

O envolvimento e participação da comunidade autóctone no planejamento turístico municipal de Balneário Camboriú (SC)- análise da responsabilidade social do primeiro setor : estado¹

Cleonice Ester Cabral²

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

Marina Wöhlke Cyrillo³

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

Resumo

O turismo como fenômeno influí diretamente no cotidiano de Balneário Camboriú (SC), neste sentido precisa submeter-se constantemente a um processo de planejamento, onde este reunirá condições que darão suporte para um desenvolvimento sustentável. É necessário existir gestores turísticos que criem, elaborem e executem as políticas de turismo, que posteriormente darão corpo ao planejamento de forma a garantir a responsabilidade social do Estado em fazer participar a comunidade de todo o processo. Sendo assim, as políticas de turismo executadas pelo órgão público do turismo, precisa levar em consideração os aspectos interferentes no modo de vida da comunidade autóctone, o que leva a crer que os interesses da comunidade precisam ser contemplados durante a fase de elaboração e implantação do planejamento turístico, evidenciando assim a responsabilidade social do Estado.

Palavras-chave: Planejamento turístico, participação comunitária, responsabilidade social do Estado.

1 Introdução

Observando o fenômeno do turismo em um núcleo receptor, geralmente dá-se o enfoque ao seu processo de desenvolvimento turístico mediante os impactos que a atividade gera. Isto acontece em função da característica efêmera do turismo, onde a cada nova situação, ou seja, a cada novo contingente de turistas, surgem mudanças e impactos, que podem ser destrutivos ou benéficos à localidade.

Por causa deste fator, percebe-se que este fenômeno precisa solidificar-se e crescer nestes núcleos com base num planejamento turístico adequado a uma destinação. Fato este, que irá requer dos órgãos que trabalham o turismo um empenho considerável por meio das políticas públicas de

¹ Trabalho apresentado ao GT 06 “Gestão responsável do turismo” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL– SeminTUR. Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

² Acadêmica da pós-graduação *Latu Sensu* em Planejamento e Marketing do Turismo da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). cleocabral@gmail.com

³ Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI; aluna especial do Programa de Pós-graduação Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná. Docente do Curso de Turismo e Hotelaria da UNIVALI e da Faculdade Cenecista de Joinville SC. marinawc@uol.com.br

turismo, e juntamente a este órgão, é necessário haver a participação da comunidade local. A comunidade autóctone é considerada por alguns autores como parte dos elementos integrados na beneficiação ou não da gestão do turismo, ou seja, tudo quanto se volta para o seio de um núcleo receptor, a comunidade poderá adaptar-se ou então rejeitar à repercussão do resultado da atividade desenvolvida, neste caso a turística.

Diante deste ponto, entende-se que no desenvolvimento do turismo, não basta apenas ter o enfoque do governo e da iniciativa privada, mas tanto quanto, o olhar dos primeiros, é indispensável a visão da comunidade local face ao processo de planejamento e implantação.

Tomando por partida a Secretaria Municipal de Turismo e Comércio de Balneário Camboriú, este estudo consiste em analisar o grau de envolvimento e participação da comunidade autóctone de Balneário Camboriú face ao processo de planejamento turístico do município, despertando a visão do Órgão público do turismo local na importância do envolvimento dos autóctones e sua contribuição para a atividade considerada o “baluarte econômico” de Balneário Camboriú. Assim, para atingir aos objetivos propostos, o estudo abordou a elaboração de uma pesquisa aplicada junto à comunidade da referida destinação (resultado de estudo aprofundado em Trabalho de Conclusão de Curso de Cabral, orientador por Cyrillo), na qual deram base para a comprovação de viabilidade deste artigo.

2 Políticas públicas de turismo e o planejamento

A idéia de se trabalhar o turismo em uma destinação ou localidade, parte de setores que detém maiores condições de fomentar a atividade e criar mecanismos que o façam desenvolver de forma promissora e sustentável. Qualquer atividade que resulta em crescimento econômico do local merece um investimento previamente estudado e cauteloso para que a sua finalidade traga vantagens, pois considerando análise do fenômeno de forma sistêmica, tender para um único fim/objetivo é arriscado. Assim também se trabalha o turismo, quando ele é visto como fonte de renda para o núcleo receptor, pois o mesmo com seu “efeito multiplicador” é capaz de “injetar” divisas em mais variados setores de uma localidade. Beni (2002, pg. 65) aborda da seguinte forma o efeito multiplicador do turismo:

O turismo provoca o desenvolvimento intersetorial, em função do efeito multiplicador do investimento e dos fortes crescimentos da demanda interna e receptiva. É atividade excelente para obtenção de melhores resultados no desenvolvimento e planejamento regional ou territorial.[...], eleva a demanda de emprego, repercutindo na diminuição da mão-de-obra subutilizada ou desempregada.

Deste efeito multiplicador, várias são as pessoas que se beneficiam da atividade, em especial, como forma de divisas, ele agrupa ao setor público, maiores arrecadações de impostos, e condições de elevar a economia do local.

No entanto, não se deve pensar no turismo somente em vantagens econômicas, apesar de ser a que melhor se pode mensurar, mas, se encontram presentes marcas do turismo, a nível social, cultural e ambiental. Ruschmann (2001, pg. 40) afirma “Os efeitos econômicos gerados pela atividade turística nas localidades receptoras foram estudados por inúmeros pesquisadores [...]. Isso ocorre porque os impactos econômicos são relativamente mais fáceis de medir do que os naturais e os socioculturais” (grifo próprio). Desta forma, se percebe que o turismo atinge todas as áreas do cotidiano das pessoas da localidade receptora.

Neste parâmetro, se insere o papel fundamental do órgão público, que é a de criar uma política pública do turismo com responsabilidade e que conceda condições favoráveis para a implantação desta atividade em um núcleo receptivo. Esta política, composta de normas, ou regras, faz com que a atividade tenha parâmetros a ser seguido a quando da sua implantação e desenvolvimento, assim, tornando o turismo um instrumento facilitador do crescimento em nível de qualidade de vida de uma nação, país, ou localidade.

Dencker (2004, pg. 5) cita que “É preciso repensar e redesenhar o turismo, adequando-o continuamente às mudanças que ocorrem nas sociedades, formulando políticas que orientem a gestão dos produtos [...]. Nesta linha de pensamento, entendendo como diz Dias (2003, pg. 121) que “o termo política (grifo próprio) é comumente usado para indicar a atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, têm como termo de referência a polis, ou seja, o Estado”.

E por ser o turismo um fenômeno que interfere no estilo de vida de uma destinação, nos seus interesses como habitantes, as atividades decorrentes deste fenômeno precisam estar atreladas a

um processo de planejamento e gestão, e como tal, para se planejar com maior abrangência esta atividade é preciso que exista um agente que detém autoridade para gerir as repercussões, Cruz (2002, pg. 26) diz que “A coordenação do processo de organização de um dado setor é um papel elementar do Estado, pois esta não poderia ser uma atribuição de qualquer agente social; somente o poder público tem legitimidade para representar os interesses da coletividade”.

Portanto, se diz que o governo tem que interferir, e isto se dá mediante a um planejamento. De forma clara e objetiva, “O planejamento é, portanto, o resultado de um processo lógico de pensamento mediante o qual o ser humano analisa a realidade que o cerca e estabelece os meios que lhe permitirão transformá-la de acordo com seus interesses e aspirações” (IGNARRA, 1998, pg. 7). Planejar o turismo então é, analisar a situação na qual se encontra um núcleo receptor e constatar se existem possibilidades de trabalhar o turismo, de forma que não agrida a sustentabilidade local e da comunidade autóctone. Partindo desta perspectiva a comunidade é a mais influenciada e para que esta influência não seja negativa é preciso que a mesma tenha uma posição de participação ou envolvimento no planejamento turístico local.

3 Turismo e o envolvimento da comunidade autóctone

Quando se pensa no turismo na sua forma mais simplória, a primeira imagem que vem à mente é de uma pessoa ou um grupo com uma ou mais malas de viagem, partindo ao encontro de um lugar diferente e distante, onde se almeja passar momentos lúdicos que tragam prazer. Numa escrita mais técnica e mercadológica, este é o significado do turismo.

Entretanto, o que se quer levar em consideração com esta afirmação, é o fato que a atividade turística envolve categoricamente o “transplantar” de pessoas de um lugar a outro. E isto implica numa troca de hábitos, informações, tendências, modas, conhecimentos, etc. Tudo isto visto em um ângulo otimista, é a forma de promover a destinação receptora. Krippendorf (2000, pg. 82) pontua que o turismo permite o encontro entre seres humanos que habitam em regiões distintas, ainda diz que “é graças a ele, em grande parte, que estes seres humanos conseguem estabelecer um diálogo entre si, compreender a mentalidade do outro [...]”, e isto acontece nessa troca de línguas, religiões, orientações políticas e diversas posições econômicas, dentre outros.

Não obstante a isso, quando se analisam os fatores positivos, é porque existem os negativos. Então, é necessário que haja precauções por parte de quem recebe esses visitantes, fazendo com que nenhuma das partes saia prejudicadas. Posto isso, entramos na visão do envolvimento ou participação da comunidade autóctone de uma localidade receptora com o planejamento do turismo.

A participação da comunidade no planejamento turístico entende-se como sendo “a habilidade das comunidades locais de influenciarem o resultado de projetos de desenvolvimento que têm algum impacto sobre os seus interesses”. Drake (1991, *apud*, ARAÚJO, 2006, pg. 155), ou seja, em algum momento a comunidade autóctone precisa ser parte envolvida no processo de tudo quanto surge em desenvolvimento no seu habitat, tendo um resultado que corresponda às suas necessidades locais.

Contextualizando o que seria a comunidade autóctone, Beni (2002, pg. 82) diz que “A comunidade autóctone, poderia ser definida como aquele coletivo humano que recebe uma dupla corrente migratória”, ou seja, são as pessoas encontradas na região onde o turista foi realizar a sua viagem.

Por causa da efemeridade do turismo, são as mais variadas personalidades que chegam a uma destinação, e isto também, acarreta em algo bom ou mau para a localidade. E como tal, a comunidade é a principal afetada na repercussão da atividade, por causa de conflitos que poderão surgir mediante o contato ou interferência de várias culturas. Neste sentido, uma das interferências se encontra nas diferenças culturais e sociais da parte dos visitantes com relação aos autóctones. Maio, Barreto e Santos (2006, pg. 241), dizem que existem conflitos entre o núcleo receptor e os turistas quanto maior a diferença seja cultural, como social.

Então, se pontua como importante que os moradores locais tenham um olhar participativo no processo de desenvolvimento da atividade junto ao órgão público, dando assim o seu parecer no que tange as influências que os turistas e o turismo em si pode trazer para o núcleo receptor, visto que sutilmente a comunidade é que têm a responsabilidade de criar e manter um ambiente

receptivo e hospitaleiro, pois os turistas durante o período de estada, em algum momento terão uma convivência com as pessoas da destinação onde se encontram.

A OMT (2003, pg. 95) afirma que “Através desse envolvimento, elas entenderão o turismo, terão maiores condições de lidar com esse novo desenvolvimento em sua área e de participar dos seus benefícios, sendo, portanto, mais provável que apóiem o turismo”.

Ao passo que se diz que o turismo para se desenvolver de forma coerente e sustentável em uma localidade receptora, precisa do envolvimento e participação de todos os agentes, neste caso também da comunidade autóctone, por outro lado, encontra-se a déficit da comunidade quanto ao entendimento do processo do turismo e quais as repercussões que este poderá causar no núcleo receptor.

Esta limitação por parte dos autóctones só poderá ser sanada se houver a intervenção salutar do órgão público de turismo com a comunidade, visto que não cabe à mesma entender minuciosamente o processo do turismo, e sim, a compreensão ou aprendizado daquilo que a atividade é, e o que pode causar.

4 Um olhar sobre o caso de Balneário Camboriú

Com uma localização natural privilegiada no litoral do Estado de Santa Catarina, Balneário Camboriú se vende como a “Capital Catarinense do Turismo”, por ser uma das destinações turísticas mais procuradas no Estado pelos turistas tanto em nível nacional, como internacional.

Este núcleo receptivo, de apenas 46.489 Km² com uma população de aproximadamente 94.579 (IBGE, 2007), reúne em seu território favoráveis condições naturais que agregada à sua satisfatória infra-estrutura voltada ao serviço do turismo no geral, vem conquistando espaço nos mercados externos e internos (no Estado) e levando a imagem de uma destinação turística com grandes potenciais, o que a tornou em uma cidade 70% voltada para a prática do turismo. Por causa da sua história e crescimento urbano originado pela atividade turística, a partir da década

de 60 e 70 se intensificou a prática do turismo e o município passou a ser conhecido como pólo exclusivo do turismo.

É neste cenário que se insere asações do Estado, órgão público e oficial de ação do turismo, que passou por várias modificações até chegar ao momento de responder à responsabilidade de Secretaria Municipal de Turismo e Comércio. Este Órgão público tem como papel fundamental o fomento e desenvolvimento do turismo no município de Balneário Camboriú, ou seja, todo o planejamento da atividade turística, necessariamente têm que passar pelo olhar e aval desta Secretaria, entendendo que ela detém autonomia na definição de uma política e planos que envolvem o turismo municipal.

A Secretaria Municipal de Turismo e Comércio de Balneário Camboriú vem exercendo a sua função ao longo dos anos de forma plausível. Como qualquer outro órgão público que passa por várias administrações e governos, esta secretaria como ela é conhecida hoje, denota que o seu desenvolvimento e “amadurecimento” vêm de longa data, e assim, o papel que deve desempenhar um órgão público que trabalha o turismo, paulatinamente vem sendo cumprida, e isto é notável em função da imagem de Balneário Camboriú nos mercados externos, ou mercados com turistas potenciais a esta destinação. Fato que comprova o título outorgado à mesma por ser a “Capital Catarinense do Turismo”.

O objetivo primário da Secretaria é trabalhar um turismo de qualidade e com qualidade, dando ênfases à promoção, divulgação e comercialização de Balneário Camboriú como destinação turística potencial em Santa Catarina. E assim, reitera-se que esse trabalho é bem desenvolvido, mas não basta apenas ter o olhar voltado para os turistas e não levar em consideração a posição da comunidade autóctone.

Então, nesta perspectiva, como forma de comprovar ou ter o conhecimento de como a população de Balneário Camboriú visualiza a atividade turística ou, qual a idéia que se tem da importância da participação da comunidade no planejamento turístico, foi elaborado um questionário junto à comunidade local, de onde sairiam os dados e/ou resultados que mostrassem o grau de envolvimento das pessoas autóctones com o turismo em Balneário Camboriú.

A pesquisa seguiu a metodologia aplicada nos moldes acadêmicos, elaborando o cálculo estatístico por meio de uma amostragem onde se usou um percentual de 5%, projetando uma população de aproximadamente 100.000 habitantes, o qual na fórmula da amostragem resultou em 400 questionários de 12 questões, que foram aplicados durante o período de 19/10 à 30/10/2007 nos bairros do município.

5 Resultado da pesquisa aplicada na comunidade

O Tempo de residência dos questionados foi considerado a partir de 05 anos, passando pelos 10 anos e mais de 10 anos, comparando a um universo de 100%, apenas 10% têm residência fixa a 05 (cinco) anos, ficando 24% residindo a 10(dez) anos e 66% a mais de 10(dez) anos. Por ser um município ainda “jovem” em termos de desenvolvimento e emancipação, este último grupo de residentes, reúne pessoas que conseguem dar uma visão mais ampla de como se processou o desenvolvimento turístico inicial, visto que isto está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento urbano que condicionou na chega de muitos migrantes para o município, estabelecendo-se num período de ano que coincide com o período o qual o turismo no município teve seu despontar e crescimento.

A faixa etária dos entrevistados teve maior porcentagem à de 16 a 25 anos com 28%, e logo em seguida com 27%, a faixa etária dos 35 a 45 anos, estando em terceiro plano os de 25 a 35 anos com 23% dos questionados, e por fim, a faixa etária dos 45 a 55 anos com 17%, e ficando apenas 5% com as pessoas de idade acima dos 55 anos.

Esses dados favorecem a afirmação do quão novo é a comunidade deste município, pois somando os três maiores percentuais do resultado obtido, temos 78% da população na faixa etária jovem, ou seja, ainda com muito vigor no que se refere à mão-de-obra produtiva. E no caso de Balneário Camboriú, grande parte desta mão-de-obra destina-se ao setor terciário, o de serviços, no qual o turismo se enquadra.

O grau de escolaridade apontou para uma população de alfabetização média, o que indicou que 58% dos pesquisados possuem ensino médio, ensino fundamental foi de 22%; ensino superior 19% e a pós-graduação 1%. Este resultado leva a crer que se existirem iniciativas de sugerir à

comunidade a participação, por meio de opiniões ou algo do gênero, e as pessoas responsáveis pela atividade turística no município expuserem o processo do turismo e o seu efeito multiplicador, na tentativa, poderão lograr êxitos, pois o grau de ensino adquirido pelas pessoas, poderá ser um auxílio no entendimento e participação nos assuntos do turismo.

No entanto, a questão seguinte retrata um pouco a falta de certeza das pessoas com relação à imagem desta destinação nos mercados turísticos externos. A pergunta dirigida destinava, a saber, se tinham conhecimentos do por que de Balneário Camboriú ser considerado a “Capital Catarinense do Turismo”, os dados apontaram 56% de pessoas, respondendo categoricamente que “sim”, ao passo que 44% responderam “não”. Vale ressaltar que das pessoas que responderam sim, no imperativo da justificativa, elas recuavam, demonstrando não ter confirmação ou certeza da sua afirmação. Enquanto os que responderam não, frisavam que nem sabiam se a cidade respondia por aquele título.

No que tange a uma relação recíproca voltada ao planejamento turístico, entre o Órgão público do turismo e a comunidade local, direcionou-se a seguinte questão como forma de apurar qual o grau de envolvimento da comunidade nos assuntos do turismo. Então o gráfico revelou que 93% dos entrevistados pontuaram que em nenhum momento foram interpelados pelos órgãos do turismo na cidade, a respeito do que pensam sobre a atividade, deixando a resposta positiva somente com 7% dos pesquisados.

Alguma vez lhe foi questionado sobre o que pensa da atividade turística em Balneário Camboriú, pelos Órgãos do Turismo da Cidade?



Gráfico 1 – Índice das pessoas que já foram questionados sobre o que pensam da atividade turística em Balneário Camboriú, partindo do órgão público do turismo.

Fonte: Cabral, 2007.

Interessa notar que os balneocamborienses têm uma disposição e consciência no que se refere à atividade turística, em função de haver a pré-disposição voltada ao recebimento do turismo, o que se torna natural em vista de que a cidade modelou-se ao movimento e dinamismo deste setor, tornando conhecida como ela é hoje, mas, ainda sim, é cogitada a possibilidade de um entrosamento maior da parte do órgão público com a comunidade nas questões voltadas ao desempenho do turismo nesta destinação. E isto foi percebido na questão posterior, na qual se perguntava às pessoas se em algum momento haviam participado de reuniões que levassem o assunto do turismo à comunidade. Então, os resultados foram de 88% de pessoas indicando que nunca haviam participado e 12% haviam participado ou então, têm conhecidos que já tenham participado.

Na perspectiva de sondar a comunidade a quanto do seu interesse voltado ao turismo neste município, o gráfico mostrou que um percentual de 82% entrevistados estão dispostos a conhecer e ter uma relação voltada não só como espectador, mas também como participante, visto que são eles os maiores interessados nos benefícios do turismo, e/ou, maiores influenciados pelos malefícios causados pela atividade turística. Assim, apenas 18% se posicionou com o resultado negativo.



Gráfico 2 – Índice dos interessados em Participar de reuniões que abordam o turismo.
Fonte: Cabral, 2007.

É de se levar em consideração esses dados, pois por mais que exista a tal pré-disposição para receber o turismo, por outro lado, encontra-se uma falta de conhecimento com relação ao fenômeno do turismo, portanto, a participação das pessoas seria também uma forma de amenizar as incertezas existentes com relação ao que o turismo aufera para a destinação, e isto se explica

na tendência pontuada do não entendimento do efeito multiplicador que o turismo provoca em Balneário Camboriú. Como tal, à confirmação do gráfico seguinte, vê-se que 75% dos questionados dizem que não tem nenhuma ocupação relacionada com o turismo e 25% reconhece no turismo a fonte para a realização das suas atividades econômicas.

Necessariamente, as atividades econômicas não tem que estar ligada diretamente com o turismo, mas se entender o efeito multiplicador, veremos que no caso de Balneário Camboriú, a maior parte da atividade econômica tem nos bastidores influência do turismo, o que leva a crer que as pessoas tem sim alguma relação com este setor, mas isso não é entendido.

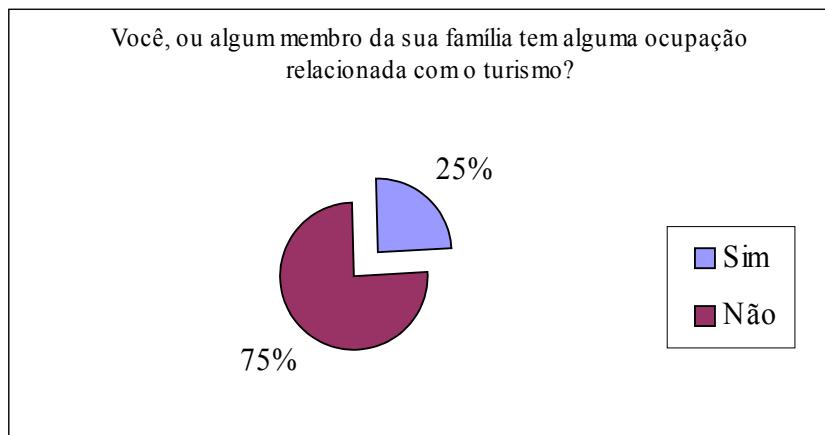


Gráfico 3 – Índice de pessoas com atividades relacionadas ao turismo.

Fonte: Cabral, 2007.

A pesquisa abordou também com relação aos impactos positivos e negativos que a comunidade identifica no turismo para a localidade. Neste sentido como aspectos positivos foram pontuados com maiores percentuais, maiores oportunidades de emprego e desenvolvimento do município, com os índices percentuais de 71% e 17%, respectivamente. Relativo a outros pontos positivos temos o aumento das opções de lazer com 7%; promoção da cultura local e preservação da natureza com 1% e outros com 3%.

Esses dados têm como objetivo avaliar até que ponto a comunidade é beneficiada pelo turismo, pois muitas vezes os benefícios da implantação e desenvolvimento do turismo em um núcleo receptor não atingem um contingente expressivo da comunidade local, e sim, apenas pessoas que estão envolvidas diretamente.

Este não é caso de Balneário Camboriú, mas percebeu-se que a comunidade visualiza o turismo somente pelo lado econômico, fato este que a maioria só é beneficiada nos períodos da alta temporada; enquanto que o lado cultural, social e ambiental de Balneário Camboriú é expresso como se não tivessem nenhuma relação com o turismo, o que faz pensar que talvez seria pertinente a troca de informação entre aqueles que planejam o turismo e os que convivem com as repercussões, no sentido de agregar à imagem de Balneário Camboriú como destinação turística as características da sua comunidade, fazendo esta se sentir parte envolvente.

Como desvantagem, a comunidade pesquisada pontuou o aumento de congestionamento como a principal desvantagem, numa porcentagem de 37%, seguindo o alto índice de poluição com 35%. As outras desvantagens se posicionaram com 13% a desorganização urbana, 10% desvalorização da mão-de-obra local e 5% outras. Isto demonstra que é inevitável o não sentir dos impactos turísticos em uma localidade, frisando que esses impactos negativos criam muitas vezes um descontentamento das pessoas do núcleo receptor, ou seja, se o turismo cria situações de transtornos e aborrecimentos, é melhor repensar a forma de difundir a atividade, pois de outra forma poderá ser em vão o trabalho dos gestores de turismo.

6 Considerações sobre a responsabilidade social Estatal mediante dados da pesquisa

Reconhecer no turismo um fenômeno que desperte nos agentes envolvidos (cita-se os turistas, os órgão público e privado, e a comunidade) a sensação de êxito, pela expectativa de viver a atividade, originam-se da implantação, crescimento e desenvolvimento desta atividade por meio sustentável.

Mediante as mais variadas formas de turismo e turistas existentes nos dias atuais, cada vez mais cabe ao núcleo receptor e aos gestores do turismo deste núcleo, um comprometimento de fazer com que as vantagens deste setor se sobreponham aos pontos negativos que o mesmo ocasiona para a destinação. Dentre os agentes que mais sofrem com influências das modificações provocadas pelo turismo em uma localidade, se encontra a comunidade autóctone, em que a sua expectativa de receber o turismo no seu habitat assemelha-se ao anseio de presenciar um desenvolvimento promissor para a destinação e seus habitantes.

Desta forma, espera-se que o agente fomentador das políticas e planos do turismo crie-os, elabore-os e implante-os com a perspectiva de não só beneficiar e atrair os turistas, mas também a comunidade autóctone, na qual compete a esta o equilíbrio no exercício da hospitalidade, pois o turista de alguma forma, em algum momento traça uma relação com a comunidade do núcleo onde se encontra. Esta seria a maior ação dentro dos parâmetros da responsabilidade social Estatal: o cumprimento de uma interlocução segura e real.

Acredita-se que as desvantagens do turismo são muitas vezes inevitáveis, por isso, existe o planejamento turístico, o que bem estruturado, incluindo a visão por parte daqueles que ficam na linha de frente, citando a comunidade como o agente que convive com o turismo na prática, o referido planejamento terá maiores condições de sanar os imprescindíveis impactos que o turismo causa isto porque, se o Estado vê a comunidade como agente “globo ocular” do turismo no seu contexto prático, de certeza a longevidade da sustentabilidade do turismo em uma destinação será garantida, trazendo benefícios tanto aos turistas e ao núcleo receptor, em geral. Assim, por meio de um envolvimento e participação da comunidade autóctone, as pessoas passarão a vislumbrar quais os efeitos do turismo, entendendo o mesmo e apoiando-o por meio da sua participação.

Referências

- ARAÚJO, L. M. de. Participação sociopolítica no planejamento turístico. **Turismo - Visão e Ação**. Vol.8, n.1, p. 153-164. jan/abr. 2006.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 7^a. ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- CRUZ, R. de C. A. da. **Políticas Públicas de Turismo no Brasil**: significado, importância, interfaces como outras políticas sociais. In: SOUZA, M. J. de (org.). Políticas Públicas e o Lugar do Turismo. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.
- DENCKER, A. de. F. M (organizadora). **Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- DIAS, R. **Planejamento do Turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.
- IGNARRA, L. R. **Planejamento Turístico Municipal**: um modelo brasileiro. São Paulo: Consultoria Turística Integrada CTI – Edições Técnicas, 1998.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo:** para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

MAIO, I. dos. P; BARETTO, M. & SANTOS, R. J. dos. S. Processos Socioculturais do Turismo na Localidade Receptora: o olhar do residente sobre os visitantes da Ilha da Pintada. **Turismo - Visão e Ação.** Vol. 8, n.2, p. 235-252. maio/ago. 2006.

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

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável:** A proteção do meio ambiente. 8^a. ed. Campinas: Papirus, 2001.