

## **O Plano Nacional de Turismo 2007/ 2010 e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio: Turismo, Hospitalidade e Cidadania<sup>1</sup>**

Iara Maria da Silva Moya (Universidade Anhembi Morumbi)<sup>2</sup>

Célia Maria Moraes Dias (Universidade de São Paulo)<sup>3</sup>

### **Resumo**

O Brasil tem um enorme potencial turístico e o Plano Nacional de Turismo é a formalização das políticas públicas de turismo do país. O turismo é um dos maiores fluxos internacionais de capital do mundo e se insere dentro das estratégias globais de desenvolvimento sustentável. Em uma visão de atravessamento, é possível reconhecer no local, aspectos de determinação do global. É nessa perspectiva que o presente estudo propõe-se a apreender o turismo a partir do Plano Nacional de Turismo 2007/ 2010 e os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Resulta daí, portanto, o entendimento das relações entre o global e o local, entre a dimensão social do turismo e a inclusão, entre o turismo e a hospitalidade.

### **Palavras-chave**

PNT e Plano Nacional de Turismo; ODM e Objetivos de Desenvolvimento do Milênio; Turismo e Inclusão; Hospitalidade.

*O desenvolvimento humano tem a ver, primeiro e acima de tudo, com a possibilidade das pessoas viverem o tipo de vida que escolheram – e com a provisão dos instrumentos e das oportunidades para fazerem as suas escolhas.* Mark M. Brown

Prefácio do Relatório do Desenvolvimento Humano do PNUD/ Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, de 2004.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT 05 –“Abordagem histórico-crítica do turismo” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

<sup>2</sup> Mestre em Hospitalidade pela UAM, Professora de graduação e pós-graduação. Consultora de organizações públicas e privadas. Consultora associada do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Pesquisadora, centrada na produção e gestão do conhecimento, com estudos nas áreas: pública, acadêmica e mercado. Palestrante. E-mail: [iaiamoya@gmail.com](mailto:iaiamoya@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora, com tese em Turismo Rural, e mestre, com dissertação de mestrado em Hotelaria, em Ciências da Comunicação, pela ECAUSP. Docente do curso de graduação em Turismo da ECAUSP, desde 1981. Publicações e palestras na área de hospitalidade e turismo. Contato: < [cmmmdias@gmail.com](mailto:cmmmdias@gmail.com) >

Este trabalho tem por foco as relações entre turismo e hospitalidade, em um entendimento que são ambas partes de um mesmo todo. Trata-se da questão do Plano Nacional de Turismo 2007/ 2010, sua proposta de inclusão e suas vinculações com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Usando a formulação de Ortiz, (2000) o tema é pretexto para produzir um olhar sobre essas relações, olhar que se constitui a partir do entendimento do desenvolvimento sustentável como uma das estratégias da globalização, do qual o turismo é por sua vez também uma estratégia. Então, é preciso avançar nas diferentes compreensões da globalização. No dizer de Ortiz (2000, p.13), “texto e pretexto encontram-se organicamente articulados entre si, embora pertençam a domínios distintos de compreensão”. Em uma visão de atravessamento, é possível reconhecer no local, aspectos de determinação do global.

### **Turismo e Desenvolvimento Sustentável**

A dimensão do negócio turismo pode ser compreendida pelas análises que mostram que este é uma atividade geradora, anualmente, de US\$ 4 trilhões, 280 milhões de empregos no mundo e um fluxo de mais de 700 milhões de desembarques internacionais (Gorini & Mendes, 2005), 842 milhões em 2006 segundo o Plano Nacional de Turismo 2007/ 2010. (MTur, 2007). O turismo é, assim, um dos maiores fluxos de capital do mundo. A trabalho, a lazer, afinal de contas, nunca se viajou tanto.

Alguns autores entendem o desenvolvimento sustentável e o turismo como estratégias globais, inseridas na lógica da produção capitalista, muitas vezes resultando em pouco ou nenhum ganho efetivo para as comunidades envolvidas (MOYA e OLIVEIRA, 2007). Segundo Carlos (1996, p. 50), “o capitalismo, o Estado e o espaço mundializam-se, o mercado mundial permite a convergência dos fluxos de informação e de mercadorias”. Mais que isso, na dinâmica da globalização “o lugar ganha novo conteúdo, produz-se uma hierarquia diferencial dos lugares que aparece sob a forma de uma competição entre lugares pelo investimento”. (idem)

O lugar, como qualquer outro produto, entra na ordem da produção e do consumo, conforme Luchiarri (1998, p. 23) expõe: “o fenômeno contemporâneo do turismo coloca-se como um vetor de transformação contraditório e emblemático: acentua a produção de lugares de consumo e o consumo dos lugares”. Por outro lado, o turismo tem

sido considerado, por diversos autores, como uma importante oportunidade de desenvolvimento, a chamada indústria “sem chaminés”, que promove emprego e renda, conforme Freitag. (CARDOSO, 2005, p. 30)

A definição de turismo sustentável da OMT/ Organização Mundial de Turismo, de março de 2004, estabelece:

As diretrizes e práticas gerenciais do desenvolvimento sustentável do turismo são aplicáveis a todas as formas de turismo e em todos os tipos de destinação, incluindo turismo de massa e os diversos nichos de mercado turístico. Princípios de sustentabilidade se referem a aspectos ambientais, econômicos e sócio-culturais do desenvolvimento do turismo, e um equilíbrio apropriado deve ser estabelecido entre estas três dimensões para que a sustentabilidade de longo-prazo seja garantida. (apud CARDOSO, 2005, p. 53)

Tema atual, a discussão do desenvolvimento sustentável é resultado da preocupação com o meio ambiente e com o entendimento da finitude dos recursos naturais. Essa discussão já vem desde o início do século XX. Mas é em 1987, com a publicação *Nosso futuro comum*, pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento/ CMMDA da ONU/ Organizações das Nações Unidas, que esse conceito se formaliza, com o argumento de que “a sobrevivência da espécie humana depende da adoção de uma nova forma de desenvolvimento econômico chamado de desenvolvimento sustentável” (CMMAD, 1991, apud CARDOSO, p.35).

Conhecido como Relatório Brundtland, esse documento define como desenvolvimento sustentável “aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de gerações futuras satisfazerem as suas” (idem). As conclusões do relatório apontam para uma vinculação entre a escassez de recursos naturais e o aumento da pobreza mundial, em um ciclo vicioso que liga os problemas ambientais à pobreza. Quer dizer, para reduzir a degradação ambiental é necessário que se reduza a pobreza. (ROCHA, 2006, p.227) Além disso, o relatório assinala que as ações devem ter objetivo global, com soluções locais, já que cada país tem aspectos econômicos e sociais próprios: o famoso “pensar global, agir local”.

Um ponto importante a assinalar é a aceitação e divulgação desse relatório justamente devido a ele ter isentado o capital da responsabilidade pelos danos ao meio ambiente. Está claro, todo mundo sabe, que a destruição do meio ambiente é de grande responsabilidade dos países ricos. Afinal, 80% dos recursos do planeta são consumidos

por 20% da população, exatamente aquela oriunda dos países ricos. Mas certamente esta foi uma estratégia para focar a questão, e deu tão certo que teve como ganho, na outra ponta, o comprometimento do capital. Aparece, a partir daí, o *Global Compact*, programa da ONU/ Organização das Nações Unidas criado para mobilizar a comunidade empresarial internacional para o tema da Responsabilidade Social ou Responsabilidade Sócio-ambiental. (MOYA e OLIVEIRA, 2007)

Com a aceitação do Relatório Brundtland pela comunidade econômico/ financeira mundial, a ONU/ Organização das Nações Unidas organiza os chamados *Earth Summits*. Em 1992, acontece no Rio de Janeiro a ECO-92 e, em 2002, em Johannesburg, na África do Sul, é elaborada a “Agenda 21”, um documento normativo quanto à ação social/ ambiental. A Agenda 21 Brasileira foi elaborada a partir da Agenda 21 Global (resultante da participação de 179 países na Rio 92). Entretanto, teve seu próprio foco e objetivo em sua construção (“pensar global, agir local”), conforme Cerqueira & Facchina (2005, p.5) :

A Agenda 21 Brasileira foi elaborada para exercer um papel particularmente destacado na concepção e na coordenação da execução de “uma nova geração de políticas públicas” que venham a reduzir o quadro de desigualdades e discriminações sociais prevalecentes no País, levando a uma melhoria dos componentes do desenvolvimento humano. O crescimento econômico, como componente do desenvolvimento humano, é uma condição necessária, mas não suficiente para o desenvolvimento sustentável. O desenvolvimento pressupõe um processo de inclusão social, com uma vasta gama de oportunidades e opções para as pessoas. Não pode haver desenvolvimento enquanto houver iniquidades sociais crônicas no nosso País e se as formas de uso dos recursos ambientais no presente comprometerem os níveis de bem-estar das gerações futuras.

No paralelo, por meio dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, a ONU estabelece os parâmetros sociais que viabilizam essa proposta de desenvolvimento sustentável, obtendo o compromisso dos governos na busca desses objetivos por meio de políticas públicas, bem como com o apoio das empresas e do terceiro setor.

### **ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio**

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio são um conjunto de 8 macro-objetivos, a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade. Em setembro de 2000, durante a ocorrência da Conferência do Milênio, foi feita a Declaração do Milênio, um pacto com a ONU assinado por 191 países, incluindo-se aí o Brasil. Considerada um “compromisso

compartilhado com a sustentabilidade do planeta”, é chamada a “agenda do planeta, a agenda da humanidade” (conforme [www.nospodemos.org.br](http://www.nospodemos.org.br)) tendo sido adotada no Brasil, em todas as instâncias de governo (municipal, estadual e federal). São eles:

- 1 - Erradicar a extrema pobreza e a fome
- 2 - Atingir o ensino básico universal
- 3 - Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
- 4 - Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde materna
6. Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças
7. Garantir a sustentabilidade ambiental
8. Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento

Esses 8 macro-objetivos se distribuem em 16 metas e em 48 indicadores que abordam o ponto de vista social. Derivados da visão do IDH, ferramenta primeira da medida do social, que incluía renda, saúde e educação, os 8 ODM incluem agora também igualdade de gênero, além do uso dos recursos ambientais e da orientação para a participação social. Entretanto, cabe a cada país desenvolver de forma viável o detalhamento dos indicadores.

Um papel importante da Declaração do Milênio é chamar a atenção para a questão da responsabilidade dos diferentes atores na produção do desenvolvimento sustentável, bem como mobilizar estes para a ação. Conforme o PNUD (2005):

A Declaração do Milênio também aclara o papel e as responsabilidades comuns e individuais das partes-chave ao processo: dos governos, ao alcançar e permitir atingir os objetivos e meta; da rede de organizações internacionais, ao aplicar seus recursos e experiências da forma mais estratégica e eficiente possível, e ao apoiar e sustentar os esforços dos parceiros nos níveis mundial e dos países; dos cidadãos das organizações da sociedade civil e do setor privado, ao se engajarem plenamente nesta tarefa pioneira, e ao colocar em curso sua capacidade singular de fomentar a motivação, a mobilização e a ação.

Os 8 ODM propõem uma agenda mínima para a sustentabilidade, tendo como foco a questão da pobreza, os aspectos de educação e saúde, a questão do gênero e o meio ambiente, a partir de uma visão de que a sustentabilidade é produzida por meio da e na participação do coletivo. A elaboração dos 8 ODM mostra-se baseada em uma série de indicadores, que, enquanto referências numéricas, são criticados muitas vezes por serem considerados medidas quantitativas, reduções da realidade. Frente a isso, é

importante esclarecer nosso entendimento dos indicadores, conforme Kayano & Caldas (2001, p.14):

Os indicadores podem ser definidos como fotografias de determinadas realidades sociais. Essas fotografias (de uma mesma localidade) podem ser comparadas ao longo do tempo permitindo um acompanhamento das alterações de uma mesma realidade, do mesmo modo que se compara as fotografias de uma mesma pessoa ao longo do tempo. Por outro lado, pode-se também comparar fotografias de localidades diferentes para estabelecer comparações. Como se comparam fotos de dois irmãos diferentes para ver o quanto são parecidos.

Nessa perspectiva indicadores são por um lado, meio de conhecimento e por outro, medidas de controle e monitoramento. Os indicadores, por serem números, esbarram na idéia de que não expressam a realidade. Entretanto, indicadores são poderosos veículos de informação, que sintetizam leituras qualitativas e quantitativas. O entendimento de sua utilização revela que eles podem ser um importante instrumento de suporte à inclusão e participação social.

A definição de indicador de Herculano tem especial relevância à medida que incorpora, não só o papel agregador de informação, mas também a função social de mobilizar a sociedade. Segundo Herculano (1998, p. 12)

Os indicadores constituem informações condensadas, simplificadas, quantificadas, que facilitam a comunicação, comparações e o processo de decisão. Os indicadores propõem-se ainda a ser um incentivo para a mobilização da sociedade a fim de pressionar os que tomam as decisões.

A autora, desse modo, explicita a velha fórmula do conhecer para mudar. Para isso, é importante a definição de onde se quer chegar, questão que tem sua resposta nas próprias metas dos 8 ODM. Esse é o ganho de sua adoção: de um lado, o conhecimento de realidades complexas de forma acessível e, de outro, o claro entendimento do que poderia, ou pode, ser feito. Para isso, é preciso definir que caminhos escolher para atingir esses resultados. O que significa uma discussão ampla sobre a sociedade que se quer construir.

### **Turismo e Política Pública no Brasil**

No Brasil, o turismo, enquanto atividade econômica, é preocupação do governo federal há 70 anos. Mas a EMBRATUR é criada apenas em 1966 e, somente em 2003, efetivamente, é criado o Ministério do Turismo, com estrutura e orçamento próprios.

Em artigo recente, Badaró (2008) classifica a regulamentação jurídica do

turismo no Brasil em três períodos. O primeiro período, até 1966, tem apenas uma legislação incipiente: em 1938, é sancionado decreto-lei sobre a autorização estatal para a exploração da atividade de venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou rodoviárias; em 1940, o que trata das empresas e agências de viagens e turismo, do registro junto a órgãos do governo e da autorização para as viagens coletivas de excursão, e, em 1958, é criada a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR), atribuindo-lhe a função do planejamento turístico nacional.

O segundo período ocorre a partir do Decreto-lei 55, de 1966, que implanta o Sistema Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional do Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e tem sua sustentação com a criação dos fundos de financiamento de projetos turísticos: FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo, e Fiset – Fundo de Investimento Setorial de Turismo. Em 1977, a Lei 6505 trata das atividades e serviços turísticos, as condições para seu funcionamento e fiscalização, enquanto a Lei 6513, aborda a política de conservação do patrimônio natural e cultural com valor turístico, acompanhando a Convenção do Patrimônio Mundial da UNESCO, de 1972.

Em 1980 inicia-se o processo de regulamentação da Lei 6505/77 com o Decreto 84910, que trata dos meios de hospedagem de turismo, restaurantes e acampamentos turísticos e o Decreto 84934, sobre as atividades e serviços das agências de turismo. Em 1982, o Decreto 87348, trata das condições de prestação de serviço de transporte turístico de superfície e, em 1984, o Decreto 89707 aborda as empresas de organização de eventos.

Ainda conforme Badaró (2008, p. 1) o Decreto-lei 2.294/ 86 e, depois, a Constituição de 1988, “encerram a fase de intervenção e arbítrio, encaminhando o turismo brasileiro, ao terceiro período, o das liberdades de ação econômica, de concorrência, de ofício”, pois com o Decreto-Lei 2294/86 torna-se livre o exercício da atividade turística no Brasil e, com a nova Constituição Federal, o turismo, por meio do art. 180, é considerado “fator de desenvolvimento social e econômico”. Em 1991, a Lei 8181 altera a denominação da EMBRATUR, que passa a Instituto Brasileiro de Turismo. Em 1993, a Lei 8623 cria a profissão de Guia de Turismo, regulamentada pelo Decreto 946.

O artigo 35 da Lei 10683/03 cria o cargo de Ministro do Turismo, e o Ministério

é consolidado na gestão 2003/2006, já no governo Lula e, a partir daí, são elaborados os Planos Nacionais de Turismo- 2003/ 2007 e o atual, 2007/ 2010.

A par da evolução da estrutura jurídica do turismo no Brasil, tem-se, de fato, uma história que pouco contribuiu para o lazer e turismo da maioria da população, no dizer de Santos Filho e Martoni (2008, p. 6-7):

escrever sobre as políticas públicas de turismo no Brasil constitui um passeio histórico repleto de entusiasmo e também de grandes decepções, pois a preocupação do Estado capitalista brasileiro sempre foi com o turismo receptivo, como instrumento para a captação de recursos econômicos e poucas vezes direcionado ao lazer e ao turismo interno da classe trabalhadora, salvo nos períodos do Estado populista.

### **PNT 2007/ 2010 – *Uma Viagem de Inclusão***

O PNT 2007/ 2010 - *Uma Viagem de Inclusão* tem como principal pressuposto a adoção do turismo como indutor do desenvolvimento e da geração de emprego e renda no país.

O objetivo, portanto, é priorizar o turismo no país. As razões alegadas para essa priorização consideram o turismo:

- a) multiplicador do crescimento;
- b) intensivo em mão-de-obra, com impactos positivos na redução da violência no país;
- c) porta de entrada para os jovens com diferentes níveis de qualificação no mercado de trabalho;
- d) fator de fortalecimento da identidade do povo;
- e) contribuição para a paz ao integrar diferentes culturas (MTur, 2007)

Nessa perspectiva, o PNT 2007/ 2010 propõe-se a ser um instrumento de planejamento e gestão e ter o consenso de todos os segmentos turísticos e busca sua viabilização por meio de parceria e compromisso com todos os *stakeholders* (partes interessadas), envolvendo “as esferas do governo federal, estadual e municipal, bem como da iniciativa privada e do terceiro setor.” (MTur, 2007, p. 5)

Com o suporte do PAC - Plano de Aceleração do Crescimento – definido como uma proposta de “crescimento com desenvolvimento”, de fato um plano de investimento em infra-estrutura em todas as regiões do Brasil, busca-se ampliar e melhorar a capacidade receptiva do país. (MTur, 2007)

O PNT 2007/ 2010 tem, como referência, “os princípios orientadores expressos na visão e nos objetivos gerais e específicos”. (MTur, 2007, p.16) São eles:

#### Visão:

O turismo no Brasil contemplará as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do País no cenário turístico mundial. A criação de emprego e ocupação, a geração e distribuição de renda, a redução das desigualdades sociais e regionais, a promoção da igualdade de oportunidades, o respeito ao meio ambiente, a proteção ao patrimônio histórico e cultural e a geração de divisas sinalizam o horizonte a ser alcançado pelas ações estratégicas indicadas. (MTur, 2007, p.16)

#### Objetivos gerais:

- Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais.
- Promover o turismo como um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros.
- Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País. (MTur, 2007, p.16)

#### Objetivos específicos:

- Garantir a continuidade e o fortalecimento da Política Nacional de Turismo e da gestão descentralizada.
- Estruturar os destinos, diversificar a oferta e dar qualidade ao produto turístico brasileiro.
- Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado nacional e internacional e proporcionar condições favoráveis ao investimento e à expansão da iniciativa privada.
- Apoiar a recuperação e a adequação da infra-estrutura e dos equipamentos nos destinos turísticos, garantindo a acessibilidade aos portadores de necessidades especiais.
- Ampliar e qualificar o mercado de trabalho nas diversas atividades que integram a cadeia produtiva do turismo.
- Promover a ampliação e a diversificação do consumo do produto turístico no mercado nacional e no mercado internacional, incentivando o aumento da taxa de permanência e do gasto médio do turista.
- Consolidar um sistema de informações turísticas que possibilite monitorar os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade, facilitando a tomada de decisões no setor e promovendo a utilização da tecnologia da informação como indutora de competitividade.
- Desenvolver e implementar estratégias relacionadas à logística de transportes articulados, que viabilizem a integração de regiões e destinos turísticos e promovam a conexão soberana do País com o mundo. (MTur, 2007, p.16)

#### São quatro as metas para o turismo brasileiro:

- Meta 1: 217 milhões de viagens no mercado interno
- Meta 2: 1,7 milhão de novos empregos e ocupações
- Meta 3: estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional
- Meta 4: gerar US\$7,7 bilhões em divisas.

#### Na fala da Ministra do Turismo:

Nos próximos quatro anos vamos melhorar a infra-estrutura do destino nacional, definindo e preparando 65 destinos turísticos, distribuídos por todo o território nacional, dentro dos padrões mundiais de qualidade. Vamos alcançar a marca histórica de 217 milhões de viagens no mercado interno. Isso tudo vai gerar 1,7 milhão de empregos e trazer US\$ 7,7 bilhões em divisas para o Brasil. O turismo brasileiro vai ampliar a oferta de produtos tanto para consumidores de baixa renda, como para a classe média e para o turista de renda alta. (MTur, 2007, p.8)

Oito macroprogramas, por sua vez, visam dar a base de planejamento e gestão na busca das metas estabelecidas. São eles:

1 Macroprograma: Planejamento e Gestão

É a articulação de todos os outros macroprogramas, bem como dos diversos *stakeholders* envolvidos. (MTur, 2007, p. 59-61)

2 Macroprograma: Informação e Estudos Turísticos

Refere-se à produção e gestão de informações nos diversos âmbitos, tanto para o embasamento de decisões, como a produção de indicadores para a análise do setor e seus impactos socioeconômicos, culturais e ambientais. MTur, 2007, p. 60-64)

3 Macroprograma: Logística de Transportes

O transporte é um fator importante na atividade turística, tanto pela característica de deslocamento, bem como devido às dimensões continentais da País, sendo um tema que exige foco específico. (MTur, 2007, p. 65-66)

4 Macroprograma: Regionalização do Turismo

A regionalização do turismo se constitui na base territorial do PNT. Envolve desde a gestão descentralizada ao ordenamento dos arranjos produtivos. (MTur, 2007, p. 67-69)

5 Macroprograma: Fomento à Iniciativa Privada

A atividade turística é executada pela iniciativa privada, o que requer a disponibilização de crédito compatível com os diversos perfis de negócios. Por outro lado, também deve ser contemplado o financiamento ao consumidor final para facilitar o incremento das viagens internas. (MTur, 2007, p. 70-71)

6 Macroprograma: Infra-estrutura Pública

Os destinos turísticos requerem infra-estrutura de apoio ao turismo que demandam recursos financeiros de grande valor, gerenciados por órgãos públicos não ligados ao turismo, o que exige ação intersetorial, a ser replicada nos estados e municípios, bem como a busca de parcerias público-privadas. (MTur, 2007, p. 72-73)

7 Macroprograma: Qualificação dos Equipamentos e Serviços turísticos

O padrão de qualidade desejado deve ter por base a satisfação dos consumidores e os pressupostos do turismo sustentável, o que implica em capacitação e treinamento contínuo, bem como no mapeamento do mercado de trabalho em turismo. (MTur, 2007, p. 74-76)

#### 8 Macroprograma: Promoção e Apoio à Comercialização

Refere-se à promoção do turismo brasileiro tanto para o mercado interno como para o mercado externo, incluindo ações de marketing, de comunicação e divulgação. (MTur, 2007, p. 77-79)

Além disso, o PNT 2007/ 2010 defende a função social do turismo por meio da inclusão social:

O turismo, sobretudo, vai cumprir sua função social. Chegou a vez do turismo de inclusão. Uma inclusão na mais ampla acepção da palavra: inclusão de novos clientes para o turismo interno, inclusão de novos destinos, inclusão de novos segmentos de turistas, inclusão de mais turistas estrangeiros, inclusão de mais divisas para o Brasil, inclusão de novas oportunidades de qualificação profissional, inclusão de novos postos de trabalho para o brasileiro. Inclusão para reduzir as desigualdades regionais e para fazer do Brasil um país de todos. (MTur, 2007, p.8)

O PNT 2007/ 2010 adota como diretrizes para o desenvolvimento do turismo no país, além da prática pautada pela ética nos moldes da OMT, uma expectativa de resultados que excede a dimensão de negócio, e visa priorizar o bem-estar social, considerando a proteção à criança e ao adolescente por meio da temática de turismo sustentável e infância, o turismo para jovens como fator de fortalecimento da cidadania e o brasileiro como o principal beneficiado pelo desenvolvimento do turismo no país. Nessa linha, o turismo é entendido como “uma importante ferramenta para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, particularmente com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à garantia de sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento”. (MTur, 2007, p.15)

A adoção dos ODM sinaliza a preocupação dos impactos do turismo com ganhos efetivos e perenes para as comunidades e para o país. Os ODM, afinal, são a expressão concreta do resultado, no social, do desenvolvimento. Renda, saúde e educação são as bases mínimas para uma vida com qualidade. A discussão da presença dos ODM no PNT 2007/ 2010 coloca em questão, não o que o plano propõe, mas como isso será feito.

Nessa perspectiva, a Agenda 21 se mostra um poderoso instrumento para

efetivar a inclusão e a participação social e promover o envolvimento da comunidade na solução de suas questões. Além disso, há o entendimento de que “as estratégias de sustentabilidade mais eficientes são as concebidas localmente e que contam com o apoio da população”. (CERQUEIRA & FACCHINA, 2005, p.16)

A adoção dos 8 ODM na Agenda 21 assim como nos Planos Diretores Municipais justifica e garante a importância desses indicadores. Considerados “instrumentos irmãos para a consecução do desenvolvimento sustentável”, a Agenda 21 e os 8 ODM têm, na parceria dos atores locais...

seu principal trunfo para o sucesso, tendo em vista que defendem a premissa de que somente a sociedade tem legitimidade para mediar conflitos e construir os indispensáveis consensos para a implementação de um novo modelo de desenvolvimento que concilie conservação ambiental com crescimento econômico e com a melhoria da qualidade de vida da população, procurando redefinir os padrões de consumo, reestruturar o sistema produtivo e a base tecnológica, assim como reorganizar as relações sociais, de modo a construir um estilo de vida saudável e sustentável. (CERQUEIRA & FACCHINA, 2005, p.16)

Pode-se dizer que, de certa forma, a viabilização efetiva do plano de turismo requer, como contraparte, uma política de hospitalidade que se configura na e pela participação da comunidade.

No dizer de Dencker (2007) uma política de hospitalidade deveria considerar: a cidadania, o respeito ao meio ambiente, a redução da desigualdade, da violência e da exclusão:

Nem sempre, porém, as cidades são hospitaleiras. Desigualdades, lutas, conflitos, marcam a configuração dos espaços que se tornam hostis, ilegíveis, inseguros, narrando histórias de violência e exclusão. A busca por hospitalidade parece ser a utopia necessária para nos orientar na reversão e superação dessa situação. Afirmar a cidadania, respeitar o ambiente, reduzir a desigualdade e com ela a violência e a exclusão, são pontos fundamentais de uma política de hospitalidade. (DENCKER, 2007, p. 17)

Para Baptista (2005, p.16-17) a hospitalidade “designa uma competência de cidadania reclamada pelas exigências do viver em comum, pela necessidade de viver com e para os outros em instituições justas”. A autora, ao revisitar a noção kantiana de cosmopolitismo buscando seu entendimento em uma comunidade planetária, tal como foi pensada por Kant, defende a idéia de uma hospitalidade universal como um dos princípios necessários para dar suporte à existência de uma paz perpétua, hospitalidade que se insere na esfera do direito e não da filantropia. Direito de hospitalidade, de acolhimento do estrangeiro, do estranho, do diferente, do outro. Direito que resulta,

segundo Kant, “do fato de habitarmos num espaço finito como é a superfície terrestre que, por ser esférica, não permite que os homens se estendam até o infinito, obrigando-os então a procurar entender-se e estabelecer relações pacíficas entre si” (BAPTISTA, 2005, p. 19) e, conseqüentemente, “garantir o fundamento para uma convivência minimamente terna e fraterna de todos dentro da mesma Casa Comum, o planeta Terra.” (BOFF, 2005, p. 199)

Segundo Montandon (2005, p. 1) “oferecer hospitalidade é tomar consciência, descobrir e apreciar as próprias riquezas. Dito de outra forma, a chegada do estrangeiro é a ocasião da descoberta de si e de um novo olhar sobre seus próprios recursos”, o que revela a hospitalidade enquanto relação dialética com o outro, por meio da qual ocorre a apropriação da própria identidade.

## Referências

BADARÓ, A. *A evolução histórica da legislação turística brasileira* (<http://novosdireitos.wordpress.com/2008/03/24/a-evolucao-historica-da-legislacao-turistica-brasileira/>)

BAPTISTA, I. Para uma geografia de proximidade humana. *Revista Hospitalidade*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 2, p.11-22, 2.sem. 2005.

BOFF, L. *Virtudes para um outro mundo possível*, vol I: Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis: Vozes, 2005.

CARDOSO, R. C. *Dimensões Sociais do Turismo Sustentável: estudo sobre a contribuição dos resorts de praia para o desenvolvimento das comunidades locais*. Orientador: Gisela Taschner. Tese apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, como requisito para obtenção do título de Doutora em Administração de Empresas. São Paulo, 2005.

CARLOS, A. F. A. *O lugar no/ do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.

CERQUEIRA, F.; FACCHINA, M. A Agenda 21 e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio: as oportunidades para o nível local. 2005. *Caderno de Debate* no. 7. Brasília: Ministério do Meio Ambiente/ Secretaria de Política para o Desenvolvimento Sustentável, 2005.

DENCKER, A.F.M. In GRINOVER, L. *A Hospitalidade, A Cidade e o Turismo*. São Paulo: Aleph, 2007.

GORINI, A. P. F. , MENDES, E. F. Setor de Turismo no Brasil: Segmento de Hotelaria. In *BNDES Setorial*. Rio de Janeiro, n. 22, p. 111-150, set. 2005

HERCULANO, S. C. A qualidade de vida e seus indicadores. in *Revista Ambiente/ Sociedade*. Ano I – Nº. 2. 1º. Semestre de 1998. Campinas: Nepam/Unicamp, 1998.

KAYANO, J.; CALDAS, E. L. *Indicadores para o diálogo*. São Paulo, Pólis; Programa Gestão Pública e Cidadania/ EAESP/ FGV, 2001.

LUCHIARI, M.T. D.P. Urbanização turística, um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, L.C. (Org.) *Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza: UECE, 1998.

Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo 2007/ 2010*. Brasília, MTur, 2007.

MONTANDON, A. Introdução ao Colóquio Internacional: *Hospitalité et développement durable*. Clermont Ferrant: Universitaires Blaise Pascal, 2005.

MOYA, I. M. S. ; OLIVEIRA, I. M. M. *Empreendimento turístico e Responsabilidade sócio-ambiental – Um estudo qualitativo*. Artigo apresentado no IV ANPTUR Seminário Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. São Paulo, 2007.

ORTIZ, R. *O próximo e o distante: Japão e Modernidade-Mundo*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. *Os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio*. Disponível em < [www.pnud.org.br](http://www.pnud.org.br)>; <[www.nospodemmos.org.br](http://www.nospodemmos.org.br)> Acesso em 07.05.2004

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. *Relatório do Desenvolvimento Humano*. PNUD, 2005

ROCHA, J.M. Meio Ambiente, Desenvolvimento e Turismo: uma proposta de conciliação – o caso do município de Guaraqueçaba – PR, Brasil. In *Turismo em Análise*. Vol. 17. n. 2 São Paulo: Aleph, 2006.

SANTOS FILHO, J. MARTONI, R.M. *Ufanismo, sandice e galhofa são atributos das políticas públicas de turismo no Brasil*. Mimeo, 2007.