

FUNDAMENTOS PARA UM TURISMO SUSTENTÁVEL

Odete Silva de Souza¹

Francisco Coelho Cuogo²

Rodrigo Borsatto Sommer da Silva³

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI

Gestão de Turismo (GTU0013) – Técnicas de Gestão

20/11/13

RESUMO

Este estudo tem como objetivo apresentar as diversas abordagens em torno do fenômeno turístico, partindo de um breve histórico do turismo e como esta atividade vem evoluindo através dos tempos. Na sequência, buscou-se apresentar a definição de termos de grande relevância dentro da atividade turística, tais como o conceito de turismo sob o ponto de vista de autores em maior evidência; o turismo sustentável como uma forma de viabilizar a conservação e preservação dos espaços visitados com vistas a gerações futuras; a demanda turística e suas implicações na atividade turística; a oferta turística e seu conjunto de elementos, tais como os atrativos turísticos, os serviços turísticos e públicos e infraestrutura básica com uma visão voltada às questões da sustentabilidade social e econômica. Por último, foi desenvolvido um estudo acerca do planejamento turístico com vistas à sustentabilidade como forma de atender a exigências de acordo com os novos rumos que o fenômeno turístico vem tomando no Brasil e no mundo.

Palavras-chave: Turismo. Sustentabilidade. Planejamento turístico.

1 INTRODUÇÃO

Após a busca por um referencial teórico capaz de dar suporte ao estudo do fenômeno turístico, seus princípios, o planejamento turístico, sobretudo, o planejamento voltado aos padrões de um turismo sustentável e, como forma de conhecer a evolução do fenômeno turístico, foi apresentada uma rápida abordagem sobre o processo histórico do desenvolvimento do turismo no mundo. Na sequência, foi realizado um estudo das definições sobre alguns fatores de maior relevância para o turismo, tais como a conceituação de turismo e turismo sustentável, elementos que compõem o turismo e, por último, a importância do planejamento para as práticas da vida

humana de uma forma geral e, sobretudo, a importância de um planejamento turístico voltado às razões da sustentabilidade de acordo com sua complexidade.

O turismo vem, através dos tempos, tornando-se uma das mais importantes atividades econômicas desenvolvidas no Brasil e no mundo. Trata-se de um fenômeno atual e complexo, por abranger diversos setores da sociedade, tais como o social, político e econômico. Diante desse notável crescimento da atividade turística e de seu dinamismo é que surge a preocupação em desenvolver um turismo voltado a atender questões relevantes no âmbito da sustentabilidade com uma prática de gerenciamento capaz de atender não apenas

¹ Acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

² Tutor Externo.

³ Professor.

um turismo sustentável, mas também o turismo de segmentações, uma vez que já não é mais possível tratar a atividade turística com um enfoque meramente econômico.

Diante da realidade de que o turismo já não sobrevive apenas para satisfazer os interesses econômicos, é preciso buscar um equilíbrio, de acordo com os critérios da sustentabilidade, entre o fator econômico, social e ambiental, em se tratando do cuidado com a preservação de recursos naturais e respeito e conscientização com as comunidades receptoras.

2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DO TURISMO

As viagens sempre fizeram parte da existência humana. Desde o início das civilizações, o ser humano precisou lutar pela sua sobrevivência, o que levava a deslocar-se de um lugar para o outro a fim de conquistar novas terras, manter relações de comércio ou simplesmente lazer para satisfazer sua própria curiosidade de aventura. Com relação à história do turismo no Brasil e no mundo, Ignarra (1999) nos leva a pensar sobre o fato de que o fenômeno turístico não se trata de algo tão recente. Remonta a um passado distante, quando o homem, desde o início da civilização, sempre precisou deslocar-se, quer por sobrevivência ou por outras necessidades inerentes a sua condição de um ser social que não consegue viver isolado por muito tempo, como bem complementa o autor:

O fenômeno turístico está relacionado com as viagens, a visita a um local diverso do da residência das pessoas. Em termos históricos, ele teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar, principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos. (IGNARRA, 1999, p.15).

Os gregos, na Idade Antiga, desenvolveram o gosto por visitar outros lugares para apreciar festividades religiosas e também pelos conhecidos Jogos Olímpicos em Olímpia, ficando conhecidos como os primeiros a destacar-se na arte de viajar (LENZ, 2011). E é na Idade Média que surge a realização de viagens realizadas por jovens de classes mais favorecidas, com o intuito de buscar novos conhecimentos e experiências e assim usá-los para o benefício de sua profissão, que era o ramo diplomata. Conforme acrescenta Ignarra (1999, p. 17) “na Idade Média, observou-se também o início de um hábito nas famílias nobres de enviarem seus filhos para estudar nos grandes centros culturais da Europa. Nasciam, então, as viagens de intercâmbio cultural”.

Essas viagens ficaram consagradas como um dos marcos da história do turismo. Era a moda do *grand tour*, com início nos anos de 1600 e difundindo-se como uma iniciativa moderna que se prolonga até parte dos anos de 1800, com o patrocínio da Rainha Elizabeth I, que enviava jovens para intercâmbio em países como Itália, com o fim de formar futuros diplomatas.

Importante também salientar que já vem de muitos anos as pessoas realizarem suas viagens principalmente por objetivos econômicos. Deslocam-se para outros lugares para exploração ou conhecimento, como é o caso dos grandes navegadores considerados pioneiros das grandes viagens pelo mundo, com o intuito de tirar proveito das riquezas de outros países ou regiões e também como crescimento cultural. Os séculos XV e XVI foram marcados pelas grandes navegações, algumas como a de Fernão de Magalhães, dando a volta ao mundo. Essas viagens, que atravessaram os oceanos, levavam centenas de pessoas e duravam vários meses, e teriam sido as precursoras dos grandes cruzeiros marítimos da atualidade.

Ainda que todos esses relatos que marcam o início das viagens não constituam elementos significativos para que possam ser considerados como atividade turística, todo esse histórico teve fundamental relevância para dar início ao surgimento do turismo como atividade organizada.

Foi com Thomas Cook, no começo da década de 1840, que a atividade turística se mostra de forma organizada, facilitando a vida dos turistas e, assim, criando os tão conhecidos pacotes turísticos que passam a ser indispensáveis para desenvolvimento das viagens turísticas. Devido ao grande sucesso de sua iniciativa, nasceu a primeira agência de viagens do mundo, que levava seu nome. Nessa direção, Carvalho (1999, p. 23) afirma:

Thomas Cook realizou viagens pela Europa e para EEUU e África, locais onde se articulou e incentivou outras pessoas e negócios, foi o criador do voucher de hotel e utilizou serviços de guias de turismo a partir de 1846. Ainda na segunda metade desse século a American Express começou sua atividade, criou o Travel Cheque e também uma das maiores agências de viagens da história, e tem prestado relevantes serviços ao turismo mundial. Na última década do século XIX já havia muitas viagens de férias para a Flórida, incrementando a economia dos EEUU e despertando o interesse pelo turismo tropical.

O turismo sempre esteve relacionado aos modos de produção e o avanço tecnológico. Estes dois fatores sempre determinam o perfil do turista através do poder aquisitivo e do acesso a novas tecnologias. A atividade turística apresenta um crescimento significativo durante o período da Revolução Industrial, no século XVIII, com a presença de meios de transporte mais rápidos e confortáveis, em que se tinha o uso de trens para viagens nacionais e o navio para viagens internacionais. Outros fatores também se adicionam, como o aumento do poder aquisitivo, as férias remuneradas e as

redes de comunicação passam a demarcar um novo rumo para o turismo que passa a ter um crescimento considerável.

Ainda, na sequência da história do turismo, Queiroz (2011, p. 54) acrescenta:

O começo do século XX foi extremamente tumultuado pelas disputas econômicas que levaram o mundo à Primeira Guerra e paralisaram o turismo, mas, ainda assim, a França criou a primeira Lei Orgânica para a atividade, recomendando estudos e esforços para melhorá-la, e em 1940 ela já considerava o turismo não apenas atividade econômica, mas atividade de interesse da sociedade, por sua relação com a cultura, à imagem do país e com outras atividades. Entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial teve início o turismo de massa, resultado de novas conquistas dos movimentos operários, a princípio para compensar trabalhadores de países totalitaristas, como Itália, Alemanha e a própria França, depois se tornando um negócio importante para o turismo.

O século XX foi marcado com o crescimento das viagens impulsionadas pela invenção do automóvel e estradas em condições trafegáveis evoluindo para o período pós Segunda Guerra Mundial com a chegada do avião a jato com rotas aéreas, possibilitando conforto e rapidez para o turista que passa a apresentar um perfil mais exigente diante das novas opções de transportes. Com isso, cresce o número de viagens nacionais e internacionais e melhorias no setor hoteleiro, formas de hospedagens cada vez mais sofisticadas com cuidado maior na oferta dos serviços.

3 PRINCÍPIOS BÁSICOS DO TURISMO

3.1 DEFINIÇÕES DE TURISMO

Ao longo dos anos, vem se desenvolvendo uma ampla discussão em torno da conceituação de turismo por parte de diversos autores. Por não se tratar de uma ciência exata e sim de um fenômeno multidisciplinar, abrangendo diversas áreas do conhecimento surge, então, a necessidade de buscar definições consensuais em torno do assunto.

As definições em torno do turismo estão ligadas a estratégias de planejamento e atividades turísticas. O conceito de turismo pode ser apresentado sob diferentes pontos de vista. Alguns teóricos buscam uma abordagem voltada à economia e outros já se voltam para uma perspectiva sociológica ou administrativa. Contudo, a atividade turística, em sua essência, relaciona-se ao deslocamento de pessoas com características inerentes ao fenômeno turístico.

Inicialmente, há uma definição simples apresentada por dicionários, como podemos constatar em Ferreira (2005, p. 875): “turismo é viagem ou excursão feita, por prazer, a locais que despertam interesse”. No entanto, o conceito de turismo pode ser visto de forma bem mais profunda, através de alguns autores, a começar pela definição mais utilizada que é a da Organização Mundial do Turismo, que diz que turismo é o fenômeno que abrange as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permanecem por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2003).

Já Ignarra (1999, p. 25) apresenta uma definição bem mais detalhada sobre o tema:

Assim, podemos defini-lo como o

deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional constante. Uma pessoa que reside em um município e se desloca para outro diariamente para exercer sua profissão não estará fazendo turismo, mas um profissional que esporadicamente viaja para participar de um congresso ou fechar um negócio em outra localidade que não a de sua residência estará fazendo turismo.

3.2 TURISMO SUSTENTÁVEL

Com o passar dos tempos, o turismo tem evoluído de forma significativa, principalmente com o surgimento de novas tecnologias e com as melhorias no setor de transportes cada vez mais rápidos e confortáveis e também com a melhoria do padrão de vida das pessoas que passam a ter um maior tempo de lazer e diversão. Com a concorrência das empresas aéreas, favorece-se um custo acessível, e as pessoas passam a buscar cada vez mais novos destinos para usufruir suas férias. Junto a essa euforia, surge a preocupação em redirecionar esse crescimento para um turismo interligado às questões da sustentabilidade, conforme acrescenta Ansarah (2001, p. 30):

O estudo do turismo deve ser direcionado para o desenvolvimento sustentável, conceito essencial para alcançar metas de desenvolvimento sem esgotar os recursos naturais e culturais nem deteriorar o meio ambiente. Entende-se que a proteção do meio ambiente e o êxito do desenvolvimento turístico são inseparáveis.

O turismo apresenta significantes impactos, tanto negativos como positivos, nos meios onde é desenvolvido. Se, por um lado, a atividade turística busca satisfazer às necessidades do turista, por outro, é de grande importância que os atrativos turísticos sejam preservados em seu estado

natural. E isso tem a ver com educação, pois não basta preocupar-se apenas com o ser humano, é preciso desenvolver uma consciência ambiental a fim de que ele possa fazer uso dos recursos naturais e culturais, visando atender os princípios de um turismo sustentável. Na sequência, Ignarra (1999, p. 113) complementa:

O turismo tem nos atrativos o principal componente do produto. Assim, é de interesse do turismo que esses atrativos sejam preservados em seu estado natural. Desse ponto de vista, o turismo é importante alternativa para que reservas naturais sejam preservadas. Existem localidades que por terem uma grande extensão de florestas nativas, ou importantes redes hidrográficas, possuem poucas possibilidades de desenvolvimento da agricultura ou da pecuária.

Diante dessa informação é que podemos afirmar ainda que o turismo sustentável vem despertar no turista uma nova forma de fazer turismo e, mais ainda, fazer com que a comunidade local participe ativamente do processo e, como resultado, haja uma melhor qualidade de vida através da geração de novos empregos e do uso adequado dos recursos disponíveis. Em acréscimo, Mohr (2011, p. 131) afirma: “O turismo sustentável tem dimensões políticas e culturais, o que nos remete a uma preocupação com o presente e o futuro das sociedades locais, com a produção e consumo dos serviços, a conservação e preservação dos ecossistemas e com o resgate da sua cultura”. Com base nessa afirmação, a dimensão do turismo sustentável nos conduz a refletir sobre a necessidade de nossos governantes desenvolverem políticas públicas efetivas capazes de contemplar as necessidades que um planejamento do turismo sustentável requer, pois não basta apenas gerar novos destinos turísticos e seguir explorando os que já existem, é preciso fazer isso com comprometimento e

seriedade. E, sobre essa problemática, Beni (2001, p. 61) argumenta:

Hoje, o conceito de turismo sustentável é mais abrangente e transcende a preocupação centrada na conservação e manejo do meio ambiente e recursos naturais, incluindo os aspectos de comercialização, marketing, qualidade, produtividade e competitividade dos bens e serviços turísticos.

Ainda, como forma de reforçar as ideias anteriores, a atividade turística, sob o aspecto da sustentabilidade, já não se trata mais apenas de atender às necessidades dos turistas e das regiões receptoras, visando apenas a questões econômicas, ou seja, o lucro. Torna-se cada vez mais urgente que os agentes envolvidos na condução do gerenciamento da atividade turística desenvolvam isso de forma consciente através do cuidado com a manutenção e preservação do patrimônio cultural, dos processos ecológicos, bem como o cuidado efetivo com a diversidade biológica, comprometendo-se com as gerações futuras. É necessário ter em mente que o ser humano precisa evoluir no seu conceito do que venha a ser preservar e respeitar o meio em que vive para que haja uma interação harmônica com a natureza. Diante disso, Beni (2001, p. 52) acrescenta:

O homem precisa da ocupação e da exploração do espaço natural para a satisfação de suas necessidades mínimas, e, na medida em que percebe que esse espaço não o satisfaz, tende a manipulá-lo irracionalmente, de maneira em que vai traçando um espaço cultural até agora abstrato, porque não está situado com respeito às condições do meio ambiente global e muito menos em relação às leis da natureza.

3.3 DEMANDA TURÍSTICA

Conforme salienta Lenz (2011), a demanda turística refere-se à quantidade de pessoas que se deslocam ou demonstram interesse em deslocar-se de seu local de residência para usufruir dos benefícios e serviços turísticos em outros locais. É formada por indivíduos de diferentes grupos sociais e culturais que fazem suas viagens por motivações diversas.

Melhor dizendo, trata-se da quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e tem condições financeiras para consumir mediante determinado valor dentro de um espaço de tempo assim determinado. Já na visão de Beni (2001, p. 209), “a demanda turística é uma compósita de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados: em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si”.

A demanda turística está sujeita a variações diversas que vão determinar os resultados de um planejamento turístico, pois é através do conhecimento do comportamento do turista, seus desejos, suas decisões de consumir os produtos oferecidos, sua identidade que é possível a tomada de ações concretas pelo sistema turístico a fim de alcançar os resultados previstos.

Por isso, é de grande importância o conhecimento detalhado das pessoas que buscam determinados serviços para que se possa determinar o tipo de produto e possíveis ações para promover um destino turístico específico.

Dentro desse estudo, torna-se importante ressaltar alguns fatores que afetam a demanda turística, mesmo estando sujeitos a modificações ao longo do tempo. Lage e Milone (2004, apud LENZ, 2011, p.

105), apontam quatro fatores distintos que podem afetar a demanda turística, que são “o preço dos produtos turísticos, o preço de outros bens e serviços, o nível de renda dos turistas e os gostos e preferências dos turistas”. Com isso, ressalta-se a importância do conhecimento dos agentes sociais pertinentes aos consumidores e os responsáveis pela elaboração de produtos e serviços turísticos como forma de melhor atender a demanda.

3.4 OFERTA TURÍSTICA

Na continuidade do pensamento de Lenz (2011), a oferta turística diz respeito a tudo que envolve o consumo referente à atividade turística, como a prestação de serviços, os bens, as atividades de diversão e lazer, congressos, festivais, recursos culturais e naturais, entre outros. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2003, p. 43), a oferta turística “diz respeito ao conjunto de produtos turísticos e serviços postos à disposição do usuário turístico num determinado destino, para seu desfrute e consumo”. E, em complemento, Beni (2001, p. 159) assevera:

Conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado.

Para complementar a abordagem feita por autores anteriores, Dias (2005 apud LENZ, 2011, p. 105) apresenta os principais componentes da oferta turística, que são:

Os recursos turísticos referem-se aos

atrativos da viagem, sejam eles culturais (parques, museus, igreja, etc.) ou naturais (o clima, a paisagem e a vegetação, por exemplo). Os serviços e equipamentos turísticos fazem parte desse leque, meios de hospedagem, restaurantes, bares, cervejarias, boates, clubes, instalações desportivas, autódromos, agências de viagens, locadoras de veículos, lojas de artesanato, casas de câmbio, embaixadas, etc. Por último, apresenta a infraestrutura e serviços básicos que tratam dos sistemas de esgoto, abastecimento de água, energia, estradas, aeroportos, rodoviárias, iluminação, comunicação, entre outros.

Ainda com relação à oferta turística, cabe salientar que os serviços turísticos são todos aqueles que visam atender preferencialmente ao turista de forma geral, embora que muitos destes serviços são também usufruídos pela comunidade residente. Mesmo havendo uma grande diversidade de produtos oferecidos ao turista, isto não é suficiente.

Não basta apenas disponibilizar o produto, antes de tudo é preciso que haja um cuidado especial em apresentar um padrão de qualidade exigido pelo sistema de turismo. São produtos de primeira grandeza os meios de hospedagem, a alimentação, os meios de transporte, as agências de turismo, serviços de informação ao turista, o comércio turístico e também os serviços públicos, tais como transporte público, atendimento médico e ambulatorial, serviços bancários, entre outros.

3.5 PRODUTO TURÍSTICO E ATRATIVO TURÍSTICO

O produto turístico é apresentado por alguns autores sob diversos enfoques e em alguns casos se mescla com o conceito de atrativo turístico. Contudo, Ignarra (1999 apud MÜLLER e SILVA, 2011, p. 14) afirma ter uma diferenciação clara entre os dois,

quando diz que: “o produto turístico é o somatório dos atrativos turísticos com o dos serviços turísticos, a infraestrutura básica somados ao conjunto de serviços de apoio ao turismo”.

Em busca de uma concepção mais genérica, Vaz (2001) assim define produto turístico: O produto turístico é um conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos, tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações. Tomelin (2001, p. 55) ao fazer uma abordagem sobre a situação em que se encontram as agências de viagens, que são quem geralmente atua no mercado de oferta do produto turístico, apresenta a formação relevante do tripé do produto turístico formado por transportadoras aéreas e rodoviárias, rede hoteleira, empresas e serviços receptivos.

4 TURISMO E PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL

O ato de planejar faz parte da história do ser humano, pois o desejo de transformar sonhos em realidade objetiva é uma preocupação marcante de toda pessoa. Entretanto, as ideias que envolvem o planejamento são amplamente discutidas nos dias atuais, mas um dos complicadores para o exercício da prática de planejar, em geral, está na compreensão de conceitos e o uso adequado dos mesmos. É impossível enumerar todos os tipos e níveis de planejamento necessários à atividade humana. Planejamento é processo contínuo que se preocupa com como e para onde ir e quais as maneiras adequadas para chegar lá, tendo em vista a situação presente e possibilidades futuras, para que o desenvolvimento dos objetivos previstos atenda tanto às necessidades, neste caso, do turista, como da população local. E, nesse

sentido, complementa Braga (2007, p. 1): “O planejamento é um processo contínuo e renovável, ele ocorre no período presente, resultante de um aprofundado estudo da realidade, com o intuito de ordenar ações que acontecerão em um momento futuro”.

Ao referir-se ao turismo sob a perspectiva da sustentabilidade, o planejamento é bastante complexo, visto que, no âmbito da administração pública, a preocupação está em desenvolver ações voltadas ao tempo de gestão, no intuito de priorizar a qualidade de vida dos cidadãos e preservando o patrimônio turístico existente. O planejamento turístico é desenvolvido em distintas formas com abrangência tanto em nível municipal, estadual, regional, nacional e internacional que não acontecem de forma isolada. Na maioria das vezes, é preciso que haja um envolvimento de outros segmentos e também a interação entre estes níveis, conforme apresenta Lenz (2011, p. 129):

Quando se trata de planejamento turístico, é necessário entender ainda que, embora existam diferentes níveis de planejamento, em alguns casos ocorre uma interação entre eles. Por exemplo, quando se elabora um roteiro local, é preciso consultar a esfera regional e até nacional, para entender quais ações vêm sendo desenvolvidas em cada uma, para que se consiga se beneficiar de possíveis sinergias.

Em se tratando de dar uma maior dinamicidade ao desenvolvimento das estratégias voltadas às ações que atendam às necessidades dos diversos setores que abrangem o turismo como um todo, Carvalho (1999, p. 29) acrescenta:

Segundo a Organização Mundial de Turismo, o turismo é a segunda maior indústria do mundo e estende seu raio de ação aos setores econômico, ambiental e sociocultural. Na economia cria empregos, gera divisas e aumenta

a qualidade de vida da população: no meio ambiente contribui para que fatores possam ser positivos ou negativos: e no aspecto sociocultural proporciona contatos entre visitantes e nativos, que podem ser benéficos ou prejudiciais.

Com relação à referência do autor acima, a grande preocupação dos órgãos públicos envolvidos com o planejamento da atividade turística deve centrar-se em desenvolver estratégias de integração entre instituições públicas e iniciativa privada com o objetivo de promover a atividade turística com regras bem definidas para evitar os possíveis efeitos negativos relacionados aos impactos do alto índice de crescimento do turismo no mundo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo desenvolvido sobre o turismo, foi possível apresentar uma abordagem histórica e conceitual de princípios básicos do fenômeno turístico, bem como o turismo sustentável que vem crescendo cada vez mais com uma demanda turística com índices significativos, contando com a presença cada vez maior de turistas em áreas naturais em que é possível o contato equilibrado com a natureza. Acrescenta-se mais o estudo sobre a necessidade de um planejamento turístico adequado a esse crescimento dinâmico que envolve o turismo.

Em se tratando de planejamento, a atividade turística desenvolvida dentro dos princípios da sustentabilidade requer um cuidado criterioso no que diz respeito a seu planejamento. É de total relevância a elaboração de um planejamento centrado na organização dos espaços destinados ao turismo e dos equipamentos utilizados para a realização dessa prática como forma de, ao mesmo tempo, servir como um propulsor da atividade econômica, com a geração de renda para a população local. Em contrapartida, a

aplicação de um planejamento sustentável tem o compromisso de estabelecer objetivos claros no que diz respeito à preservação dos recursos naturais, conservando e protegendo-os através de uma conscientização e controle das formas de agir por parte dos turistas.

Contudo, diante do fenômeno da globalização e da grande importância que é dada hoje à conservação do meio ambiente, dos recursos naturais e culturais, não é mais possível tratar o desenvolvimento turístico e seu planejamento de forma isolada. O fenômeno turístico torna-se inviável se não for tratado dentro dos critérios da sustentabilidade no contexto mundial. Finalizamos com a certeza de que há muito ainda o que se fazer para melhorar a qualidade dos serviços turísticos, ficando nas mãos do poder público o compromisso em desenvolver políticas públicas efetivas para atender o crescimento desse setor.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar.** São Paulo: SENAC, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 5 ed. São Paulo: SENAC, 2001.

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

CARVALHO, C.L. de. Turismo, uma Arma Poderosa para Incrementar o Crescimento. **Revista do Instituto Brasileiro de Turismo.** Atualidades n.23. Brasília: EMBRATUR, dez. 1999.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Júnior:** dicionário escolar da língua portuguesa. Curitiba: Positivo, 2005.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira, 1999.

LAGE, Beatriz Helena G.; MILONE, Paulo Cezar. **Turismo na economia.** São Paulo: Aleph, 2004.

LENZ, Talita Cristina Zechner. **Teoria geral do turismo.** Indaial: Uniasselvi, 2011.

MOHR, Maicon. **Sustentabilidade e turismo.** Indaial: Uniasselvi, 2011.

MÜLLER, Renato; SILVA, Rodrigo Borsatto Sommer da. **Planejamento e organização do turismo.** Indaial: Uniasselvi, 2011.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

QUEIROZ, José. **História do turismo mundial e do Brasil.** Estado. 18 de abr. 2011. Disponível em: <<http://turismoreceptivo.wordpress.com/2011/04/18/historia-do-turismo-no-mundo-e-no-brasil/>>. Acesso em: 26 out. 2013.

TOMELIN, Carlos Alberto. **Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias.** São Paulo: Aleph, 2001.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

