

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Responsabilidade Social, Impactos e Capacidade de Carga: Uma Reflexão Sobre os Aspectos Sociais e Culturais.¹

Patrícia dos Santos Franco²

SENAC-MG – Mestre em Gerenciamento e Planejamento do Turismo

Sarah de Andrade Luz³

Centro Universitário UNA – Especialista em Gestão Estratégica de Negócios

Resumo

Este artigo destaca como a Responsabilidade Social Corporativa pode exercer um papel fundamental na determinação da capacidade de carga e na gestão de impactos da atividade turística. O presente estudo enfoca, principalmente a questão dos impactos sociais e culturais. Analisa todos os atores envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo e pondera sobre a viabilidade de implementar um planejamento socialmente responsável visando a sustentabilidade dos atrativos e o benefício de toda a comunidade através da proteção de sua cultura, seu modo de vida e de seu patrimônio.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Capacidade de Carga; Atividade Turística; Impactos Sociais e Culturais ; Sustentabilidade.

A Globalização e o Turismo

As mudanças econômicas, políticas e culturais dos últimos anos foram intensas e abrangentes. O aprofundamento da globalização econômica refletiu no desempenho das empresas, em função do aumento da concorrência. A necessidade de se tornarem competitivas por meio da redução de custos e do aumento da qualidade dos produtos e dos serviços oferecidos resultou na imprescindível qualificação da mão-de-obra e no contínuo processo de capacitação dos funcionários por parte das organizações.

O aumento do desemprego resultante do crescimento tecnológico que cobriu o setor primário e secundário fez com que o setor de serviços se tornasse acolhedor de uma grande massa mão de obra que se encontrava ociosa, por outro lado tornou possível, para alguns usufruir o tempo livre consolidando a indústria do turismo. Observa-se que o turismo, como atividade econômica, geradora de riquezas e empregos

¹ Trabalho apresentado ao GT 4 – “O Legado Cultural como Atrativo e a Responsabilidade do Turismo” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006

² Msc em Gerenciamento e Planejamento do Turismo pela Bournemouth University, Especialista em Administração Hoteleira, em Gestão pela Qualidade Total e em Administração Mercadológica. Docente dos programas de Pós-Graduação do SENAC-MG. patsfranc@hotmail.com

³ Graduada pelo Centro Universitário UNA em Gestão de Hotelaria, Turismo e Lazer; Especialista em Gestão Estratégica de Negócios – MBA pelo Centro Universitário UNA e Graduada em Administração de Empresas. sarahandradeluz@gmail.com

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

tem seu desempenho relacionado ao comportamento da distribuição de renda e da disponibilidade do tempo livre.

Embora os efeitos da globalização sejam sentidos em todo o mundo, seus benefícios e prejuízos não foram distribuídos equanimente conforme apontam Vieira Filho & Araújo (2006).

Ao facilitar a circulação de idéias, produtos, know-how e capitais, a globalização torna a vida mais fácil para alguns. Todavia, nem todos são afetados da mesma forma pela globalização, em função das diferenças econômicas, sociais e culturais pré-existentes. A globalização exige concorrência, competitividade e cada vez mais modernização. Por ser um paradigma assentado nesses elementos e no domínio de informações, saber e tecnologia, o acesso aos benefícios desse mundo globalizado é dificultado para a grande maioria da população, o que tem levado muitos lugares e pessoas a ficar à margem, reforçando a tendência à exclusão social e à competição (Vieira Filho e Araújo. 2006:2).

Mesmo assim, podemos tomar como exemplos destinos onde a atividade turística é a principal responsável pela geração de renda e de empregos. Não só os empreendimentos obtêm benefícios com o desenvolvimento do turismo, mas, quando a comunidade está envolvida direta ou indiretamente com a atividade, ela se desenvolve com mais facilidade, ganha acesso a serviços e a meios de promover e preservar o patrimônio material e imaterial. Esta possibilidade potencialmente propicia o fortalecimento de sua identidade.

O turismo é uma atividade importante para a o crescimento econômico e social de qualquer país, mas, conforme está previsto no código de Ética do Turismo é preciso buscar formas para que a população carente possa usufruir tanto dos equipamentos e recursos turísticos como dos demais benefícios provenientes do desenvolvimento desta atividade. Entretanto, nem todas as conseqüências de seu desenvolvimento são bem-vindas e os efeitos adversos não podem deixar de ser considerados, conforme nos lembram Vieira Filho & Araújo (2006):

Embora possa desencadear (...) vantagens, o turismo não pode ser estimulado cegamente. Quando o turismo é desenvolvido sem se considerar devidamente o contexto em que opera e sem o adequado planejamento e adoção de ações estratégicas ajustadas a esse contexto, pode-se comprometer a sustentabilidade da atividade (Vieira e Araújo, 2006:1).

De acordo com a EMBRATUR⁴, se considerarmos sua cadeia produtiva: agentes de viagens, meios de transporte, entretenimento, meios de hospedagem, etc, notaremos que a atividade turística contribui com mais de US\$ 3,8 trilhões, valor equivalente a 11% do PIB mundial. A atividade turística, quando alcança um nível elevado de

⁴ Instituto Brasileiro de Turismo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

desenvolvimento, pode servir de base econômica para um município, requerendo especial atenção para os impactos que provoca.

Conciliado às ações socialmente responsáveis, o turismo pode exercer papel fundamental na sobrevivência e no desenvolvimento de gerações. Sendo assim, é preciso estabelecer regras de conduta que possam orientar harmoniosamente a relação de todos numa perspectiva ética.

Os empresários envolvidos direta ou indiretamente com a atividade têm procurado exercer seu papel social, investindo em projetos comunitários entre outras ações. Mas é preciso que reflitamos sempre sobre a função do turismo, como forma de amadurecimento do indivíduo, de valorização de seu legado cultural e da compreensão de sua identidade e história. Um sujeito que deverá ser capaz de respeitar as diferenças entre culturas e comunidades. É a construção do turismo, pela cidadania, é a ética no turismo.

A análise do processo evolutivo do terceiro setor evidencia, muitas vezes, a ausência de responsabilidade e comprometimento por parte da gestão pública, o que, de certa forma transfere para os cidadãos e empresas, alguns problemas e funções que seriam de responsabilidade governamental. Entretanto, fica claro que se estas questões não forem consideradas, a posição na sociedade dos agentes econômicos envolvidos será prejudicada. Dentro deste viés, surge, então, a partir da década de 70, no Brasil, o movimento de formação do terceiro setor, que hoje encabeça, em diversas áreas, programas que contribuem para o desenvolvimento sustentável da sociedade, incluindo o setor do turismo, de preservação histórica e de valorização da cultura local. Ao mesmo tempo, as empresas passam crescentemente a se envolver no desenvolvimento de ações sociais e culturais contribuindo com indivíduos, sociedade civil e governos.

Desta forma, promover o desenvolvimento harmonioso, que beneficie toda as partes, é o desafio maior que mobiliza todas as forças políticas, institucionais e empresariais. As estratégias para vencer a estes desafios devem estar baseadas nas necessidades da comunidade, sem que se perca o foco nos objetivos da empresa baseando-se sempre em atitudes éticas.

Sendo assim, o principal objetivo deste estudo é fazer uma breve reflexão sobre a maneira como a responsabilidade social vem sendo abordada no âmbito das avaliações de impacto do turismo e, em espacial, na avaliação de impactos sociais e culturais.

A metodologia adotada para o desenvolvimento deste trabalho, baseia-se em pesquisa e análise de dados secundários obtidos por meio de consultas bibliográficas a partir do levantamento de dados encontrados em artigos publicados, em revistas científicas, bem como dos extraídos de meio eletrônico.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

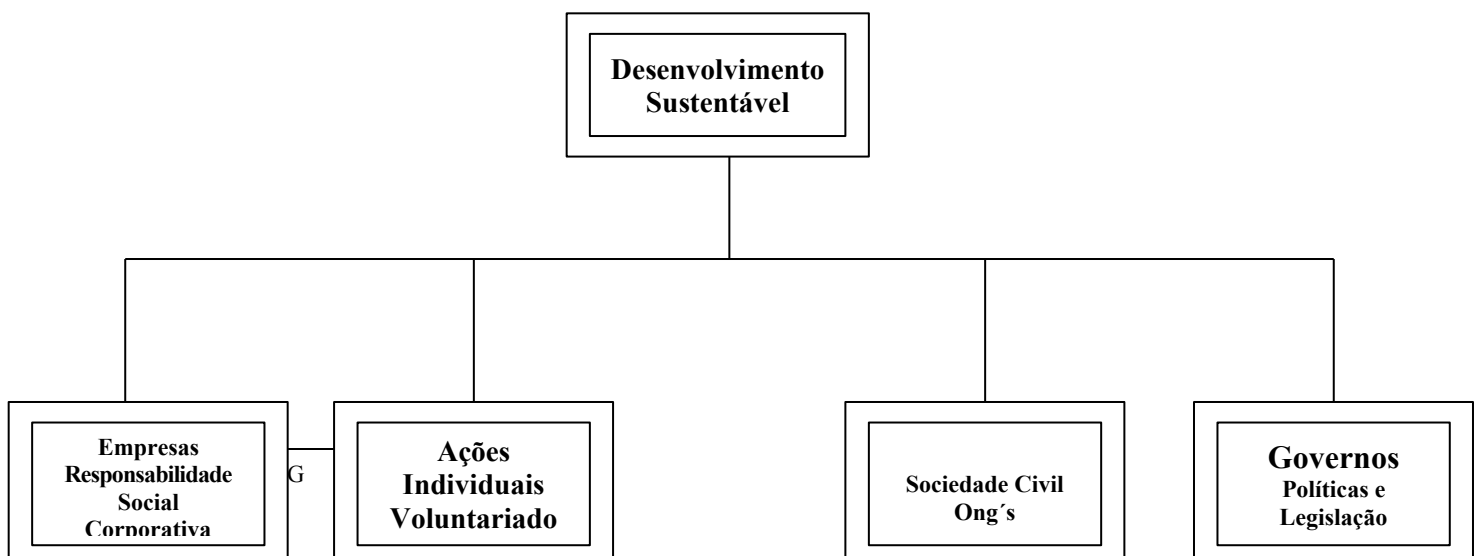
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Turismo e Sustentabilidade

O conceito de desenvolvimento sustentável foi apresentado em 1987 como resultado da Assembléia Geral das Nações Unidas no relatório “Our common future” *Nosso futuro Comum*, conhecido como Relatório Brundtland. Nesse mesmo encontro foi criada a UNCED – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Este documento traduz algumas preocupações com o meio ambiente que já se instalavam na sociedade e definiu novos paradigmas que passaram a nortear as relações humanas a partir daquele momento. Apresenta três vertentes principais: crescimento econômico, equidade social e equilíbrio ecológico, induzindo um “espírito de responsabilidade comum” como processo de mudança no qual a exploração de recursos materiais, os investimentos financeiros e as rotas de desenvolvimento tecnológico deverão adquirir sentidos harmoniosos. Nele foi expresso pela primeira vez o conceito de “desenvolvimento sustentável” utilizado até os dias atuais e definido como àquele que “atende as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras atenderem as suas”, através da sustentabilidade, do desenvolvimento que compreende uma mudança nas relações econômicas, político-sociais, culturais e ecológicas (Oliveira, 2004; Ribeiro e Lacorte, 2003).

Em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizado no Rio de Janeiro, deu impulso a um processo de sustentabilidade pela natureza e pela sociedade em longo prazo, recebendo o nome de Agenda 21. O que tornou a Agenda 21 tão significativa, foi o fato de que ela representou a primeira ocasião em que um programa abrangente de ações governamentais foi adotado por 182 governos. A Agenda é baseada em uma estrutura de temas destinados a apresentar uma estratégia geral para dar à atividade global uma trajetória mais sustentável (Cooper, 2001, Oliveira, 2004).

FIGURA 1: Desenvolvimento Sustentável e seus atores⁵:



IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

É importante compreender que o desenvolvimento sustentável se baseia na atuação coordenada de vários setores sociais. Cabe as empresas desenvolver ações que contribuam para o desenvolvimento global da sociedade não apenas suprimindo suas carências, mas também contribuindo para a qualidade do desenvolvimento futuro da sociedade. A esta atitude e/ou postura empresarial chamamos de Responsabilidade Social Corporativa. Aos indivíduos está reservada a missão de compreender que deve haver um equilíbrio entre os interesses de curto prazo e a possibilidade de longevidade da sociedade e do meio ambiente como um todo, suas ações são individuais e concentram-se nas opções conscientes em favor da ética, da identidade e da qualidade do bem estar coletivo. A contribuição da sociedade civil está em organizar e coordenar as ações dos grupos sociais. Desta forma, as organizações não-governamentais atuam junto a indivíduos, empresas e governos orientando-os e, muitas vezes, pressionando-os a agir dentro dos preceitos da ética focando ao mesmo tempo o presente, o passado e futuro da coletividade. A função do governo, como ator da promoção do desenvolvimento sustentável, está na implementação de políticas que garantam a sustentabilidade do processo de desenvolvimento e na implementação de uma legislação que oriente, organize, limite e puna grupos ou indivíduos que desrespeitem as regras que visam garantir a sustentabilidade social, cultural, econômica e ambiental.

É fundamental a aplicação destes conceitos ao processo de desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo. Planejar e desenvolver a atividade turística levando em consideração as carências, os anseios e as características da comunidade autóctone e trabalhar em busca de estratégias que superem as necessidades da sociedade a curto e longo prazo é ser ético, é ser socialmente responsável.

“... 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”.(Ansarah, 2001)

A preocupação da gestão do turismo sustentável não deve ser apenas ambiental, mas também econômica, social, cultural, política e administrativa. Relacionar a atividade turística com o meio ambiente, com o desenvolvimento social e econômico é de suma importância para o desenvolvimento planejado e sustentável do setor. É preciso ter consciência e atenção para o fato de que danos e impactos causados pelo crescimento descontrolado da atividade podem, e são, em muitos casos, ser irreversíveis.

A OMT⁶ estabelece uma nova referência para o desenvolvimento responsável e sustentável para o turismo mundial neste novo milênio. Acredita que este código de

⁶ Organização Mundial do Turismo – <http://www.world-tourism.org>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

ética seja necessário para minimizar os impactos negativos do turismo no meio ambiente e na herança cultural enquanto maximiza os benefícios para a população local dos destinos turísticos. É composto de 10 princípios chamado de “Regras do Jogo” para destinos turísticos, governos locais, operadoras, agentes de viagens, trabalhadores e para os próprios turistas, são eles:

TABELA 1: OMT: Regras do Jogo Para destinos turísticos

1. Contribuição do turismo ao respeito e entendimento mútuo entre povos e sociedades.
2. Turismo como um veículo para uma realização individual e coletiva;
3. Turismo, um fator de desenvolvimento sustentável.
4. Turismo, um usuário da herança cultural da humanidade, contribuindo para o seu enriquecimento.
5. Turismo, uma atividade benéfica para os países e comunidades anfitriãs.
6. Obrigações dos stakeholders no desenvolvimento turístico.
7. Direito ao turismo.
8. Liberdade dos movimentos turísticos.
9. Direitos dos trabalhadores e empreendedores na indústria turística.
10. Implantação dos princípios Código Ético Global para o Turismo através da criação de um Comitê Mundial para o Turismo Ético composto por representantes de cada região do mundo e de representantes dos grupos de envolvidos no turismo: setor público, setor privado, organizações trabalhistas e ONGs.

Fonte: OMT

Responsabilidade Social e Turismo Responsável

As transformações sócio-econômicas dos últimos 25 anos têm afetado intensamente o comportamento de empresas que até então priorizavam somente na maximização do lucro. A economia atual envolve o preceito básico de uma competitividade cada vez mais acirrada e de um consumidor mais consciente, exigente e atento. Sendo assim, um novo perfil empresarial começa a surgir.

A idéia de responsabilidade social incorporada aos negócios é, portanto, relativamente recente. Começou a se fortalecer nos Estados Unidos na década de 60. Conforme Nociolini (1999) isso ocorreu em consequência do: “(...) aumento das contestações sociais de vários movimentos da sociedade civil e devido a maior disseminação deste assunto no meio acadêmico”. Na América do Sul, incluindo o Brasil, a Responsabilidade Social passou a merecer atenção das empresas, em especial as multinacionais, a partir de meados da década de 70.

A intensificação do movimento pela Responsabilidade Social Corporativa no Brasil tem suas raízes na década de 80 com o processo de redemocratização que propiciou o ressurgimento dos movimentos sociais civis. Durante muito tempo esteve focado nas questões sociais locais que afligiam aos atores domésticos estando distante

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

das questões e debates globais. A Responsabilidade Social Corporativa estava predominantemente associada a filantropia e dirigia-se basicamente a investimentos comunitários. Entretanto, nos últimos anos, por pressão da sociedade civil organizada, as empresas no Brasil vêm adotando uma postura mais estratégica no desenvolvimento de suas políticas de Responsabilidade Social (Thorpe, 2006).

Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, as empresas se viram forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações. Votaw (apud Nociolini, 1999) observam que:

“O termo (Responsabilidade Social) é um termo brilhante. Ele significa algo, mas nem sempre a mesma coisa, para todos. Para alguns, ele representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético, para outros, ainda, o significado transmitido é o de responsável por, num modo causa. Muitos simplesmente equiparam-no a uma contribuição caridosa; outros tomam-no pelo sentido de socialmente consciente; muitos daqueles que o defendem fervorosamente vêem-no como simples sinônimo de legitimidade (...); uns poucos vêem-no como uma espécie de dever fiduciário, impondo aos administradores de empresa padrões mais altos de comportamento que aqueles impostos aos cidadãos em geral” (Votaw apud Nociolini, 1999:64).

A responsabilidade social corporativa trata sobre a forma de gerenciamento das relações entre empresas, meio ambiente e economia. Isto significa contribuir para o desenvolvimento econômico e social de tal modo que fiquem resguardados os recursos naturais, o meio ambiente, o patrimônio e o respeito aos direitos de cada indivíduo.

A responsabilidade social corporativa é normalmente compreendida como a contribuição da iniciativa privada para o desenvolvimento sustentável. Ainda que os governos possam introduzir leis de proteção ao ambiente, ao patrimônio cultural e aos direitos individuais e sociais de seus cidadãos. Muitas empresas reconhecem a responsabilidade e as vantagens comerciais em ir além do que é exigido por lei quando gerenciam seus impactos, entretanto, devem procurar equilibrar suas responsabilidades em relação ao meio ambiente, a sociedade e a economia no presente e no futuro para que a sustentabilidade seja assegurada.

Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários. (ETHOS, 2006) ⁷.

⁷ Instituto Ethos de Responsabilidade Social – www.ethos.org.br

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Toda a discussão a cerca da responsabilidade social, reflete os conflitos em que os diversos atores que deveriam atuar na promoção do desenvolvimento sustentável estão envolvidos: muitas vezes algumas necessidades da sociedade não são supridas por um ou outro ator de modo que o questionamento sob o desempenho e o comprometimento neste processo pode surgir. Entende-se que o grau de comprometimento e de maturidade dos envolvidos não é uniforme o que faz com que, muitas vezes, por dispor de recursos ou por entender melhor uma necessidade, um ator substitua o outro na procura do caminho sustentável. Entretanto, a experiência demonstra que quanto maior o comprometimento mútuo dos indivíduos imbuídos do senso de cidadania; das empresas socialmente responsáveis; da sociedade civil organizada e atuante; e do estado comprometido com políticas e leis responsáveis, justas e contínuas; maior será a sustentabilidade local e mais aptos os setores sociais estarão para buscar caminhos e soluções para o crescimento e desenvolvimento do local.

Segundo a DEAT⁸ (2002):

Turismo Responsável é a gestão estratégica do turismo englobando o planejamento, gerenciamento, desenvolvimento de produto e marketing de modo a produzir impactos sociais, culturais e ambientais positivos. Para os operadores de turismo isso significa prover experiências de férias interessantes para os visitantes e possibilitar a comunidade local a usufruir uma melhor qualidade de vida e conservando seu meio ambiente e patrimônio.

O DEAT⁹ completa suas orientações em seu Manual Para o Turismo Responsável com as seguintes linhas de ação:

TABELA 2: Linhas de Ação: Econômicas
<ul style="list-style-type: none"> • Avaliar impactos econômicos antes do desenvolvimento do turismo • Maximizar os benefícios econômicos para a comunidade local ampliando a inclusão e reduzindo a exclusão • Assegurar que as comunidades envolvidas são beneficiadas pelo desenvolvimento do turismo • Contribuir para o marketing e o desenvolvimento de produtos a nível local • Promover negócios e preços justos
Linhas de Ação: Sociais
<ul style="list-style-type: none"> • Envolver a comunidade local nos processos de decisão e planejamento • Avaliar os impactos sociais da atividade turística • Respeitar a diversidade social e cultural

⁸ DEAT: Department of Environmental Affairs and Tourism of South Africa

⁹ DEAT: Department of Environmental Affairs and Tourism of South Africa

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

- Ser sensível as características da cultura local

Fonte: DEAT

Esta definição e as linhas de ação sugeridas vão de encontro aos parâmetros estabelecidos na Agenda 21¹⁰ em seu programa de ação para Turismo & Viagens:

“A indústria de Turismo & Viagens tem um interesse em proteger os recursos naturais e culturais que são o núcleo de seu negócio. Tem também os meios para o fazer. Como a maior indústria do mundo tem o potencial para causar melhoramentos socioeconômicos e ambientais, fazendo uma significativa contribuição ao desenvolvimento sustentável dos países por onde atua”.¹¹

TABELA3: As principais ações da Agenda 21¹² no âmbito social:

- Turismo & Viagens devem conduzir as pessoas a uma vida saudável e produtiva em harmonia com a natureza;
- Turismo & Viagens devem estar baseados em padrões sustentáveis de produção e consumo;
- Itens relativos ao desenvolvimento turístico devem fomentar a participação de cidadãos conscientes na tomada de decisões adotadas em nível local;
- Turismo & Viagens devem utilizar a sua capacidade para criar empregos para mulheres e população local;
- O desenvolvimento turístico deve reconhecer e apoiar e preservar a identidade, a cultura e os interesses e bem estar da população local;

Fonte: Foro para el Turismo Sostenible¹³

Para Dodds & Joppe (2005) a definição de Responsabilidade Social Corporativa possui elementos similares ao do turismo sustentável, pois ambos focam em como os atores devem ser identificados, engajados e no modo pelo qual as ações devem ser medidas para que seus impactos sejam determinados. Ainda que a Responsabilidade Social se refira à postura da empresa em dar satisfação de seus atos, a todos os seus interessados, em relação às atividades desenvolvidas com o objetivo de atingir a sustentabilidade não apenas na dimensão econômica, mas também nas dimensões sociais e ambientais. A idéia de um turismo sustentável foi alicerçada inicialmente e principalmente na perspectiva ambiental, mais recentemente, assim como nas empresas, foram incorporados os aspectos sociais e comunitários.

Impactos da Atividade Turística e Responsabilidade Social

¹⁰ Agenda 21: www.agenda21.org.br

¹¹ Agenda 21: www.agenda21.org.br

¹² Agenda 21: www.agenda21.org.br

¹³ <http://www.turisos.net/sostenible/agenda21.html>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Etimologicamente, definimos impacto como:

Fazer chocar contra; choque de um corpo em movimento com outro em repouso; introduzir em outra coisa de modo que seja impossível retirar; impressão muito forte, muito profunda, causada por efeitos diversos; abalo causado por acontecimento extremo.¹⁴

Esta definição evidencia que impactos são acontecimentos intensos e, de certa forma inevitáveis. Também é importante ressaltar que, a princípio, não são nem positivos nem negativos, por isso requerem uma avaliação imparcial que seja capaz de detectar seus graus de negatividade e de positividade (Franco, 2004).

Essa neutralidade torna essencial a ação da sociedade no sentido de que a avaliação dos impactos seja honesta e responsável. Como grandes interessados na maximização de seus lucros, as empresas turísticas têm papel fundamental na determinação da capacidade de carga, no planejamento do uso dos recursos e no respeito aos limites de utilização dos recursos. Neste sentido, o senso de Responsabilidade Social Corporativa, de ética, a clareza dos princípios adotados e o comprometimento com outros atores promotores do turismo sustentável é fundamental.

É claro que a possibilidade de manipulação de dados e interesses existe, e considera-se que o comprometimento das partes envolvidas e sua compreensão do conceito de sustentabilidade em longo prazo são os únicos antídotos capazes de evitar distorções. Entretanto é preciso considerar que diferentes grupos têm diferentes percepções das situações, problemas e prioridades, conforme aponta Pires (2004). Muitas vezes, a possibilidade de incentivar o desenvolvimento econômico minimizando a pobreza e a falta de acesso a insumos básicos leva muitos governos municipais, estaduais e federais a compactuar com outros agentes no sentido de relevarem a importância do estabelecimento de capacidade de carga e o monitoramento dos impactos do turismo, principalmente quando os impactos econômicos positivos vêm reforçar a noção de sucesso das políticas governamentais de desenvolvimento. Nestes casos, estudos passam a ser indispensáveis apenas quando os impactos negativos se tornam evidentes e ameaçam o futuro da atividade turística na localidade colocando em risco as conquistas econômicas.

Responsabilidade Social, a Gestão de Impactos e a Capacidade de Carga

¹⁴ Ferreira, A B H; Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, São Paulo, Editora Nova Fronteira, 1985.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Uma análise dos impactos do turismo sob um determinado destino deve partir do princípio de que todo e qualquer impacto tem aspectos positivos e negativos. A gestão de impactos deve procurar maximizar os benefícios do turismo e minimizar os custos ambientais, sociais, culturais e econômicos. O crescimento e a expansão da atividade turística aumentaram enormemente a sua complexidade, na mesma proporção, torna-se mais complexa a análise que nos permite compreender os benefícios e malefícios da atividade turística. Mathielson & Wall (1983) apontam algumas dificuldades inerentes à análise e conseqüente gestão de impactos no turismo que não podem deixar de ser considerados:

Tabela 4: Elementos dificultadores da análise de impactos

- O homem vem modificando o ambiente em que vive a milhares de anos.
- É difícil distinguir até que ponto as modificações são conseqüências da ação do homem e não da própria evolução da natureza.
- As complexas interações do fenômeno turístico tornam a mensuração total de seus impactos impossíveis.
- Existe descontinuidade espacial entre causa e efeito.
- As dificuldades metodológicas em se estabelecer os indicadores dos impactos.

Mathieson & Wall, 1983.

Numa certa medida, a constatação de que o processo de modificação do ambiente e da cultura é inerente ao processo de evolução e desenvolvimento, pode levar a tentativas de se justificar o curso das mudanças e evitar as interferências e ações de controle dos processos de transformação. A inibição, a negociação e a mediação de interesses dependem da forma como se relacionam os agentes envolvidos. A defesa de interesses é lícita e faz parte das regras de qualquer jogo em que perdas e ganhos precisem ser equilibrados, mas é fundamental que os envolvidos se norteiem por valores e princípios éticos e que as decisões sejam respeitadas. Por isso é tão importante que existam de parte a parte políticas e linhas de ação claras e transparentes. Estes critérios se tornam ainda mais essenciais quando nos referimos a aspectos sociais e culturais, pois seu grau de subjetividade é muito alto e as possibilidades de mensuração são restritas.

A definição do conceito de capacidade de carga se baseia em quatro elementos inter-relacionados (Fennel, 2002):

- O controle de uso de um determinado tipo de recurso.
- Num determinado meio ambiente
- Considerando-se o tempo de durabilidade, permanência.
- Sem a degradação de sua utilidade para este uso.

O melhor entendimento do impacto ecológico só pode ser obtido levando-se em consideração valores humanos Wagar (1964 apud Fennel, 2002). Considera que

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

inicialmente imaginou-se que os critérios adotados em termos de ecologia seriam suficientes para a avaliação da capacidade de carga nas áreas recreativas, entretanto logo ficou evidente que se deveria ampliar a perspectiva considerando-se valores humanos e recursos imateriais.

Várias definições de turismo encapam esta idéia reforçando a concepção de que o turismo deve desenvolver-se enquanto atividade econômica não predatória. Entre elas destacamos a referenciada por Caio Luis de Carvalho (2000), então presidente da Embratur: “Turismo é a indústria que processa recursos naturais e culturais sem desgastá-los”.

Burton (1970 apud Veloso, 2004) formula uma série de três parâmetros sobre os conceitos de capacidade de carga:

- Ecológica – que supõe a determinação do nível de degradação ecológica considerada como aceitável;
- Paisagística – que implica a possibilidade de absorção do uso recreativo de uma paisagem; e.
- Perceptiva – que determina o controle do grau de saturação de um recurso.

Ignacy Sachs (apud Fonteles, 2004) desenvolve uma abordagem diferente de Burton (1970) e propõe cinco quesitos de sustentabilidade que devem ser respeitados para se engajar na tentativa de alcançar um desenvolvimento sustentável e orientar a implantação dos processos de gestão e de determinação da capacidade de carga. São eles:

TABELA 5: As Cinco Sustentabilidades de Ignacy Sachs

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sustentabilidade ambiental: diz respeito à capacidade de suporte dos ecossistemas associados de absorver ou se recuperar das agressões derivadas da ação do homem; • Sustentabilidade social: consolidação de um novo processo de desenvolvimento que centre suas atenções no ser humano, atender desde as necessidades materiais como as não-materiais. Busca-se além de um crescimento econômico sustentável melhorar significativamente as condições de vida e os direitos de toda a população; • Sustentabilidade espacial: esta voltada à questão da configuração territorial urbana e rural, e também a melhor distribuição territorial das atividades econômicas e dos assentamentos humanos; • Sustentabilidade cultural: apesar das mudanças que se dão na sociedade deve-se conservar a base cultural existente, além disso, incentivando a busca de soluções particulares que respeitem as características do ambiente e das tradições locais; • Sustentabilidade econômica: alocação mais eficiente de recursos significa menores desperdícios, tanto no setor privado como no público. A eficiência econômica deve ser avaliada mais em termos macrossociais do que apenas por meio de critérios de lucratividade microempresarial. |
|--|

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Fonte: Fonteles, 2004.

Responsabilidade Social e Impactos Sócio Culturais:

Considerando os impactos sociais e culturais do turismo, Swarbrooke (2002) afirma que um grande número de fatores que determinam se o resultado dos impactos sócio-culturais será positivo ou negativo num local específico, dentre eles destaca:

- A força e a coerência da sociedade e da cultura locais;
- A natureza do turismo na localidade;
- O grau de desenvolvimento social e econômico da população local em relação aos turistas;
- As medidas tomadas, se for o caso, pelo setor público para administrar o turismo de modo a minimizar seus custos socio-culturais.

Franco (2004) aponta que:

“Fica evidente que a capacidade de articulação e a auto-estima da comunidade são fatores fundamentais no estabelecimento de sua capacidade em lidar com modificações em sua realidade. Quanto mais coesa e consciente de seus valores for à comunidade, melhor ela saberá lidar com as modificações que o turismo, os meios de comunicação de massa e o desenvolvimento econômico, entre outros fatores, acarretam. A fragilidade cultural e social é o elemento que permite que as modificações se aprofundem e resultem em perda da identidade. Por outro lado, comunidades fortes do ponto de vista social e cultural usufruem os benefícios do desenvolvimento econômico reprocessando informações, seus valores e crenças, modificando-os e adaptando-os sem que isso resulte em perda substancial de sua essência” (Franco, 2004:13).

Nestas condições o papel das empresas, através de suas políticas de responsabilidade social, deve se concentrar no fortalecimento da identidade comunitária através da valorização das características locais, do patrimônio e da história. O respeito pela fragilidade sócio-cultural de um determinado meio deve nortear qualquer empresa que pretenda atuar no campo do turismo. É preciso estar atento ao fato de que ao eleger determinado local, o turismo automaticamente se apropria de uma série de recursos nem sempre negociáveis. Do ponto de vista sócio-cultural, corre-se o grande risco de que esta apropriação resulte na mercantilização e comodificação da cultura, do patrimônio e do modus vivendi da localidade. Neste processo, é evidente o risco da perda da significação e da simbologia que estes elementos carregam acarretando empobrecimento cultural, enfraquecimento social e perda da identidade, ou ainda a aculturação da população. Entretanto, não é fácil para empresas avaliarem aspectos tão intangíveis. Por não serem facilmente quantificáveis ou identificáveis em curto prazo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental

Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

estes elementos tendem a ser relegados a um segundo plano. Empresas socialmente responsáveis não devem se sentir comprometidas somente com a promoção da qualidade de vida ou dos benefícios econômicos da atividade. Elas são co-responsáveis pela forma pela qual a comunidade entenderá a atividade turística, e pelos meios que esta comunidade necessitará usar para lidar com essas modificações.

Considerações Finais

É ilusória, conforme aponta Inskip (1993) a idéia de que se pode maximizar os impactos positivos e minimizar os impactos negativos do turismo na mesma medida. É preciso compreender que o ponto de equilíbrio que permite a comunidade usufruir os benefícios do turismo é resultado de um jogo de perdas e ganhos aonde cada ator terá que exercer sua capacidade de negociar e tolerar. Entretanto, muito se pode fazer para cruzar os interesses da comunidade, no âmbito social, cultural e público e os interesses empresariais, comerciais, econômicos, políticos e privados, bastando apenas à ação daqueles profissionais que tem o desenvolvimento sustentável como parâmetro da possível solução dos problemas ambientais, ecológicos e turísticos (Veloso, 2004).

Neste sentido, Luz (2003) ressalta a importância da formação profissional adequada nesta área:

A questão da Ética tem uma importância fundamental na sociedade contemporânea. Quando falamos em Ética, em responsabilidades relacionadas ao turismo estamos nos referindo não somente aos recursos ambientais. É notório que a atividade turística depende de sua base que, a princípio, é formada pelos recursos naturais, históricos e culturais, mas, em contrapartida depende e gera impactos significativos também na esfera econômica e social. Desenvolver a atividade de maneira ética e socialmente responsável tem duas perspectivas básicas: a primeira refere-se à forma de interferência do profissional de turismo no meio social enquanto a segunda refere-se à postura empreendedora e empresarial do profissional em questão (Luz, 2003:98).

Rabahy (2003) explica que o ideal é que a intensidade de uso seja determinada por critérios mais amplos do que a rentabilidade, que não são simplesmente econômicos – os de natureza social. Isto implica em compatibilizar os planos de desenvolvimento da atividade com os de proteção do meio natural e cultural, em que os fluxos de renda de curto prazo se subordinam ao estoque de “capital”, que é a ótica de longo prazo.

“Turismo é riqueza”¹⁵ preconiza a campanha de sensibilização da OMT, e explica que essa riqueza reflete na “pessoa, na família, na comunidade e no mundo todo”. Essa compreensão é especialmente válida quando tratamos de questões não-objetivas como identidade, patrimônio, cultura. É dessa riqueza invisível que

¹⁵ <http://www.turisos.net/sostenible/agenda21.html>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

precisamos estar conscientes quando fazemos opções sobre o futuro de nossas comunidades e sobre nossas relações com o passado, pois de nossas opções depende que serão e como serão os herdeiros de nossa identidade.

É inegável a contribuição que empresas responsáveis tem dado a preservação do patrimônio histórico e cultural em todo o mundo. Muitas vezes, são recursos privados os responsáveis pela manutenção e sobrevivência de bens culturais. Entretanto faz necessária a difusão da idéia de que apenas a preservação de fragmentos não satisfaz. O envolvimento deve ir muito além de ações pontuais. Embora não-exclusivamente, a responsabilidade social das empresas deve incluir a compatibilização dos interesses empresariais os níveis de capacidade de carga aceitáveis do ponto de vista social e cultural. Além disso, estas devem contribuir para que indivíduos e grupos.

Todas as contribuições (impactos positivos) que a atividade turística proporcionou para a sociedade, pós-industrial, vão de encontro aos aspectos negativos (impactos negativos) que ela igualmente tem provocado. Entendemos que os estudos deste tema vêm se desenvolvendo de modo crescente, mas que dificilmente nos será possível abranger plenamente a complexidade do fenômeno turístico em toda a sua amplitude econômica, social, cultural e ambiental, mas a cada passo que avançamos, nos tornamos mais capazes de lidar e compreender a diversidade e riqueza deste fenômeno e as transformações que pode provocar individual e coletivamente na vida das pessoas.

Bibliografia:

AGENDA 21(2006) Portal Agenda 21: Ações para uma sociedade sustentável, Acessado em 15/04/2006, Disponível em: <http://www.crescentefertil.org.br/agenda21> Acessado em 02/2006

ANSARAH, M. G. R. (Org.). *Turismo: Como Aprender, como ensinar*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. 406p.

COOPER et al. (2001) *Turismo: princípios e práticas*, Bookman, Porto Alegre.

DODDS, R.; JOPPE, M. *CSR in the Tourism Industry? The Status of and Potential for Certification, Codes of Conduct and Guidelines*, (2005) Acessado em: 18/04/2006 Disponível em: <http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/Content/CSR-Research>

Ethos: Instituto de Pesquisa Aplicada, Acessado em: 14/04/2006, Disponível em: <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3356&Alias=Ethos&Lang=pt-BR> Acessado

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

FENNELL, D.; (2002) *Ecoturismo: uma introdução*, Ed. Contexto, São Paulo.

FERREIRA, A B H; *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*, São Paulo, Editora Nova Fronteira, 1985.

FONTELES, J.; (2004) *Turismo e impactos socioambientais*, Ed. Aleph, São Paulo.

Foro para el Turismo Sostenible: Hacia un desarrollo sostenible y responsable a través del turismo – La Agenda 21, Acessado em: 20/04/2006, Disponível em: <http://www.turisos.net/sostenible/agenda21.html>

FRANCO, P. S. (2004). *Capacidade de Carga: Análise de Impactos sob os aspectos culturais e sociais*. In: VIII Encontro Nacional de Turismo de Base Local, 2004, Curitiba - PR. VIII Encontro Nacional de Turismo de Base Local - Anais do Evento. Curitiba -PR : UNICEMP/UFPR.

INSKEEP. E. (1991) *Tourism Planning: na integrated and suistanable development approach*, John Willey and sons, New York.

LACORTE, G.; RIBEIRO, M. (2003) *Gestão Social do Turismo*, Observatório de Inovação do Turismo, Embratur, Acessado em: 11/04/2006 Disponível em: http://www.turismo.gov.br/site/arquivos/dados_fatos/observatorio/GestaoSocialdoTurismo.pdf
 LUZ, S. A. (2003) *Responsabilidade Social e Ética nos cursos de graduação em turismo das instituições de ensino superior de Belo Horizonte* in Bahl, M. (org) (2003) *Turismo com Responsabilidade Social*, Editora Roca, São Paulo.

MATHIELSON, A. & WALL, G. (1983) *Tourism: economic, physical and social impacts*, Longman, London.

NOCIOLINI, C. *As Relações Públicas na Empresa-Cidadã: responsabilidade social e sucesso nos negócios?* TCC, UNESp, Bauru.

OLIVEIRA, D. (2004) *Possíveis Impactos Causados Pela Exploração Do Turismo*, Estudos Turísticos–Artigos, Disponível em: <http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=%202089>; Acessado em: 28/09/2004.

OLIVEIRA F. (2004) *Capacidade de carga nas cidades históricas*, Caderno Virtual de Turismo # 11, Disponível em: <http://www.ivt-rj.net/caderno/anteriores/11/oliveira/oliveira1.htm>; Acessado em: 28/09/2004.

OLIVEIRA, J. L. S.(2004). *Desenvolvimento Sustentável: Um Desafio Intergeracional*. Revista Retur – Revista Eletrônica de Turismo, Núcleo de Estudos Pedagógicos e Administrativos,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Faculdade Cenecista Presidente Kennedy Acessado em: 18/04/2006 Disponível em:
<http://www.presidentekennedy.br/retur/edicao04/artigo03.pdf>

PIRES, E. (2004) *Impactos sócio-culturais do turismo sobre as comunidades receptoras: uma análise conceitual*; Caderno Virtual de Turismo, Disponível em: <http://www.ivt-rj.net/caderno/pires/pires1.htm>; Acessado em: 28/09/2004.

RABAHY, W. (2003) *Turismo e Desenvolvimento*, Ed. Manole, São Paulo

SWARBROOKE, J. (2000) *Turismo Sustentável: Conceitos E Impacto Ambiental*, vol 1, Ed Aleph, São Paulo.

(DEAT- Department of Environmental Affairs and Tourism). *Responsible Tourism Handbook*, Acessado em: 16/04/2006 Disponível em:
http://www.satis.co.za/responsible_tourism_handbook/index.htm

THORPE, J. (2006) *Brazil: Country of Diversities and Inequalities – Brief Issue. SustainAbility's Emerging Economies Program*, Disponível em:
<http://www.sustainability.com/index.asp> . Acessado em: 18/04/2006

VELOSO, M. (2003) *Turismo, Meio Ambiente e a Carga Turística*, Estudos Turísticos – Artigos;
<http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=%201585>; Acessado em: 28/09/2004h

VIEIRA FILHO, N. A. Q. & Araújo, J.G.F. *Empreendedorismo e Turismo na Era do Conhecimento* (2006), Artigo, Mestrado em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA, Belo Horizonte [não publicado]

CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY NETWORK, EMIRATES ENVIROMENTAL GROUP *What is CSR?* (2005), Acessado em: 15/04/2006 Disponível em: <http://www.eeg-uae.org/csr/what-is-csr.htm>