia.

2 ABORDAGEM CONCEITUAL

Antes de ser tratado o conceito de turismo, inicialmente, faz-se necessário um entendimento prévio do que seja desenvolvimento econômico para, então, situarmos as atividades turísticas como atividades econômicas de grande efeito multiplicador.

Assim, embora existam na literatura inúmeras definições para desenvolvimento econômico, Garcia (1985, p.71) apud Lemos (1996), trabalha com um conceito abrangente, expressado da seguinte forma:

Desenvolvimento econômico é o resultado de um processo global de transformações revolucionárias nas relações de produção e nas condições históricas de vida de uma sociedade em suas diversas e interrelacionadas dimensões: econômicas, sociais e culturais.

Este conceito difere de muitos por não se inclinar a uma visão estritamente econômica, além de manifestar a justa correlação com as dimensões sociais e culturais. Isto, como forma do dever ser na busca do bem comum, onde a melhoria das condições de vida de uma sociedade é a essência.

Para turismo, merece destaque o conceito formulado por Salah-Eldin, por apresentar um enfoque mais geral, envolvendo atividades relacionadas ao lazer, deslocamento de pessoas, troca de experiências e de informações entre povos. Vejamos:

Turismo: é uma atividade humana internacional que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre povos, tanto dentro como fora de um país. Envolve o deslocamento temporário

de pessoas para outras regiões ou países visando à satisfação de outras necessidades que não a de atividades remuneradas. (SALAH-ELDIN, 1972 apud TRIGO, 1995).

Embora de forma implícita, esse conceito, em sua abordagem, abrange as dimensões econômica, social e cultural, mantendo, portanto, uma correlação com a definição de desenvolvimento econômico vista anteriormente.

Como qualquer outra atividade econômica, as atividades do setor de turismo devem ser desenvolvidas objetivando a eficácia, eficiência e efetividade para que se tornem duradouras e proporcionem os resultados esperados pela sociedade. Para isso, trabalhar com foco na conservação e/ou proteção do ambiente é imprescindível.

Desta forma, se busca o desenvolvimento sustentável, cujo conceito apresentado no Relatório Bundtland (1987) apud Bélia (1996), o define como sendo:

“...aquele que responde às necessidades do presente de modo igualitário, sem comprometer as possibilidades de sobrevivência e de prosperidade das gerações futuras”.

Ainda sobre desenvolvimento sustentável, a União Mundial para a Conservação (IUCN), considerando que para qualquer tipo de desenvolvimento é essencial manter um sentimento exclusivo da identidade histórica e cultural da comunidade em todos os lugares do mundo, apresenta o seguinte conceito:

O desenvolvimento sustentável é um processo que permite o desenvolvimento sem degradar ou esgotar os recursos que o tornam possível. Para tal, gerem-se os recursos de modo a que estes possam se regenerar ao mesmo ritmo que são

utilizados, ou passando a utilizar, em vez de um recurso que se regenera lentamente, um recurso que se regenere mais rapidamente. Dessa forma, os recursos podem servir as gerações presentes e futuras.

A partir deste conceito a Organização Mundial do Turismo (OMT) no documento “Desenvolvimento de Turismo Sustentável: manual para organizadores locais” (1994), em relação ao âmbito do desenvolvimento sustentável, estabelece três princípios vitais a serem considerados:

- a) Sustentabilidade do ambiente: assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, como também, a diversidade e recursos biológicos;
- b) Sustentabilidade social e cultural: assegura que o desenvolvimento aumenta o controle das pessoas sobre as suas vidas, é compatível com a cultura e os valores morais do povo por ele afetado e que mantém e fortalece a identidade da comunidade;
- c) Sustentabilidade econômica: assegura o desenvolvimento como economicamente eficaz e que os recursos sejam geridos de modo a suportar as gerações futuras.

Adotando estes conceitos, em 1994, o então Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT), através da EMBRATUR, lança o turismo sustentável, como um modelo de desenvolvimento econômico para o Brasil, concebido para: assegurar a qualidade de vida da comunidade; proporcionar satisfação ao turista; e, manter a qualidade do ambiente do qual dependem tanto a comunidade como o turista.

Desta forma, a expansão das atividades de turismo deve se limitar a capacidade de suporte do ambiente natural e urbano que recebe os visitantes, no sentido de que o desenvolvimento do turismo ocorra com conservação ou preservação do meio ambiente, quer seja do ponto de vista físico como do sociocultural, de forma a proporcionar e garantir qualidade de vida, como também, assegurar a sobrevivência do turismo como atividade econômica com foco no longo prazo. Neste sentido, na visão de Petrocchi (1998), as bases do turismo sustentável, essenciais para o seu desenvolvimento são quatro e vale referenciá-las:

- ⇒ conservação do meio ambiente;
- ⇒ preservação e recuperação do meio urbano;
- ⇒ formação profissional; e
- ⇒ conscientização da população para a importância do turismo.

Ao se considerar ecoturismo como um segmento especializado do setor de turismo e dado o grande potencial de atrativos da categoria “Naturais e Ecológicos” existentes no Brasil e pelas características vocacionais da Amazônia, além do ecoturismo ser considerado pela EMBRATUR, como o produto âncora do turismo brasileiro, necessário se faz um destaque para o conceito preconizado nas “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo”, qual seja:

Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas. (EMBRATUR, 1994, p. 19).

A referência a este conceito se justifica pelo fato de manter harmonia com os pressupostos do desenvolvimento sustentável, abordado anteriormente, como também, por ser adotado por todos os órgãos nacionais e regionais em quaisquer iniciativas de ações voltadas para o desenvolvimento do ecoturismo no País, em observância à Política Nacional de Ecoturismo.

3 TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

O turismo atualmente é reconhecido como um fenômeno de grande força no mundo, e conseqüentemente, a sua expansão econômica representa uma tendência de peso. Assim, é importante em exame sobre alguns aspectos fundamentais envolvendo efeito multiplicador, mercado e tendências.

3.1 EFEITO MULTIPLICADOR NA ECONOMIA, BENEFÍCIOS E IMPACTOS

Nos dias de hoje, as preocupações sobre turismo sustentável se voltam acentuadamente para as questões ambientais e em menor intensidade para a dimensão econômica. A par disso, Swarbrooke, em sua obra “Turismo Sustentável Conceito e Impacto Ambiental” (2000, p. 93), faz as seguintes afirmações sobre o turismo:

- ⇒ *é a principal indústria e o principal motivo de entrada de divisas, em moeda estrangeira em muitos países emergentes;*
- ⇒ *é a base do crescimento de muitas empresas multinacionais;*
- ⇒ *integra em proporção significativa a renda anual disponível de muitos povos nos assim chamados países desenvolvidos;*
- ⇒ *consome bilhões em dinheiro todos os anos em investimentos de infra-estrutura no setor público.*

Os impactos econômicos proporcionados pelo turismo podem ser melhor visualizados pela ilustração mostrada a seguir, baseada em um modelo avalizado por Murphy e modificado por Lage (apud SWARBROOKE, 2000, v. 1, p. 94), inici-

almente, tomando como referência as áreas urbanas. O objetivo é mostrar a complexidade dos impactos econômicos do turismo em uma determinada localidade.

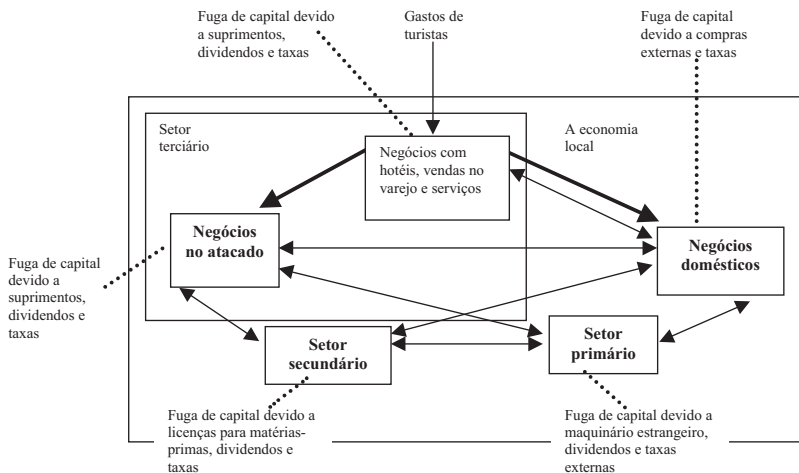


Fig. 1 - O Impacto econômico dos gastos dos turistas.
 Fonte: Swarbrooke, 2000, v. 1, p. 94.

- > Ganhos diretos (via hotel) na economia local
- > Ganhos indiretos (via hotel) devido a negócios domésticos e setores de comércio atacadista
- ←————> Ganhos induzidos entre vários setores
- Fuga de capital induzida pelo turismo fora da economia local

As atividades do setor de turismo proporcionam grandes benefícios econômicos, como também, custos econômicos. Swarbrooke (2000, p. 95) reconhece a importância da análise custo-benefício de projetos turísticos, porém, entende que essa técnica, apesar de útil, tem suas limitações, identificadas a seguir:

⇒ *é difícil quantificar os custos e os benefícios sociais que resultam do desenvolvimento do turismo, tais como clima, alienação social e a erosão de culturas tradicionais;*

- ⇒ *nem sempre é fácil avaliar impactos a curto prazo contra os impactos a longo prazo;*
- ⇒ *geralmente não é tão difícil perceber que os custos e benefícios são diferentemente para povos diferentes.*

A análise custo-benefício constitui uma ferramenta valiosa que pode auxiliar na tomada de decisão para projetos de desenvolvimento do turismo, contudo, deve haver uma sensibilidade quanto a avaliação dos benefícios que um projeto pode proporcionar para uma região como um todo e dos altos custos que pode trazer para uma parcela da comunidade. Nesse sentido, Swarbrooke (2000, p. 95) aponta os seguintes benefícios e custos econômicos do turismo:

a) benefícios econômicos do turismo:

- *criação de empregos;*
- *injeção de renda na economia local pelo efeito multiplicador;*
- *auxílio para a manutenção da viabilidade dos negócios locais;*
- *reforma e reestruturação da economia em cidades e metrópoles onde outras atividades industriais estão em declínio; e*
- *estímulo a investimentos internos e industriais.*

b) custos econômicos do turismo:

- *muitos empregos são mal remunerados e/ou sazonais;*
- *custos de ocasião, como por exemplo o dinheiro investido em turismo que não poderá ser usado posteriormente para outras finalidades;*

- *congestionamento;*
- *a necessidade de investir em infra-estrutura dispendiosa que pode ser usada apenas em parte do ano;*
- *excessiva dependência do turismo, tornando a economia local vulnerável as mudanças no mercado de turismo.*

Ao se analisar os benefícios e os custos do turismo é indispensável que se tenha o entendimento de que o impacto econômico do turismo depende da natureza da economia, pois dependendo dos gastos dos turistas, daqueles ocupados/empregados em atividades do turismo, dos valores dos salários e do grau de fuga de capital do turismo da comunidade local, a variação desse impacto poderá ser significativo entre os diferentes tipos de economia.

Para o melhor entendimento, Swarbrooke (2000, p. 96) define alguns dos tipos mais comuns de economias locais nas destinações turísticas, conforme a seguir:

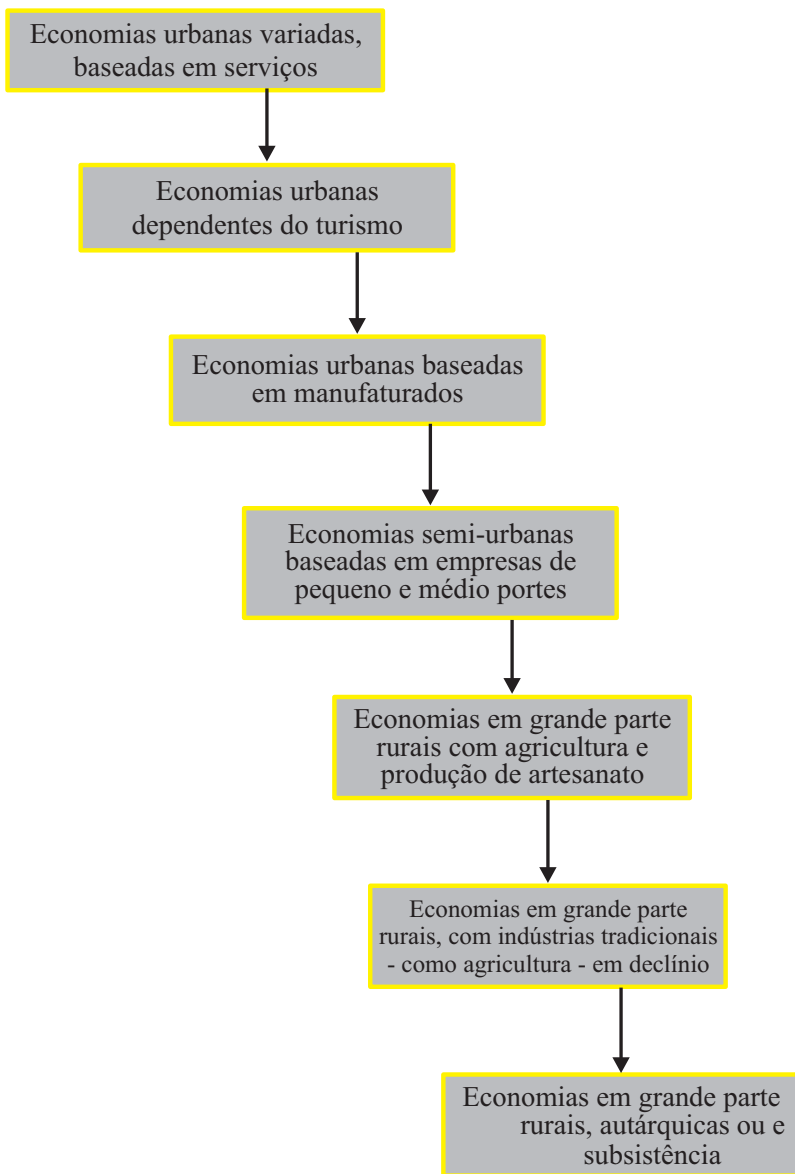


Fig. 2 - Os vários tipos de economias locais nas destinações turísticas.
Fonte: Swarbrooke (2000, v. 1, p. 96)

Um outro aspecto importantíssimo ao se considerar os custos e benefícios do turismo é a especial atenção que deve ser dada ao princípio do “efeito multiplicador”, pois, desta forma, pode-se ter uma idéia aproximada do dinheiro gasto pelos turistas e a sua circulação na economia local.

Além do que já foi abordado é prudente mostrar os possíveis impactos sobre os destinos turísticos, classificados como positivos e negativos em três ordens básicas: econômicos, socioculturais e ambientais.

a) Impactos econômicos

Impactos positivos	Impactos negativos
⇒ Geração de empregos.	⇒ Mudanças de ocupações profissionais.
⇒ Diversificação de atividades econômicas.	⇒ Alteração na estrutura e distribuição da população.
⇒ Desenvolvimento regional.	⇒ Desvio dos benefícios econômicos (fuga).
⇒ Aumento da renda dos habitantes.	⇒ Dependência excessiva da atividade turística.
⇒ Elevação da renda tributária.	⇒ Inflação e a especulação imobiliária.
⇒ Manutenção e expansão da infraestrutura.	⇒ Sazonalidade da demanda turística.
⇒ Expansão do setor de construção.	⇒ Competitividade com outras atividades tradicionais.
⇒ Industrialização básica da economia regional.	
⇒ Melhoria da qualidade de vida da população.	

b) Impactos socioculturais

Impactos positivos	Impactos negativos
⇒ Conservação do patrimônio.	⇒ Vulgarização das manifestações tradicionais (perda de autenticidade).
⇒ Reafirmação de identidade cultural.	⇒ Descaracterização do artesanato.
⇒ Intercâmbio cultural.	⇒ Perda da identidade cultural, pela influência no estilo de vida tradicional.
⇒ Valorização do artesanato.	⇒ Alteração nos padrões de consumo da população local.
⇒ Valorização da herança cultural.	⇒ Destruição do patrimônio histórico.
	⇒ Aumento da população residente e sazonal.
	⇒ Agravamento dos problemas sociais (drogas, crimes e prostituição).

c) Impactos ambientais

Impactos positivos	Impactos negativos
⇒ Conservação das áreas naturais.	⇒ Poluição da água e do ar.
⇒ Conservação do patrimônio arquitetônico local.	⇒ Poluição sonora e visual.
⇒ Conservação dos lugares históricos e arqueológicos.	⇒ Carência de saneamento básico.
⇒ Melhoria da infra-estrutura básica.	⇒ Degradação ecológica (fauna, flora, paisagens etc...).
⇒ Aumento da consciência sobre meio ambiente.	⇒ Danos aos lugares históricos e arqueológicos.
⇒ Criação de áreas protegidas.	⇒ Ocupação desordenada de uso do solo.
⇒ Melhoria da qualidade do meio ambiente.	⇒ Congestionamentos pela sobrecarga aos serviços de infra-estrutura e de entretenimento nos períodos de alta estação turística.
⇒ Descoberta e acessibilidade a novos locais.	⇒ Conflitos em decorrência dos momentos de congestionamentos.
⇒ Utilização racional dos espaços naturais e valorização do convívio com a natureza.	

Do ponto de vista da sustentabilidade ambiental, é muito importante que se tenha consciência da existência de limites para a exploração do potencial de um destino turístico. Neste sentido, é fundamental em uma proposta de desenvolvimento sustentável que seja identificada a capacidade de carga do meio ambiente físico, de modo que a utilização máxima de qualquer lugar possa gerar o mínimo de efeitos negativos nos recursos naturais, e, de impactos adversos sobre a sociedade e a cultura local.

Na prática, os limites da capacidade de carga não são fáceis de serem determinados, pois incluem aspectos físicos, biológicos, sociais e psicológicos, requerendo grande conhecimento e sensibilidade na valoração de fatores abstratos (em parte), porém, representa um instrumento essencial para o planejamento das atividades do setor de turismo.

3.2 MERCADO E TENDÊNCIAS NO MUNDO E NO BRASIL

Na atualidade o turismo ocupa posição de destaque na economia mundial. Desponta como o setor que movimenta mais recursos nos negócios entre países – cerca de US\$ 3,5 trilhões/

ano – suas atividades expandiram em 57%, somente na última década (Política de Ecoturismo para a Amazônia Legal, 1999, p. 12).

Em nível mundial essa condição coloca o setor de turismo acima das atividades de alta tecnologia, tais como: informática, indústria automobilística ou aeroespacial. Há perspectivas bastante otimistas de crescimento do setor para esta primeira década do terceiro milênio. A Organização Mundial do Turismo (OMT), por exemplo, prevê que até 2010, as chegadas do turismo internacional alcançarão 1 bilhão de pessoas. Em relação à geração de empregos, a taxa de crescimento estimada é de 10,6%.

De um modo geral, todas as previsões feitas por diversos organismos internacionais com destaque para a Organização, Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), a Economist Intelligence Unit (EIU/EUA), European Travel Commission (ETC) e a OMT, são indicadoras de tendências de crescimento significativo para as atividades turísticas com taxas médias anuais que variam de 4% a 8%.

Para os países em desenvolvimento a OMT prevê um crescimento favorável no turismo internacional, dado o grande interesse por novos produtos ou produtos renovados, onde despontam o ecoturismo, o turismo rural, o turismo de aventura e o turismo brando.

O interesse por esses tipos de turismo, tem como principal atrativo o meio ambiente natural. Essa razão associada ao agravamento de problemas ambientais causado pelo excesso de visitantes nos destinos considerados clássicos, reduzirá o fluxo de turistas, criando uma oportunidade a ser estimulada de destinação para países como o Brasil, Hong Kong, Malásia, Filipinas, Coréia, Singapura e Tunísia (SCHAKLEFORD, 1987 apud RUSCHMANN, 1997, p. 167).

Especificamente para o Brasil, as perspectivas, também, são boas em relação ao turismo. Em 2003, a EMBRATUR estima, no turismo interno um fluxo de 57 milhões de pessoas e no receptivo externo, um fluxo de 6,5 milhões.

No setor de hotelaria, um dos referenciais de aferição do movimento de pessoas, ocorre uma considerável expansão na oferta de meios de hospedagem a partir da estabilização da moeda do País, provocando uma pequena redução na taxa média de ocupação no setor (caiu de 61,7% em 1998 para 59,3% em 1999), porém, a expectativa para esse segmento é de prosperidade, tendo como premissas:

- a tendência de crescimento da economia;
- a projeção do crescimento do fluxo turístico;
- a realização de investimentos crescentes em hotéis, em especial nos de médio porte de categorias econômica e executiva, cujo objetivo é proporcionar um bom serviço a preços acessíveis; e
- a perspectiva de crescimento do segmento de eventos, com o incremento da realização de maior quantidade de feiras e congressos no Brasil.

Vale destacar que segundo a rede de hotéis Accor Brasil, considerada a primeira no ranking das principais redes hoteleiras nacionais e internacionais no País, existe no Brasil uma forte demanda reprimida por hotéis de categoria econômica, o que está levando o Grupo a realizar investimentos nesse segmento.

Especificamente no ramo hoteleiro a tendência das redes internacionais no Brasil é de realizar investimentos nesse segmento, de modo a contribuir para elevar a exigência dos consumidores e para estimular a modernização e a profissionalização da indústria hoteleira.

Neste particular, também cabe enfatizar a importância que tem hoje, na indústria hoteleira brasileira, o elevado nível profissional na administração dos hotéis, pois os resultados financeiros positivos e a maior competitividade do empreendimento dependem, cada vez mais, da qualidade dos serviços e do profissionalismo ante a concorrência.

Existem expectativas das entidades de classes ligadas ao turismo de que o número de visitantes em 2001 terá um crescimento médio no Brasil entre 10% e 15%, ao mesmo tempo em que existe uma variedade de prognósticos para o setor identificando o turismo ambiental como uma tendência de peso para esta primeira década do terceiro milênio.

Nesta perspectiva, a conscientização ambiental terá uma abrangência sobre todos os grupos de agentes econômicos envolvidos nas atividades turísticas: os turistas; as empresas turísticas; o governo; e, a comunidade anfitriã.

Ante as várias tendências econômicas atuais, Swarbrooke (2000, p. 103), chama a atenção para dois fatos de que não são compatíveis com o conceito de sustentabilidade, portanto, gerando problemas ao desenvolvimento do turismo sustentável:

- a) a tendência à globalização – está levando à padronização de produtos e à redução da influência de diferenças culturais e geográficas nacionais, regionais e locais e isso configura uma ameaça à diversidade, implícita no conceito de sustentabilidade;
- b) o crescimento de empresas multinacionais (EMNs) – do mesmo modo constitui, também, uma grande ameaça a sustentabilidade do turismo, a partir da identificação das situações possíveis nas economias locais com o crescimento das EMNs:

- controle sobre a estrutura e o desenvolvimento da indústria do turismo ou subseções específicas dessa indústria;
- controle sobre os mercados e fluxos de turistas;
- formação de preços dos produtos turísticos para a economia local;
- destino dos pagamentos dos agentes e da entrada de capital; e
- concorrência com as empresas locais e os efeitos da demonstração de técnicos de produção.

Estas questões são de fundamental importância, pois, como se vê, em quaisquer dessas tendências está embutida a perda do controle local, contrariando um princípio básico do turismo sustentável.

4 TURISMO NA AMAZÔNIA

O universo deste estudo tem uma abrangência aos nove estados que compõem a Amazônia Legal. Nesse sentido, inicialmente, descreve as suas características e posteriormente trata sobre o turismo na Região.

4.1 DEFINIÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO

A Amazônia é uma área de dimensão continental, formada por uma imensa floresta tropical úmida, denominada Hiléia, banhada pela Bacia Amazônica que possui a maior diversidade de peixes do mundo, com cerca de 2.500 a 3.000 espécies. A sua superfície total é de 780 milhões de hectares que se estende pelo Brasil, Bolívia, Colômbia, Equador, Guiana, Peru, Suriname e Venezuela. Dessa extensão territorial, cerca de 500 milhões de hectares estão situados no Brasil.

Conhecida por sua exuberância e riqueza, essa magnífica Região, detém 20% de água potável; um terço das florestas latifoliadas e 10% da biota do planeta. Possui uma rede de rios navegáveis com extensão de 25.000 km, formada pelo grande Rio Amazonas e seus tributários.

Em seu conjunto, a Amazônia, possui áreas de floresta, campos, savanas, cerrados e planície, o que se configura em muita diversidade pelas características das paisagens e dos diferentes ecossistemas, como também, pela sua própria formação histórica, onde se destaca a diversidade de povoamento, cultural, econômica e social, além de sua diversidade biológica (vegetal e animal), ainda desconhecida em sua grande parte.

A Amazônia brasileira compreende nove estados: Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Maranhão (oeste do Meridiano 44°), Mato Grosso, Rondônia, Roraima e Tocantins; possuindo ao

todo 757 municípios. A sua extensão territorial é de 5,1 milhões de km² (aproximadamente, 59% do Brasil), onde vivem 19 milhões de habitantes (mais de 12% da população do País), sendo que 61,1% compõe a população urbana. A densidade demográfica é de 3,7 hab/km².

Um século após a descoberta do Brasil, se inicia o processo de ocupação econômica da Amazônia com as primeiras investidas colonizadoras por espanhóis, holandeses, franceses, ingleses, irlandeses e portugueses na Região, com o objetivo de defesa e posse do território, catequese dos povos indígenas e coleta de “drogas do sertão”.

Desde a segunda metade do século XIX até o início do século XX, a Amazônia vive o ciclo da borracha, fase de prosperidade. A relação econômica e cultural da Região era forte com a Europa. Nesse período de riqueza e progresso, Manaus e Belém passam por momentos exclusivos de luxo e requinte da “belle-epoque” tropical.

Na pauta de exportação, a Amazônia passou a ser a maior contribuinte, respondendo por grande parte do financiamento do desenvolvimento do Centro-Sul do País, mas a partir de 1910, com o início da produção dos seringais plantados no sudeste asiático, a Região perde a competitividade e entra em declínio, chegando a derrocada em 1914. Com a segunda Guerra Mundial, a borracha da Amazônia voltou a ser demandada e após 1946, entra em crise novamente.

Nos anos 50, o Governo Federal interfere na Região, criando o Plano de Valorização Econômica da Amazônia. Dessa forma, novas culturas surgiram na sua base produtiva, cabendo destaque para a juta e a pimenta-do-reino. Também, foram construídas as primeiras estradas com ênfase para a Belém-Brasília, em 1958.

Nos anos 60, com a política de incentivos fiscais a Amazônia teve a sua fronteira econômica ampliada, atraindo capitais nacionais e internacionais na implantação de grandes projetos industriais e agro-industriais. Essa nova fase resulta da chamada “Operação Amazônia” do Governo militar, em 1966.

Esse modelo terminou causando a concentração da propriedade da terra, além do que as atividades de criação de gado, exploração madeireira (serrarias) e mineral (garimpo) e os grandes projetos de construção de estradas e de hidrelétricas, levaram a resultados desastrosos no âmbito ecológico e sociocultural, com abrangência, em especial às populações indígenas e extrativistas tradicionais.

Nos anos 80, com o crescimento da consciência ecológica, um novo desafio surge exigindo mudanças na ocupação econômica da Amazônia. Neste contexto, a Região passa a almejar objetivos que proporcionem a implementação de atividades econômicas rentáveis, ambientalmente sustentáveis, culturalmente recomendável e socialmente justas, de modo a superar os conflitos relacionados ao desenvolvimento desequilibrado, e, assegurar a sobrevivência desta e das gerações futuras.

Assim, entre algumas alternativas apontadas como possibilidades sustentáveis para o desenvolvimento da Amazônia, desponta o turismo como proposta que valoriza os aspectos sociais e culturais e influencia o ambiente da ocupação econômica.

4.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS, POTENCIALIDADES, VOCAÇÕES E DESAFIOS

Dado o caráter de prioridade ao desenvolvimento do turismo na Amazônia, pelo reconhecimento e valorização do seu potencial econômico para a reorientação da estrutura produtiva da Região de modo ajustado ao modelo de desenvolvi-

mento sustentável, a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM) e a Organização dos Estados Americanos (OEA), com a participação dos estados e de órgãos regionais, desenvolveu um estudo em 1995, com o objetivo básico de promover e expandir a atividade turística, com ênfase para o ecoturismo.

A quantificação dos atrativos turísticos, segundo as categorias, revela um total de 2.204, dos quais 65,4% se enquadram na categoria “Naturais e Ecológicos”, conferindo à Amazônia, de forma destacada, a sua potencialidade turística de grande vocação para o desenvolvimento do ecoturismo ou turismo na natureza.

A tabela 1, a seguir, mostra o levantamento do patrimônio turístico, segundo as Unidades Federativas da Amazônia Legal:

Tabela 1 - Atrativos turísticos da Amazônia Legal, segundo categorias.

UF	A1		A2		A3		A4		A5		TOTAL	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
ACRE	67	4,6	53	14,9	6	1,9	2	3,9	2	5,0	130	6,0
AMAPÁ	35	2,4	19	5,4	8	2,5	4	7,8	1	2,5	67	3,0
AMAZONAS	88	6,1	21	5,9	19	6,0	9	17,6	2	5,0	139	6,3
MARANHÃO	60	4,2	59	16,6	38	12,0	-	-	4	10,0	161	7,3
M. GROSSO	126	8,7	39	11,0	27	8,5	1	2,0	10	25,0	203	9,2
PARÁ	807	56,0	112	31,6	131	41,4	25	49,0	10	25,0	1.075	49,2
RONDÔNIA	102	7,1	22	6,2	20	6,3	3	5,9	1	2,5	148	6,7
RORAIMA	49	3,4	12	3,4	9	2,8	1	2,0	4	10,0	75	3,4
TOCANTIS	108	7,5	17	4,8	59	18,6	6	11,8	6	15,0	196	8,9
TOTAL	1.442	100	354	100	317	100	51	100	40	100	2.204	100
EM %	65,4		16,1		14,4		2,3		1,8		100	

Fonte: SUDAM/OEA, setembro/1995.

Categorias dos atrativos turísticos:

A1 – Naturais e Ecológicos

A2 – Históricos e Culturais

A3 – Folclore

A4 – Manifestações Técnicas Científicas Contemporâneas

A5 – Eventos Programados

Entre os estados, o Pará se destaca por ser detentor de 807 atrativos da categoria “Naturais e Ecológicos” (56% do total existente de 1.442), o mesmo ocorrendo com as demais categorias, exceto em relação a “Eventos Programados”, onde divide a primeira posição com o Estado do Tocantins em igual percentual de 25%.

A riqueza desses atrativos, ao se considerar todas as categorias, confere à Região uma condição privilegiada para o efetivo desenvolvimento do turismo, porém, existe um grande desafio a ser encarado pelo poder público e pela iniciativa privada que exige iniciativas de ações integradas voltadas para a transformação da grande potencialidade em produtos turísticos de boa qualidade, para que a Amazônia e o Brasil possam se consolidar como um destino confiável para os turistas brasileiros e estrangeiros.

4.3 DEMANDA TURÍSTICA E RESULTADOS ECONÔMICOS

As informações mais recentes disponibilizadas pela EMBRATUR sobre o turismo internacional mostra que o principal mercado emissor para o Brasil é a Europa, seguido das Américas e da Ásia Oriental/Pacífico que, juntos, respondem por 93% do fluxo turístico, conforme demonstrado na tabela 2.

Tabela 2 - Turismo internacional: chegadas de turistas internacionais, por regiões – 1998.

REGIÕES	QUANT. TURISTAS (EM MILHÕES DE PESSOAS)	%
ÁFRICA	24,9	4,0
AMÉRICAS	120,2	19,0
EUROPA	372,5	60,0
ÁSIA ORIENTAL/PACÍFICO	86,9	14,0
ORIENTE MÉDIO	15,6	2,0
ÁSIA MERIDIONAL	5,1	1,0
TOTAL	625,2	100,0

Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999, v. 26.

Pelos dados da tabela 3, a maioria absoluta dos turistas que visitaram o Brasil em 1998, tiveram como motivo principal de suas viagens o turismo (71,8% em média), seguido de negócios (22,7% em média). Esse fluxo turístico analisado quanto à procedência se classifica em dois grandes grupos: os sul-americanos do cone sul, formados por argentinos, paraguaios, chilenos e uruguaios; e, os norte-americanos e europeus com destaque para os alemães, ingleses, franceses, italianos, espanhóis e portugueses.

Tabela 3 - Turismo internacional: motivo da visita ao Brasil, segundo o País de origem – 1998.

NACIONALIDADE	MOTIVO DA VISITA AO BRASIL (Em %)		
	TURISMO	NEGÓCIOS	OUTROS
ARGENTINOS	82,0	13,3	4,7
CHILENOS	52,8	30,5	16,7
PARAGUAIOS	94,2	1,9	3,9
URUGUAIOS	74,2	21,2	4,6
AMERICANOS	55,9	38,4	5,7
ALEMÃES	77,9	19,7	2,4
ESPAÑHÓIS	60,3	29,4	10,3
FRANCESES	62,3	33,3	4,4
INGLESES	65,6	29,0	5,4
ITALIANOS	63,1	35,4	1,5
PORTUGUESES	80,7	14,5	4,8

Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999, v. 26.

Segundo o “Estudo de Demanda Turística Internacional – 1998”, elaborado pela EMBRATUR, o perfil do turista estrangeiro que visitou o Brasil, naquele ano, é o seguinte:

- 69,2% dos turistas que visitaram o Brasil tendo como objetivo a viagem de turismo, foram motivados pelos atrativos turísticos do País e 29,2% influenciados pelo que viram na televisão;

- 63,7% dos turistas já haviam visitado o Brasil, anteriormente, e 88,0% pretendem retornar;
- 64,7% se hospedaram em hotéis;
- 14,4% classificam a limpeza pública como ruim, 12,3% a sinalização turística, 9,8% a segurança pública e 9,5% as comunicações;
- a renda média anual dos turistas é de US\$ 38.432,56;
- o tempo médio de permanência no País é de 13 dias.

O gráfico 1 permite verificar que o maior fluxo de turistas para o Brasil, por via de acesso em 1998, ocorreu por meio de transporte aéreo (51%) e terrestre (46%), perfazendo 97%.

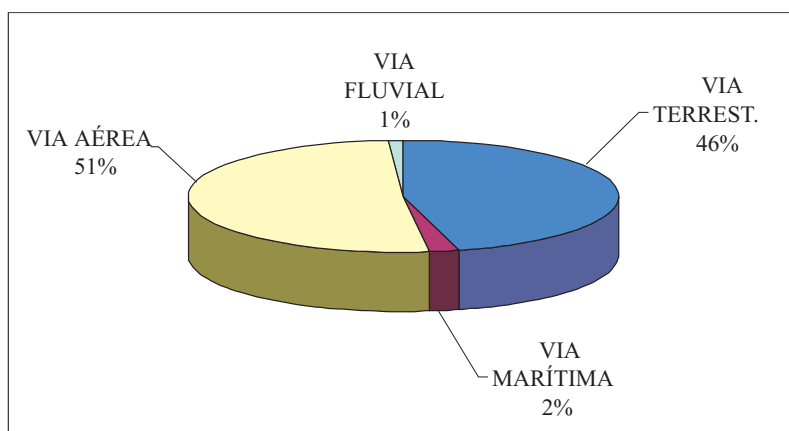


Gráfico 1. Entrada de turistas no Brasil, por via de acesso - 1998.
 Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999. v. 26.

Sobre os principais portões de entrada dos turistas estrangeiros no País, cabe destaque para São Paulo (26%), Rio Grande do Sul (20%), Rio de Janeiro (15%) e Paraná (11%), conforme mostra o gráfico 2.

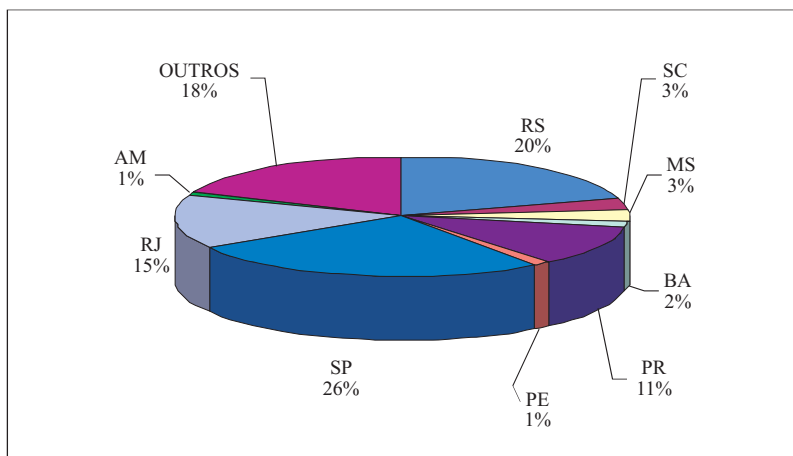


Gráfico 2. Principais portões de entrada de turistas estrangeiros no Brasil em 1998.

Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999, v. 26.

Em relação ao turismo interno, existe uma carência de informações sobre movimentação de pessoas nos nove estados da Amazônia Legal, principalmente, quanto aos vários meios de transporte. Por essa razão, somente foi possível, trabalhar com os dados de transporte aéreo.

Assim, pelos dados da tabela 4, é possível verificar que os estados da Amazônia Legal possuem 19 aeroportos de um total de 66 existentes no País. Em 1998, os aeroportos da Região embarcaram 2.256.231 pessoas (correspondendo a 8,8% da movimentação do País) e desembarcaram 2.328.338 pessoas (8,8% da movimentação registrada no País). Em termos de movimentação de pessoas – embarque e desembarque, entre os estados da Amazônia Legal, destacam-se pela maior movimentação o Pará e o Amazonas.

Tabela 4 - Turismo interno: movimento de passageiros nos aeroportos do Brasil – 1998

AEREOPORTOS	QUANT.	EMBARQUES	DESEMBARQUE
AMAZÔNIA LEGAL	19	2.256.231	2.328.338
ACRE	2	100.569	91.792
AMAPÁ	1	115.675	119.466
AMAZONAS	3	606.227	671.935
MARANHÃO	2	263.569	274.865
MATO GROSSO	1	276.342	271.432
PARÁ	7	677.918	685.189
RONDÔNIA	1	123.537	122.658
RORAIMA	1	61.841	61.270
TOCANTINS	1	30.553	29.731
OUTRAS REGIÕES	47	23.196.029	24.142.756
TOTAL	66	25.452.260	26.471.094

Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999, v. 26.

Ao se considerar os dados da tabela 5, verifica-se que tanto as receitas quanto as despesas vem apresentando crescimento, porém, de 1993 a 1998 (6 anos), as receitas geradas pelo turismo no País não têm sido suficientes para cobrir as despesas, resultando em saldos negativos no balanço de pagamentos da conta Turismo Brasil, com isso, acarretando um prejuízo acumulado da ordem de US\$ 12.428.455 mil.

Tabela 5 - Resultados Econômicos – Balanço de Pagamentos Conta Turismo Brasil – Período de 1991 a 1998.

Valores em US\$ mil

ANO	RECEITA	DESPESA	SALDO
1991	1.558.800	1.223.569	335.231
1992	1.307.065	Não disponível	Não disponível
1993	1.091.419	1.892.027	(800.608)
1994	1.924.800	2.930.900	(1.006.100)
1995	2.097.100	3.411.900	(1.314.800)
1996	2.469.146	5.825.498	(3.356.352)
1997	2.594.884	6.582.508	(3.987.624)
1998	3.768.029	5.731.000	(1.962.971)

Fonte: EMBRATUR, *Anuário Estatístico*, 1999, v. 26.

Ressalta-se que a EMBRATUR espera que o turismo doméstico seja incrementado, principalmente, no segmento de lazer, em função da desvalorização do Real. Este fato reduziu o fluxo do turismo emissivo, mesmo assim, foi projetado pelo Banco Central um déficit para 2001, na balança do turismo no valor de US\$ 2,4 bilhões, 14% maior do que foi estimado para 2000.

4.4 PRINCIPAIS PROGRAMAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO REGIONAL

Entre as iniciativas de desenvolvimento do turismo na Amazônia, identifica-se a implementação de alguns programas, considerados os principais, os quais são tratados a seguir:

a) Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT)

O Programa é desenvolvido no Brasil a partir da adaptação dos instrumentos operacionais elaborados pela OMT, o

que permite o uso de uma metodologia trabalhada sob o enfoque participativo – Planejamento de Projetos Orientados por Objetivos (ZOPP) - para a formação da equipe técnica de operacionalização do PNMT.

O processo de capacitação ocorre em três fases consecutivas, da seguinte forma:

1ª Fase: Oficina de SENSIBILIZAÇÃO

Tem o objetivo de conscientizar e mobilizar os agentes multiplicadores estaduais e os monitores municipais, estimulando-os e motivando-os para desenvolverem o programa de sensibilização da comunidade para a importância do turismo como fator de desenvolvimento socioeconômico, sendo os resultados das ações desta etapa avaliadas e ajustadas na fase seguinte.

2ª Fase: Oficina de CAPACITAÇÃO

O objetivo é a capacitação e a qualificação dos agentes multiplicadores nacionais e estaduais e dos monitores municipais (concluintes da 1ª fase), sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo e do Fundo Municipal de Turismo, instrumentos necessários para a operacionalização do Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo Municipal.

3ª Fase: Oficina de PLANEJAMENTO

Esta fase objetiva a capacitação dos agentes multiplicadores estaduais e dos monitores municipais, devidamente treinados nas fases anteriores, como Facilitadores do PNMT, abrangendo três passos distintos:

1º Passo: capacitação dos agentes multiplicadores estaduais como “Facilitador” na aplicação da metodologia simplificada de Elaboração de Planos Estratégicos de Desenvolvimento Sustentável do Turismo Municipal;

2º Passo: capacitação dos monitores municipais na metodologia simplificada de Elaboração de Planos Estratégicos de Desenvolvimento Sustentável do Turismo Municipal, pelos “Facilitadores Estaduais” com a presença de um moderador indicado pela EMBRATUR. A capacitação dos monitores municipais objetiva a elaboração dos planos de seus municípios;

3º Passo: nesta etapa o monitor municipal elabora o Plano Estratégico Municipal de Desenvolvimento Sustentável do Turismo, com a participação do “Facilitador Estadual” e envolvendo a comunidade beneficiária (membros do Conselho Municipal) nas decisões e compromissos com o desenvolvimento do turismo no município.

O programa compreende, ainda, duas oficinas, sendo uma de “Integração de Instituições Parceiras do PNMT”, cujo objetivo é integrar as ações interinstitucionais (todos os órgãos parceiros envolvidos com o programa), definindo no seu escopo de atuação o papel de cada integrante sobre as ações a serem desenvolvidas, compatibilizando-as com os objetivos do PNMT.

A outra oficina é a de “Planejamento da Coordenação Geral”, tendo como propósito o planejamento das atividades do programa em âmbito nacional, estadual e municipal, como também, de promover e divulgar as ações operacionais de cada segmento envolvido.

A operacionalização do Programa, na Amazônia Legal, tem como resultado o engajamento de 272 municípios de um total de 757, sendo 51 na primeira fase, 124 na segunda e 97 na terceira. A tabela a seguir detalha o estágio do programa em cada uma das Unidades da Federação da Amazônia Legal:

Tabela 6 - Municípios da Amazônia Legal engajados no Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) 1998/2000.

UF	QUANT. MUNICÍPIOS	MUNICÍPIOS ENGAJADOS NO PNMT			
		1ª FASE	2ª FASE	3ª FASE	TOTAL
ACRE	22	10	-	-	10
AMAPÁ	15	1	8	-	9
AMAZONAS	62	4	11	1	16
MARANHÃO (1)	211	6	21	-	27
MATO GROSSO	126	6	8	41	55
PARÁ	143	13	49	21	83
RONDÔNIA	40	5	10	5	20
RORAIMA	15	6	5	1	12
TOCANTINS	123	-	12	28	40
TOTAL	757	51	124	97	272

Fonte: EMBRATUR, junho/2001.

Nota: (1) no Maranhão considerou-se somente os municípios da área de abrangência da Amazônia Legal.

b) Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (PROECOTUR/TURISMO VERDE)

Desenvolvido pelo Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal (MMA) através da Secretária de Coordenação da Amazônia (SCA), o Programa conta com recurso financeiro proveniente de empréstimo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) com contrapartida da União e dos nove estados da Amazônia Legal.

Tendo o objetivo geral de viabilizar o desenvolvimento do ecoturismo na Amazônia Legal, como uma das bases para o desenvolvimento sustentável da Região, o PROECOTUR pretende proteger e desenvolver os atrativos ecoturísticos; implementar infra-estrutura básica de serviços; criar ambiente de estabilidade; avaliar o mercado nacional e internacional; propor base normativa; capacitar recursos humanos; estimular a utiliza-

ção de tecnologias apropriadas; valorizar as culturas locais; e, contribuir para financiar a conservação da biodiversidade.

O desenvolvimento do Programa, compreende duas fases: a primeira, de pré-investimentos, envolvendo recursos da ordem de US\$ 13,8 milhões, sendo US\$ 11,0 milhões do BID e US\$ 2,8 milhões do Governo Brasileiro e o prazo de implementação é de 3 anos, com início em janeiro/2000; a Segunda, de investimentos, com recursos previstos de US\$ 200,0 milhões e prazo de implementação de 3 anos.

Em relação a fase do pré-investimentos, a tabela 7, a seguir, espelha a destinação dos recursos, em termos percentuais, nos pólos ecoturísticos dos estados da Amazônia Legal.

Tabela 7 - Destinação dos recursos financeiros do PROECOTUR – 1ª Fase: Pólos Ecoturísticos da Amazônia Legal.

ESTADOS	%
ACRE	2,6
AMAZONAS	13,7
AMAPÁ	4,3
MARANHÃO	14,2
MATO GROSSO	7,7
PARÁ	9,4
RONDÔNIA	9,7
RORAIMA	4,0
TOCANTINS	7,3
Atividades comuns a todos os Estados	27,1
TOTAL	100,0

Fonte: MMA/SCA-PROECOTUR, julho/2001

A fase de pré-investimentos compreende três componentes:

COMPONENTE 1 – Planejamento do ecoturismo na Amazônia Legal:

- estratégia de turismo sustentável para a Amazônia;
- estratégias estaduais e locais de ecoturismo; e
- estudos para o planejamento, gestão e criação de áreas protegidas.

COMPONENTE 2 – Gerenciamento do ecoturismo nas áreas selecionadas:

- planejamento dos pólos de ecoturismo;
- investimentos essenciais nos pólos de ecoturismo; e
- estudos e projetos para investimentos na segunda fase.

COMPONENTE 3 – Fortalecimento do segmento ecoturístico:

- assistência técnica; e
- capacitação.

As principais ações desenvolvidas no âmbito do Programa compreende: o financiamento de projetos de ecoturismo na Amazônia e a formação de recursos humanos; a implantação de infra-estrutura nos pólos de ecoturismo na Região; a realização de estudos de oportunidades de investimentos e criação de roteiros ecoturísticos; e, estudo de viabilidade técnica, econômica e ambiental do ecoturismo.

Entre os principais resultados alcançados em 2000, destaca-se a implementação da estrutura técnica e gerencial, em Brasília e nos nove estados de abrangência do Programa, e os novos roteiros turísticos disponibilizados no mercado nacional e internacional.

c) Programa de Desenvolvimento do Turismo Regional (PRODETUR/FNO)

O PRODETUR é um programa do Banco da Amazônia S. A. (BASA), operacionalizado nos sete estados da Região Norte com os recursos do Fundo Constitucional de Financiamento do Norte (FNO), tendo os seguintes objetivos:

- Promover o desenvolvimento sustentável do turismo regional.
- Contribuir para a consolidação dos pólos de ecoturismo.
- Apoiar as atividades voltadas para a promoção de investimentos na formação, ampliação, diversificação, modernização e melhoria da infra-estrutura turística da Região.
- Contribuir para o aumento da oferta e melhoria de meios de hospedagem e de transporte.
- Consolidar a atividade turística na economia regional.

Através desse Programa o Banco da Amazônia financiou 62 projetos (base: 30/06/01), compreendendo todas as atividades de turismo na Região Norte, desenvolvidas pelo setor privado. Foram 18 empreendimentos de ecoturismo e 44 de atividades diversas do turismo convencional, num valor total de R\$ 35,4 milhões, com destaque para o segmento de hotelaria.

A tabela 8, a seguir, mostra o desempenho operacional obtido pelo programa no período de janeiro/1993 a junho/2001, por ramo de atividade:

Tabela 8 - Aplicação de recursos do PRODETUR/FNO, por ramo de atividade do setor de turismo da Região Norte – janeiro/1993 a junho/2001.

RAMOS DE ATIVIDADE	QUANTIDADE DE PROJETOS	VALOR (R\$ MIL)
ECOTURISMO	18	7.912
TURISMO CONVENCIONAL	44	27.501
TOTAL	62	35.413

Fonte: BASA/Sistema CONTROPER

De acordo com os dados do gráfico 3, observa-se que a contratação de recursos por porte dos beneficiários mantém um certo equilíbrio entre as pequenas, médias e grande empresas.

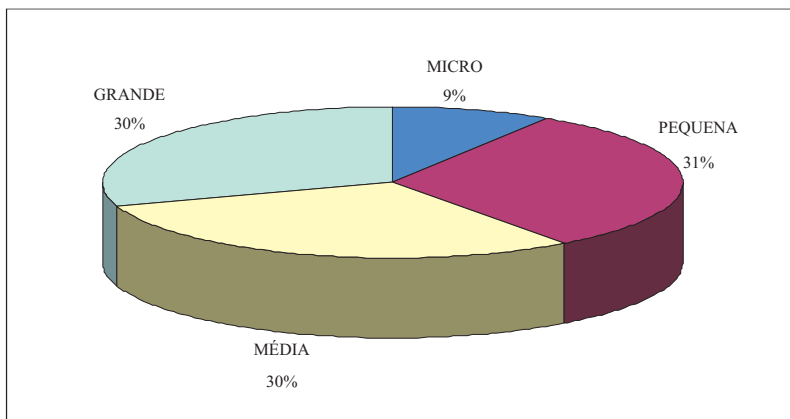


Gráfico 3. Demanda de recursos do PRODETUR/FNO, na Região Norte, por porte da empresa - jan/1993 a jun/2001.

Fonte: BASA/Sistema CONTROPER

A demanda de recursos através desse programa, por estados da Região Norte, no período de janeiro/1993 a junho/2001, mostra que o Pará foi o mais beneficiado, respondendo por 43% dos recursos aplicados no desenvolvimento do turismo regional, seguido pelo Amazonas com 35% (gráfico 4).

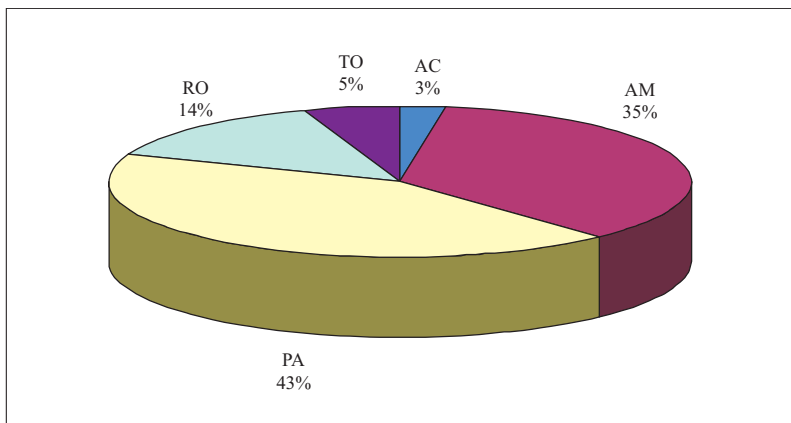


Gráfico 4. Demanda de recursos do PRODETUR/FNO, por Estado da Região Norte - jan/1993 a jun/2001.

Fonte: BASA/Sistema CONTROPER

Cabe referenciar que, além desses programas existem outros ofertando recursos através de linhas de crédito operacionalizadas por diversos agentes financeiros como a Caixa Econômica Federal (CEF), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Banco do Brasil S. A. (BB), e também, o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) e a extinta SUDAM, através do Fundo de Investimento da Amazônia (FINAM), porém, a demanda é baixa ou nenhuma.

Ante a este fato, no que diz respeito aos recursos para o financiamento de infra-estrutura turística compreendendo equipamentos e serviços, no âmbito da iniciativa privada, existem até com certa abundância, e neste particular, cita-se o caso

do BASA que é o maior financiador de empreendimentos turísticos na Região, possuindo programa específico para turismo com dotação anual de recursos (em torno de R\$ 35 milhões/ano), não havendo demanda suficiente para absorver a totalidade dos mesmos. Portanto, não parece que o turismo na Região seja tão carente de recursos para o seu desenvolvimento.

4.5 ÓBICES EXISTENTES

Os óbices identificados em relação ao setor de turismo e hotelaria podem ser classificados como de ordem estrutural e merecem uma especial atenção na implementação de ações de desenvolvimento do turismo regional e brasileiro. Segundo estudo realizado pelo BNDES e diagnóstico do BASA, os principais óbices existentes são:

a) planejamento

- ausência de planejamento estratégico setorial

b) estudos e pesquisas

- ausência de estudos de mercado (oferta e demanda)
- ausência de levantamento dos atrativos turísticos

c) sistema de informações turísticas

- carência de sistemas de informações sobre turismo

d) educação e recursos humanos

- desrespeito com a proteção e/ou conservação do meio ambiente
- pouca assimilação sobre a importância do turismo e seus efeitos socioeconômicos

- administração com baixo nível de profissionalização
- mão-de-obra pouco especializada
- deficiência técnica dos projetos de investimentos do setor privado

e) produtos turísticos

- infra-estrutura inadequada
- elevado preço das passagens aéreas
- elevado preço da locação de veículos
- estrutura desbalanceada na oferta de unidades hoteleiras
- violência urbana

f) marketing turístico

- pouca divulgação do Brasil no exterior
- imagem turística externa negativa

O conjunto desses óbices é o grande responsável pelos elevados custos de manutenção e hospedagem; baixa qualidade e produtividade do setor; maior influência da sazonalidade do fluxo turístico; baixa taxa média de ocupação dos meios de hospedagem; como também, influência nos preços de alguns produtos turísticos brasileiros, tornando-os altos e pouco competitivos no mercado internacional.

5 POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS PARA O PLANEJAMENTO DO TURISMO NA AMAZÔNIA

Ao se realizar estudo sobre turismo, verifica-se a existência de muitas políticas e estratégias definidas para o seu desenvolvimento, contidas em diversos documentos, elaborados por órgãos governamentais. Citamos alguns: Programa de Ações Estratégicas para a Amazônia Legal; Estratégia para o Desenvolvimento Integrado do Ecoturismo na Amazônia Legal; Programa Governamental para o Desenvolvimento do Turismo; Política Nacional de Turismo – Diretrizes e Programas; Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo; e, Linhas Básicas para um Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Amazônica.

Além destes, também, encontram-se planos do Governo Federal e dos estados, com programas que estão sendo implementados na Amazônia. Assim, parece que o desenvolvimento do turismo na Região necessita, de fato, é de vontade política para implementar as ações e destinar os recursos financeiros para a realização dos investimentos necessários, principalmente na infra-estrutura básica urbana e turística de acesso, cuja maior responsabilidade recai no poder público.

Os recursos para os investimentos da iniciativa privada na infra-estrutura turística, no que diz respeito a equipamentos e serviços, como já vimos anteriormente existem e não são escassos.

Ao se considerar este quadro, entre outros aspectos, percebe-se que a questão fundamental esbarra na falta de vontade política de alguns governantes da Região em priorizar o turismo como fator de desenvolvimento de seu Estado, como

também, na falta de ações integradas voltadas para o objetivo comum de desenvolver o turismo na Amazônia. A par disso, três grandes desafios necessitam ser enfrentados:

- 1º) transformação do potencial turístico da Amazônia em produtos turísticos diversificados e de boa qualidade;
- 2º) transformação da Amazônia num importante destino turístico do País; e
- 3º) conscientização, sensibilização e mobilização da sociedade para o turismo como fator de desenvolvimento sustentável para a Amazônia.

A seguir, numa visão abrangente de propostas para o desenvolvimento do turismo e considerando os aspectos aqui abordados, busca-se traçar políticas e estratégias para o planejamento do turismo sustentável na Amazônia a partir desses desafios e dos óbices identificados anteriormente.

Área de Ação: Planejamento e Gestão	
POLÍTICA	Planejar o desenvolvimento integrado do turismo sustentável na Amazônia, para que no futuro a Região possa se consolidar como o principal destino turístico do Brasil.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar um plano estratégico setorial para o desenvolvimento do turismo na Amazônia Legal sob o enfoque participativo, envolvendo os nove estados da Região. • Desenvolver e implementar um sistema de gestão do plano estratégico de turismo para os estados envolvidos, com a participação da sociedade no controle.

Área de Ação: Estudos e Pesquisas	
POLÍTICA	Desenvolver estudos e pesquisas sobre turismo para suprir as carências de informações necessárias para o planejamento eficiente e eficaz do desenvolvimento sustentável da Amazônia.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver e divulgar estudos sobre mercado turístico (oferta e demanda). • Realizar o levantamento dos atrativos turísticos das áreas prioritárias em cada um dos estados da Amazônia para o desenvolvimento turístico. • Desenvolver o perfil de produtos turísticos diversificados, compatíveis com as vocações e potencialidade dos atrativos locais. • Realizar estudo sobre a estrutura da oferta de unidades hoteleiras, visando o seu equilíbrio. • Realizar pesquisa, levantando informações sobre oportunidades de investimentos em turismo e linhas de financiamentos existentes na Região. • Levantar a legislação e os normativos reguladores das atividades de turismo e de serviços correlatos. • Realizar estudo, identificando a necessidade de maior oferta de vôos regulares e diversificados para a Amazônia e negociar soluções junto as companhias aéreas e órgãos competentes. • Realizar estudo identificando os mercados promissores para os produtos turísticos da Amazônia.

Área de Ação: Sistema de Informações Turísticas	
POLÍTICA	Criar um sistema de informações turísticas capaz de responder às necessidades de dados sobre turismo na Amazônia.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturar e implementar um sistema de informações sobre turismo na Amazônia. • Disponibilizar informações sobre mercado (oferta e demanda), a partir de estudos realizados. • Levantar e disponibilizar informações sobre produtos turísticos – atrativos, infra-estrutura, equipamentos, serviços, atividades e custo. • Levantar e disponibilizar informações sobre oportunidades de investimentos em turismo e linhas de financiamentos existentes na Região. • Levantar e disponibilizar legislação e normativos reguladores das atividades de turismo e de serviços correlatos.

Área de Ação: Educação e Recursos Humanos	
POLÍTICA	Promover a educação ambiental e básica sobre turismo e capacitar recursos humanos para atuação profissional no setor de turismo e serviços correlatos.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a necessidade de treinamento em cada um dos estados e desenvolver e implantar programas de capacitação de recursos humanos para o turismo. • Incluir disciplina sobre turismo sustentável na grade curricular do ensino básico e fundamentais • Desenvolver e implementar programas e campanhas para a conscientização, sensibilização e mobilização da sociedade para o turismo, como fator de desenvolvimento sustentável da Região, dando ênfase para a importância da proteção e/ou conservação do meio ambiente e dos efeitos socioeconômicos para as localidades.

Área de Ação: Produtos Turísticos	
POLÍTICA	Criar produtos turísticos diversificados e competitivos a partir da potencialidade regional e dos atrativos vocacionais de cada um dos estados componentes da Amazônia Legal.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar plano de investimentos em infra-estrutura turística, tanto para o poder público (infra-estrutura de acesso e básica urbana) como para a iniciativa privada (infra-estrutura de equipamentos e serviços). • Desenvolver produtos diversificados e competitivos, com qualidade e compatíveis com as vocações de cada um dos estados da Amazônia Legal, a partir de estudos realizados. • Desenvolver ações de conservação dos atrativos turísticos dos estados da Região e de manutenção dos equipamentos turísticos. • Instituir mecanismos para a valorização da qualidade dos produtos turísticos da Amazônia. • Criar e implementar ações na segurança pública para a redução máxima da violência urbana. • Identificar e estabelecer parcerias para a redução dos preços das passagens aéreas e de locação de veículos.

Área de Ação: Marketing Turístico	
POLÍTICA	Promover o marketing turístico da Amazônia no Brasil e no exterior, visando reverter a imagem negativa do País e tornar a região destino turístico nacional e internacional.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver e implementar programas de divulgação do turismo da Amazônia, no Brasil e no exterior. • Criar campanhas de divulgação do turismo da Amazônia, segmentado para os mercados do Brasil e do exterior. • Intensificar as campanhas de divulgação do turismo da Amazônia na mídia. • Criar material promocional e disponibilizar, na internet, nas embaixadas do Brasil no exterior, agências de viagens entre outros.

Área de Ação: Política	
POLÍTICA	Criar legislação específica para regular as atividades do turismo sustentável no Brasil.
ESTRATÉGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilizar a classe política para a necessidade de criar legislação próprias para o desenvolvimento das atividades de turismo no Brasil. • Definir normativos legais para o turismo, tendo o cuidado de resguardar os interesses nacionais ante os possíveis efeitos perversos da globalização (advindos das EMNs).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao examinar documentos oficiais sobre turismo no Brasil, tudo leva a crer que não há tanta necessidade de formulação de novas políticas para o desenvolvimento do turismo, pois elas já existem e com objetivos bem definidos. Bem ou mal, ao que parece, satisfazem as necessidades do presente. Possivelmente, a deficiência maior esteja na formulação e execução das estratégias que possam superar os óbices e atingir os objetivos propostos.

Ao se analisar as diversas frentes de trabalho em prol do desenvolvimento do turismo no Brasil e em especial na Amazônia, tudo leva a crer que não basta somente ter vontade de lidar com as situações voltadas para superar os óbices relacionados à infra-estrutura, segurança pública, educação, recursos humanos, produtos turísticos, marketing e promoções, entre outros, mas principalmente quanto à estrutura operacional nas diversas instâncias – municipal, estadual e nacional. Salvo equívoco, parece que aí reside o maior problema a ser enfrentado e resolvido.

No bojo de uma proposta de desenvolvimento do turismo, para que se tenha êxito é importante que os vícios da atual estrutura operacional fragmentada sejam corrigidos. Para isso, faz-se necessária a implementação de uma nova estrutura integrada para o País, em substituição ao modelo existente.

A implementação de uma estrutura única nos órgãos de turismo nacional, estaduais e municipais, com dirigentes e equipes competentes, onde os critérios técnicos prevaleçam para toda e quaisquer situações. Hoje, o que se constata é a ocupação de cargos e execução de ações em função dos interesses da política partidária. Essa prática, em parte, tem comprometido o desenvolvimento do turismo de forma mais acelerada, pois os interes-

ses antagônicos das forças políticas (partidos) geram conflitos diversos, a começar pelos Conselhos Municipais de Turismo, passando pelas secretarias, departamentos, órgãos, comitês municipais e estaduais, terminando nas esferas ministeriais.

Para exemplificar, em nível federal temos hoje no País o MMA, MET e EMBRATUR, além de outros, trabalhando turismo. Nos estados, tomando como referência o Estado do Pará, temos a Secretaria de Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia (SECTAM); a Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração (SEICOM) e a Companhia Paraense de Turismo (PARATUR), trabalhando o turismo em nível estadual. Nos municípios a situação não é muito diferente.

Agrega-se, também, a questão política partidária o fato da descontinuidade no cumprimento das ações, aquando da substituição dos mandatos eleitorais, retardando o desenvolvimento do turismo, face a reorientação das prioridades de cada governo.

Além destas questões, há outras no conjunto, expressas pelos interesses das classes empresariais do setor privado relacionadas com as atividades de serviços de turismo, como também, com os interesses que integram a vontade da comunidade/sociedade.

Neste contexto, não se deve perder de vista que a atenção mundial se volta para a Amazônia com maior intensidade, na medida em que cresce, no mundo, a consciência ecológica. O interesse mundial pelo meio ambiente e suas repercussões sobre o dia-a-dia do cidadão, cresceu muito após a Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio-92, patrocinada pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Ressalta-se que a Rio-92 mencionou o turismo em muitos capítulos da Agenda 21, por suas possibilidades de gerar renda conservando as riquezas naturais e culturais. A intensa discussão sobre a conservação ambiental da Amazônia fun-

cionou como uma estratégia própria de marketing para a Região, que despontou como destino potencial privilegiado, por contar com todos os elementos naturais necessários para o sucesso de qualquer programação turística, em especial de ecoturismo.

A exuberância da Amazônia faz com que ela represente a maior floresta, a maior fauna, a maior flora, o maior rio do mundo, porém, para o desenvolvimento do turismo o grande desafio é fazer da Amazônia o lugar mais desejado e visitado do planeta. A concretização deste sonho necessita de marketing e do envolvimento de todos os segmentos da sociedade.

Devemos apostar no potencial turístico da Amazônia, dando ênfase para o turismo sustentável, como instrumento de melhoria da qualidade de vida do seu povo, como fonte geradora de renda, e também, como mecanismo de conservação e/ou proteção de suas belezas naturais e riquezas culturais para o futuro.

Neste aspecto, é importante lembrar as palavras do Senhor Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, sobre ecoturismo: “o ecoturismo é um novo produto turístico de real potencial econômico-social e seu desenvolvimento propiciará a divulgação dos nossos patrimônios ambiental e cultural aos cidadãos brasileiros e, também, de outras nações que queiram conhecê-lo e conosco compartilhá-lo.”

Em que pese todo o esforço desenvolvido em relação ao ecoturismo, entende-se que a sua prática no Brasil não passa de iniciativas isoladas, de experimentos de alguns idealistas ou de empresários desinformados com interesses no lucro fácil e rápido. O ecoturismo na sua essência conceitual, com abrangência nas dimensões econômica, ambiental, social e cultural, na verdade não acontece, o que se faz é turismo na natureza. Assim,

com base neste fato é que se defende uma proposta de turismo sustentável para a Amazônia, quaisquer sejam a origem dos atrativos ou a natureza dos produtos turísticos.

Há fatores favoráveis para o desenvolvimento do turismo na Amazônia, porém, a maior carência da Região está na necessidade de infra-estrutura para a prática de atividades turísticas e da oferta de bons produtos com serviços de qualidade.

Neste sentido, é indispensável uma maior integração entre os diversos segmentos do *trade* turístico, com objetivos definidos para um planejamento do produto turístico, para o incremento do trabalho de marketing, para a potencialização dos atrativos turísticos, para a melhoria da infra-estrutura, para a redução dos custos de deslocamentos interno e externo e para a expansão do segmento de eventos e congressos.

De modo geral, em que pese os sucessivos déficits no balanço de pagamento da conta Turismo Brasil, verificados nos últimos anos, as perspectivas são muito otimistas em relação ao futuro; e o Brasil e a Amazônia possuem condições altamente favoráveis para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Na Amazônia, o que se verifica para o fomento do turismo sustentável é a necessidade de um esforço de mobilização, visando à conscientização da sociedade e de seus organismos – atores sociais e agentes econômicos, no sentido de que cada um cumpra com a sua função, pois somente a partir de uma ação sinérgica, integrada por múltiplas parcerias será possível desenvolver não só o turismo, mas toda e qualquer atividade econômica através do uso de tecnologias limpas, de forma capaz a proporcionar o tão almejado desenvolvimento sustentável. Esta premissa para o turismo se dará mediante o reconhecimento da necessidade de parcerias entre o setor público, a iniciativa privada e a comunidade, do planejamento integrado e participativo, do esforço conjunto na execução das estratégias e da responsabilidade compartilhada.

REFERÊNCIAS

BANCO DA AMAZÔNIA. **A Amazônia e o seu banco**. Belém, 2000.

_____. **Programa de aplicação dos recursos para 2001-2003**: Fundo Constitucional de Financiamento do Norte (FNO). Belém, 2000.

_____. **Sistema de informações gerenciais**. Belém, 2001.

BELLIA, Victor. **Introdução à economia do meio ambiente**. Brasília, DF: IBAMA, 1996.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Política de ecoturismo para a Amazônia Legal**: versão preliminar. Brasília, DF, 1999.

EMBRATUR. **Anuário estatístico**. Brasília, DF: 1999. v. 26.

_____. **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo**. Brasília, DF: 1994.

_____. **Estudo de demanda turística internacional**. Brasília, DF: 1998.

_____. **Política nacional de turismo**: diretrizes e programas. Brasília, DF: 1996.

LAGE, Beatriz Helena Gelas. **Economia do turismo**, 2. ed. Campinas: Papirus, 1996.

LEMO, José de Jesus Souza. **Níveis de qualidade de vida dos municípios brasileiros**: fundamentos para o planejamento do desenvolvimento sustentável do país. São Luis: [s.n.], 1996.

LOBATO NETO, Oduval. **Ecoturismo**: o exemplo do Amazonas. Belém: UFPA, NUMA; BASA, 1998.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Desenvolvimento do turismo sustentável**: manual para organizadores locais. 1994.

PETROCCHI, Mário. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, Dóris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SAAB, William George lopes; DAEMON, Ilka Gonçalves. O segmento hoteleiro no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, nº 13, p. 127-156, mar. 2001.

SUDAM: OEA. **Linhas básicas para um programa de desenvolvimento do turismo na Região Amazônica**: versão regional. Belém, 1995.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável**: conceitos e impactos ambiental. Tradução de Margarete Dias Pulido. São Paulo: Aleph, 2000. v. 1.

_____. **Turismo sustentável**: turismo cultural, ecoturismo e ética. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2000. v. 5.

TRIGO, Luiz Gonzaga de G. **Turismo básico**. São Paulo: SENAC, 1995.