

Turismo: um Caminho Chamado Organização

Marcelo Parreira Veloso (marceloveloso.mpv@bol.com.br)*

Resumo

Através do nosso site, o turismólogo Marcelo Veloso nos envia esse artigo em que propõe um melhor planejamento das políticas de turismo, atuando de maneira mais eficaz nos destinos turísticos de modo a buscar o bem-estar do turista, da comunidade receptora, da preservação da natureza e da cultura local.

Introdução

O turismo tem se apresentado através de indicadores e conceitos como uma referência de considerável solução para muitos males cometidos, ao longo de anos e anos, pela exploradora e tempestuosa gana capitalista, inconcebível e exterminadora ação consumista, seja quando considerado como indústria sem chaminé, como fenômeno social ou até como setor, aliás, setor de que? de onde? Da economia, geografia, sociologia ou cultura?

Por conta disso, milhões e bilhões de pessoas e de dólares são utilizados como indicadores para demonstrar este fenômeno industrial, social e setorial, promovendo, desordenadamente, que milhares e milhares de destinos e atrativos ditos turísticos surjam todo ano, sem nenhuma estrutura, sem nenhum controle, principalmente no Brasil, pela falta de uma política que normatize, regule e organize dignamente o turismo, pelo bem dos turistas, da comunidade, da natureza, da cultura e da história.

Fazer e fazer bem feito ainda é um "bicho-de-sete-cabeças" para muita gente que diz ser profissional do turismo. Confundem, por conveniência, planejamento e organização com burocracia; respeito, qualidade e segurança com aumento de despesa; seriedade e ordem com coisa de atrasado, ultrapassado; controle e estatística com risco de aumento de impostos; numa clara e inconfundível demonstração de que há muito por se fazer para mudar tais hábitos, concepções, conceitos, posições e, principalmente, decisões.

Indicadores: identidade, valores e consciência turística

Para estabelecer decisões sobre o turismo, faz-se necessário passar,

integralmente, pela análise e diagnóstico da sua identidade pautada na estabilidade social; pela qualificação dos valores erguidos e confirmados na representação de sua natureza econômica e política; pela consciência lúcida nos argumentos de sua característica primária: o ser humano.

E o que vem a ser identidade pautada na estabilidade social? Nada mais do que a confirmação de sua existência a partir dos princípios básicos da participação da comunidade nos destinos e nos interesses positivos para a localidade.

Já a qualificação de valores se confirma pela responsabilidade no desenvolver as ações de acordo com os instrumentos e conteúdos existentes obedecendo aos espaços de cada morador, de cada cidadão.

Efetivando assim, o resultado mais do que prático, é a consciência da participação ativa de todos, em benefício não só da comunidade mas também de todos aqueles (turistas) que para ali se deslocam no sentido de usufruir os serviços, atrativos e produtos oferecidos.

Mas tudo isso é possível, desde que haja vontade em desenvolver e estabelecer prioridades balizando-as em resultados efetivamente claros, legítimos e probos.

Caminhos: pesquisa, publicidade e planejamento

A pesquisa, a publicidade e o planejamento devem ser estabelecidos como elementos primordiais a serem estudados, trabalhados e desenvolvidos, dentro de critérios que exijam através de normas, regulamentos e instrumentos legais a qualificação e o profissionalismo, não só daqueles apresentados e comprovados, entre aspas, através de documentos emitidos e afixados em parede, mas também de todos aqueles que assumam a

* Marcelo Parreira Veloso é escritor, turismólogo e especializando em docência e pesquisa em turismo e hospitalidade pelo CET/UNB- e-mail: marceloveloso.mpv@bol.com.br

responsabilidade pelos atos individuais e coletivos.

A pesquisa na área de turismo enfrenta um dos problemas mais sérios, que é a falta de atenção e de desprendimento daqueles que nela e dela fazem parte, seja de maneira técnica e profissional seja de maneira prática e leiga.

A literatura turística, bem como o material gráfico e audiovisual de propaganda e publicidade do turismo, tem sido alvo de críticas pela falta de objetividade ou mesmo de preocupação com a realidade em que se encontra. Apesar do turismo no Brasil apresentar e desenvolver material de publicidade, propaganda e divulgação digna de primeiro mundo, a realidade é que grande parte da estrutura turística não passa de maquiagem fotográfica e visual, proporcionando indignação de turistas e comunidades bem como produzindo um constante e elevado esvaziamento e eliminação de destinos turísticos, que poderiam muito bem ser preservados, conservados e mantidos, se houvesse planejamento calcado numa política forte e responsável, tanto do poder público como das entidades privadas que deles se beneficiam.

Por causa disso, pode-se entender o motivo do crescente número de cursos de turismo e hotelaria, no sentido de preparar e organizar melhor os destinos turísticos, complementados pelos cursos técnicos que objetivam preparar e qualificar os serviços a serem oferecidos pelos mesmos. Além disso, a pesquisa em turismo e hospitalidade começa a traçar também o seu caminho, através do incremento dos cursos de especialização e mestrado em pesquisa, planejamento e gestão turística, proporcionando a expectativa de que, em poucos anos, o Brasil possa estar, até quem sabe, exportando experiências e ferramentas para estruturação, planejamento e gestão em

turismo, vez que o nosso país tem hoje todo um potencial histórico, cultural, geográfico, social, econômico e político na área de turismo e hospitalidade, totalmente inexplorado ou explorado de maneira precária e ineficiente.

Política do turismo: reflexão, reformulação e resultados

E é com esse intuito que devemos trabalhar a preparação de uma política mais efetiva, eficaz e eficiente, digna das nossas comunidades, importante e responsável para os turistas, garantindo além da qualidade e do profissionalismo,

a sustentabilidade ambiental, social, política e econômica tão almejada e disseminada nas instituições de ensino superior e nos organismos governamentais, não-governamentais e privados da área de turismo.

A discussão deve passar principalmente por três eixos importantes, o da conscientização estereotipada desenvolvida pelo Programa Nacional de Municipalização do Turismo-PNMT, o da normatização capenga e improdutiva do Instituto Brasileiro de Turismo-EMBRATUR e do atrelamento indevido, imperfeito e ineficaz produzido pela junção de duas áreas distintas porém com ações inequivocamente opostas mas unidas em um só Ministério, o de Esportes e Turismo.

O PNMT teve e tem sua importância no contexto da conscientização das comunidades, mas falha no principal - a execução das ações, a pormenorização da estruturação; já que o programa tem sua finalidade específica e envolvente na preparação e inicialização do turismo. Queiram alguns até achar e propagar que não, o resultado é inegável e pode ser visualizado e confirmado nas inúmeras oficinas realizadas e nos milhares de cidadãos que delas participaram, concluindo que o

alcance pretendido não chega a contemplar as despesas (ou custos de investimentos) efetivados pelo PNMT/ EMBRATUR, governos estaduais e prefeituras municipais.

O momento é de rediscussão, é de projetar ações mais claras e com finalidades mais contundentes, do ponto de vista da qualidade, profissionalização e gestão dos destinos turísticos. Deve ser criada uma nova estrutura para a EMBRATUR, com objetivos mais específicos e com mais autonomia para a fiscalização e normatização do turismo, de caráter administrativo e operacional, através do fortalecimento e expansão das seccionais vinculadas, não sob a coordenação dos organismos públicos de turismo dos estados, mas à estrutura federal, com rigor e personalidade própria, nos mesmos moldes, por exemplo, das seccionais da Receita Federal, com condições e instrumentos, principalmente de caráter físico (sede,

mobiliário e equipamentos), humano (servidores/profissionais da área) e organizacional (setores e serviços de fiscalização, normas, registros), em cada estado, estabelecendo, além da descentralização e desburocratização, critérios importantes e necessários de controle e estatística do turismo de cada município.

Será, então, o início de um verdadeiro e digno trabalho de municipalização do turismo, eliminando, assim, algumas decisões de cunho eleitoreiro e nefasto ao turista e às comunidades interessadas.

Novo milênio, novas concepções, nova ordem econômica, social e política; respeito ao ser humano, às tradições, à natureza e ao meio ambiente; valorização, conservação, preservação e manutenção dos costumes e culturas - isso tudo leva a um bom e progressista caminho do turismo: a organização.