

Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento

Francisco de Castro Matos¹

Secretaria Municipal de Educação da cidade de São Paulo

Resumo: Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento. Trata-se eminentemente de um tema muito importante haja vista a existência de um número grandioso de entidades (denominadas OTS – Organizações do Terceiro Setor) que compõem o Terceiro Setor no Brasil. É também um tema dotado de complexidade, ocasionando diversas questões sobre como as OTS dão suporte ao turismo receptivo por meio de suas ações. Objetivo geral: é entender o apoio que as OTS dão à organização de infra-estrutura voltada ao turismo receptivo por meio de suas ações (planos, programas, eventos, planejamento), ou seja, de que forma elas trabalham dando suporte o turismo receptivo. Objetivo específico: identificar o papel desempenhado pelas OTS no turismo receptivo, haja vista sua forte presença no cenário de desenvolvimento setorial nacional. Justificativa: destaca-se o fato de que o Terceiro Setor é apontado por inúmeras pesquisas (IBGE, RITs, Setor3) como uma importante fonte de desenvolvimento setorial, oferecendo à sociedade aquilo que o Estado não supre totalmente em termos de obrigação constitucional e estrutural. Metodologia: optou-se por uma pesquisa qualitativa, configurada por uma pesquisa bibliográfica, compilando informações de uma dissertação de mestrado defendida em 2005, pelo mesmo autor deste artigo cujo tema foi Organizações do Terceiro Setor fomentadoras do turismo receptivo na cidade São Paulo. Resultado: as entidades que compõem o chamado “terceiro setor” desenvolvem trabalhos como apoiadoras, fomentando o turismo receptivo, ou seja, no que se refere ao oferecimento de uma cidade em tudo o que possa ser revertido em benefícios aos turistas e população local, como os roteiros turísticos aos pontos mais conhecidos, incluindo estações de metrô, museus, parques, igrejas e outros monumentos do patrimônio histórico-cultural, a agenda com os principais eventos que ocorrem na cidade, as ações para o desenvolvimento do comércio e região.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Receptivo, Terceiro Setor, fomento.

Introdução

O tema deste trabalho é Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento. Trata-se eminentemente de um tema muito importante haja vista a existência de um número grandioso de entidades (denominadas OTS – Organizações do Terceiro Setor) que

¹ Docente universitário e da Educação Básica há 20 (vinte) anos, mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi – 2005, graduado em Letras, Pedagogia, Técnicas Legislativas e Redação Forense, graduando em Filosofia pela UNIFESP e Direito, avaliador de cursos técnicos - EAD pelo Conselho Estadual de Educação – SP, Presidente do GESTUR de Ubatuba, escritor – poeta, consultor técnico educacional e em turismo/hotelaria. *E-mail:* francisco.castro@unifesp.br.

compõem o Terceiro Setor no Brasil. É também um tema dotado de complexidade, ocasionando diversas questões sobre como as OTS dão suporte ao turismo receptivo por meio de suas ações.

O objetivo geral é entender o apoio que as OTS dão à organização de infra-estrutura voltada ao turismo receptivo por meio de suas ações (planos, programas, eventos, planejamento), ou seja, de que forma elas trabalham dando suporte o turismo receptivo.

O objetivo específico deste artigo é identificar o papel desempenhado pelas OTS no turismo receptivo, haja vista sua forte presença no cenário de desenvolvimento setorial nacional.

Entre tantos fatos justificáveis, destaca-se o fato de que o Terceiro Setor é apontado por inúmeras pesquisas (IBGE, RITs, Setor3) como uma importante fonte de desenvolvimento setorial, oferecendo à sociedade aquilo que o Estado não supre totalmente em termos de obrigação constitucional e estrutural.

Optou-se por uma pesquisa qualitativa, em termos de metodologia, configurada por uma pesquisa bibliográfica, compilando informações de uma dissertação de mestrado defendida em 2005, pelo mesmo autor deste artigo cujo tema é Organizações do Terceiro Setor fomentadoras do turismo receptivo na cidade São Paulo.

Em termos de problematização, obteve-se a seguinte questão: de que forma as OTS fomentam o turismo receptivo?

Assim sendo, tem-se aqui apenas uma demonstração da relevância do tema, o qual deve ser sempre aprofundado por aqueles que se identificam com o turismo.

Organizações do Terceiro Setor – OTS e Turismo Receptivo: definindo o objeto de estudo

Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento é o tema, o qual descreve as organizações do terceiro setor que, identificadas pela sigla “OTS”, que se originam pelo conjunto de associações, federações, confederações, sindicatos, institutos, fundações, sociedades (filantrópicas e amigos do bairro), cooperativas, movimentos, programas, núcleos, centros de voluntariado e partidos políticos e o que estas fazem para fomentar o turismo receptivo.

O conceito de terceiro setor parte do princípio de que há outros dois formando uma divisão setorial no Brasil que compreende o primeiro setor, representado pelo Estado (o setor público) e sua constituição de políticas para fins públicos, isto é, em que toda a arrecadação proveniente dos impostos pagos é revertida em benefício da sociedade; o segundo setor (o setor privado) representado pelo mercado constituído de empresas privadas que objetivam a obtenção de lucros de seus produtos comercializados e o terceiro setor representado por entidades sem fins lucrativos, aqui denominadas OTS.

Acredita-se que o terceiro setor é um universo de difícil entendimento. Cardoso (1997, p.8) enfatiza que há uma dificuldade na conceituação do terceiro setor e usando as expressões “terceiro setor” e “terceiro mundo” faz uma analogia. A autora enfatiza que “terceiro setor representa mais do que um conceito, um espaço de participação e experimentação de novos modos de pensar e agir sobre a realidade social, que não é Estado, nem mercado e cujas ações visam ao interesse público”.

A promoção da cidadania é um tema muito discutido no processo de identificação do papel do terceiro setor na sociedade e é naturalmente um item identificador deste, evidenciando as responsabilidades do Estado, como afirma Lazzarini (1999, p.57) ao explicar que, enquanto o primeiro setor é representado pelo Estado, que tem o dever e o ofício de promover o bem comum, afinal esta é sua finalidade maior, o segundo setor caracteriza-se pelas organizações privadas, que têm como finalidade o lucro, pelo mercado; e o terceiro setor, que é representado pelas organizações da sociedade civil, organizações não governamentais, que não podem ter fins lucrativos e que atuam na promoção da cidadania.

Pode-se afirmar que o terceiro setor possui responsabilidades que o colocam acima dos demais, em termos de representação social, como afirma Rifkin (1997, p.2), que aponta que o terceiro setor tem superioridade em relação aos demais ao enfatizar que ele é o mais responsável dos três setores. “É o plano da solicitude que atende às necessidades e aspirações de milhões de pessoas que, de alguma forma foram excluídas ou não foram adequadamente atendidas pela esfera comercial ou pública”.

Acredita-se que o trabalho do terceiro setor deve ser sempre integralizado aos demais, pois desta forma é que se dará sua razão de existir. Neste aspecto, Paes (2003, p.23) sugere esta integração entre os setores sociais. Segundo ele, “o terceiro setor existe junto com o Estado e o mercado, mobilizando recursos humanos e materiais, sem

objetivo de lucro e visando o atendimento de fins públicos e sociais”. Rafael (1999, p.59) reafirma o interesse não lucrativo que o terceiro setor deve assumir como principal ofício ao caracterizá-lo destacando esta finalidade não lucrativa ou a reaplicação dos lucros gerados em projetos próprios.

Dos diversos conceitos mais abrangentes aos mais específicos ou limitados, é inegável a forte atuação do terceiro setor e os resultados oriundos das mais variadas organizações (OTS) que não são nem estatais, nem mercantes, ou seja, se por um lado são juridicamente organizações privadas que não objetivam fins de lucro, por outro são motivadas por razões e objetivos sociais, públicos ou coletivos.

A ação das OTS funciona como um fator de equilíbrio complementar entre a oferta daquilo que, por parte do Estado não se ofertou e é de direito ofertá-lo e a manutenção e promoção dessa oferta enquanto dever, daí a idéia do exercício da cidadania objetivada pelas OTS em qualquer segmento (turismo, educação, saúde, etc.). As OTS que trabalham com o turismo nos levam à compreensão de que é necessária uma transmissão de uma nova postura da sociedade no sentido de conscientizá-la de que o desenvolvimento do turismo receptivo numa determinada região pode ser um meio de sobrevivência, inclusão e cidadania.

É neste contexto que o turismo receptivo contribui para o exercício da cidadania, ou seja, para o reconhecimento da igualdade de todos os seres humanos em relação aos direitos fundamentais por uma vida digna, pela solidariedade e isso pode ser compreendido quando se percebe que o mesmo atrativo oferecido ao visitante é também planejado, organizado e fiscalizado para e pelo morador. Neste sentido, Arendt (2000, p.109) afirma que “o indivíduo só se torna um cidadão quando ele participa e atua no espaço em que vive”, ou seja, toda a infra-estrutura de turismo receptivo permeada pelas ações das OTS deve primeiramente contemplar o morador, assim estará configurando a cidadania e tornando seu local cada vez mais hospitaleiro; afinal, uma cidade, antes de tudo, deve ser hospitaleira para seus moradores, pois desta forma estará sendo para seus visitantes.

Turismo Receptivo

O turismo receptivo depreende-se em algumas concepções teóricas que vão das visões com tendências economicistas ou empreendedoras até as sociais, filosóficas, etc. Para Oliveira (2000, p. 94), turismo receptivo é aquele que “compreende - se pelo conjunto de serviços de apoio e assistência destinados à recepção de pessoas. Seria uma infraestrutura organizacional para o receber humano”, não enfocando diretamente o autor os aspectos tangíveis (um hotel, uma pousada, um meio de transporte; enfim, um produto palpável) de boa qualidade.

Segundo Pelizzer (2004)², o conceito de turismo receptivo resulta de um

processo empresarial pelo qual se explora uma forma ou prática de turismo, por ocasião da chegada de pessoas (turistas, visitantes, passageiros, excursionistas, hóspedes) em um destino ou cidade ou pólo turístico. E a forma inversa denominamos de “turismo emissor” que é a origem da pessoa, turista ou visitante.

Há de se perceber que o autor não enfoca objetivamente quais fatores permeiam a “chegada de pessoas” num determinado lugar. Vaz (1999, p.67)³ define turismo receptivo como um produto turístico resultante de um “conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações”. Novamente é preciso atentar-se para a questão de que o turista, visitante, ou hóspede não é apenas um consumidor que busca exclusivamente serviços, ele busca também um produto: uma comida e bebida de boa qualidade, um bom carro para se transportar, um hotel confortável mesmo que econômico, enfim, busca além de serviços outros elementos. É preciso mais do que ser bem atendido, bem recebido ou bem servido.

O turista que compõe este cenário globalizado é exigente; além do exímio atendimento, quer um produto de qualidade, ou seja, o aspecto do ótimo serviço prestado aliado ao bom produto entregue e sempre disponível. Teixeira (1999)⁴ aponta que o “Turismo Receptivo diz respeito ao conjunto de atividades responsáveis pela acolhida dos visitantes nos locais de destino, quer sejam desenvolvidas pelo setor público, quer sejam

² PELIZZER, Hilário Ângelo. **Conceitos de Turismo Receptivo**. Mestrado em Hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi – aula de 09/10/2004.

³ Idem.

⁴ Ibidem.

desenvolvidas pelo setor privado.”. Talvez esta definição seja pertinente pelo fato de que se aproxima da principal finalidade de um lugar prontamente preparado para receber pessoas, acolher bem seus visitantes e integrar cada vez mais seus moradores, todavia não esclarece objetivamente quando enfoca o “conjunto de atividades” atribuídas ao turismo receptivo.

O turismo receptivo também chamado de “receptivo”, é o conjunto de elementos organizacionais e logísticos planejados e organizados para a recepção de turistas, sendo que toda a complexidade que envolve este receber humano encontra-se permeada por uma infra-estrutura (que não é representada única e exclusivamente pela arquitetura) que atenda às necessidades do turista e esteja à disposição do morador como oferta. Neste caso, pode se considerar como oferta de receptivo o conjunto de bens acessíveis ao turista e ao morador, tais como o conjunto de redes hoteleiras, restaurantes, museus, teatros, clubes, cinemas, parques, bancos, centros comerciais, instituições educacionais, salas de exposições, meios de transporte, telefones públicos, áreas verdes, praças, ruas, danceterias, *pet shops*, *lan houses*, entre outros, entretanto com espaços planejados para o portador de necessidades especiais. A oferta de receptivo deve estar atrelada à logística de serviços, isto é, com a forma pela qual o conjunto de bens é oferecido, com os mecanismos de entrega dos produtos considerados essenciais e com a qualidade em que estes serviços são executados.

Deste modo, incluem-se a qualidade do atendimento, como por exemplo, na eficácia do hotel em atender as exigências de seus hóspedes quanto à ambientação do quarto, na forma de pesquisar perfis homogêneos sem desconsiderar outros perfis, procurando agradar o maior número de hóspedes possíveis, no eficiente monitoramento do museu, na cordialidade dos funcionários ao oferecer seus serviços, na forma das pessoas se vestirem, na qualidade dos uniformes dos colaboradores, na segurança, enfim, no processo harmônico em que uma cidade atende o turista e seus moradores.

Então, o que determinará a receptividade de um lugar é a preocupação que os setores sociais tiverem com o planejamento e a organização, ou seja, com o desenvolvimento, manutenção e promoção de sua infra-estrutura receptiva. As relações entre os moradores e/ou a infra-estrutura que um lugar possa oferecer a estes moradores e aos visitantes devem ser recíprocas, isto é, o visitante e o morador devem estar sempre bem instalados, alimentados, transportados, guiados, atendidos e bem informados. Neste

sentido, a infra-estrutura receptiva de uma região em relação àquele que recebe e aquele que é recebido apresenta-se na forma de turismo segmentado, ou seja, é possível que cada cidadão depare-se com inúmeras modalidades de turismo que se apresentam na forma de um produto (o produto turístico), que por sua vez, possui suas características específicas que se enquadram dentro de outras modalidades turísticas, como turismo de negócios, de saúde, social, cultural, de lazer, LGBT, de eventos, compras, rural, religioso, ecológico ou ecoturismo, de aventura, gastronômico, educacional ou acadêmico, pedagógico, entre outros.

Ações de fomento

Se o turismo receptivo está diretamente ligado a uma infra-estrutura planejada e organizada para o receber humano, então ele está presente nas ações desenvolvidas pelas OTS numa dinâmica composta pelos demais setores sociais: o Estado e o setor privado, ou seja, as OTS atuam dando suporte ao receptivo, realizam parcerias que trazem resultados importantes e conscientizam a comunidade local para o receptivo. Isto é possível por meio das seguintes sugestões de ações de fomento:

Presença de uma comissão específica que trata do receptivo - as OTS que não possuírem uma comissão específica para tratar do receptivo estarão cometendo um erro de atuação social demonstrando uma falta de consciência em relação à importância desta atuação, pois um aspecto fundamental nas questões que envolvem o turismo receptivo é o fato de que cada setor social deve interagir em prol dele e o primeiro passo é a criação de uma comissão específica para lidar com estas questões. Assim sendo, negar essa necessidade é retroceder à compreensão de seu papel social.

O turismo receptivo como prioridade - o turismo receptivo deve ser a principal prioridade, porém é preciso uma compreensão do sentido de “Turismo Receptivo”, entender que as ações desenvolvidas pelas entidades estão direta ou indiretamente ligadas ao universo do turismo receptivo. É preciso que as OTS, que representam os segmentos turísticos (lazer, negócio, eventos...) e que sistematicamente confluem para o turismo receptivo, se conscientizem de seu papel de fomentadoras deste turismo.

Participação em comissões de turismo receptivo de outras entidades ou órgãos oficiais de turismo (ABIH, ABAV, Embratur, Comtur) - as entidades devem sempre

estabelecer parcerias com outras entidades, patrocinando eventos ou montando estandes em congressos, tratando de questões relacionadas ao turismo receptivo, assimilando que são elementos deste turismo para que não haja um distanciamento de suas atividades neste sentido.

Desenvolvimento ou participações práticas para a melhoria do turismo receptivo, como o interesse das entidades em participar de programas oficiais que visem à melhoria e o incremento qualitativo do turismo receptivo - as OTS devem estar dispostas a participar de programas oficiais que visem à melhoria e o incremento qualitativo do turismo receptivo, protagonizando e apoiando. É importante que elas percebam a capacidade ou a vocação que possuem para atuarem como protagonistas quanto a esta habilidade, pois são capazes de protagonizar programas que visem à melhoria e o incremento do turismo receptivo.

Participações da entidade em eventos internos ou externos (feiras, simpósios, congressos, workshops, painéis, etc.) sobre turismo receptivo - entidades como a ABAV-SP e a Associação Viva o Centro - SP atuam especificamente aderindo aos eventos sobre turismo receptivo já há algum tempo. São exemplos a se seguir.

Publicação material promocional da região para ser distribuído periodicamente - preciso que as entidades cada vez mais reconheçam a importância desta ação. Um eficiente canal de comunicação tem sido usado que é a internet. Outro canal de comunicação é a presença da própria entidade nos principais eventos da cidade, distribuindo fôlderes, bânners, calendários sobre a cidade e panfletos.

Promoção de evento técnico para tratar de questões de turismo receptivo (fórum, seminário, feira, encontro, congresso, etc.) - sabe-se que a ABAV-SP promove periodicamente os encontros de turismo receptivo. Os eventos técnicos são importantes na medida em que projetam e divulgam com amplitude as ações organizacionais no âmbito nacional e isso reflete positivamente no desenvolvimento turístico receptivo.

Filiação à outra entidade de âmbito nacional ou internacional⁵ **que trata do turismo receptivo** - é preciso unir sempre o setor, pois as entidades devem levar em consideração que se houver um elo centralizador como elemento aglutinador das ações

⁵ Federação Nacional do Turismo-FENACTUR, *International Air Transport Association-IATA*, Associação Brasileira das Organizações Não Governamentais-ABONG, etc.

decorrentes, o êxito no incremento ao turismo receptivo acontecerá de modo mais sistêmico.

Participação efetiva da entidade em programas (públicos ou privados) para a/de melhoria do turismo receptivo - as entidades devem criar cada vez mais programas específicos sobre turismo receptivo, não devem esperar que a iniciativa de suporte ao turismo receptivo parta inicialmente dos setores público e privado.

Fazendo um levantamento das principais ações desenvolvidas no incremento e melhoria do turismo receptivo - toda ação de uma OTS pode estar diretamente ou indiretamente relacionada ao turismo receptivo, desde que se tenha como pressuposto que este receptivo compreenda uma organização planejada para o receber humano e permeada por uma infra-estrutura. Sendo assim, as principais ações para o fomento do turismo receptivo encontram-se a seguir destacadas:

Criação do Departamento de Turismo Receptivo - um exemplo bem sucedido deste tipo de ação é a diretoria de turismo receptivo da ABAV, que tem em suas filiais um departamento que trata de questões relacionadas ao receptivo. O departamento de turismo receptivo é uma peça fundamental na articulação das ações da entidade com os demais setores e com a comunidade, funcionando como um elo entre estes setores. Por meio deste departamento é possível diagnosticar as principais necessidades de desenvolvimento sustentável da comunidade local.

As parcerias nas OTS - a parceria é um dos indicadores que comprovam a vocação das OTS para a melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras. Nela os envolvidos partilham seus recursos trocando os benefícios mútuos de modo a propagar cada vez mais os objetivos comuns integrando a organização com a comunidade, obtendo recursos e dando visibilidade à sua organização. No caso das OTS as parcerias são necessárias para complementar orçamentos, patrocinar campanhas, realização de eventos, a prestação de serviços em geral, para ações que combatam o desemprego, a fome, o analfabetismo, a saúde, etc.

Participações em comissões em comunhão com outros setores - há entidades que são engajadas no processo de gestão organizacional de uma cidade compondo comissões, ainda que não específicas do turismo receptivo, diretamente ligadas aos órgãos estaduais, municipais e federais. Um exemplo bem sucedido é a parceria entre ABAV e o SEBRAE com ações no Plano de Desenvolvimento do Turismo Receptivo Nacional,

promovendo os encontros de turismo receptivo, sendo um em cada estado discutindo, avaliando e objetivando metas de desenvolvimento local. Em São Paulo, pode-se citar o Fundo Municipal de Turismo-FUMTUR, gerido por um conselho composto por dez entidades, tais como UBRAFE, Secretaria Municipal das Finanças, Secretaria Municipal do Planejamento, Secretaria do Governo Municipal, Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, São Paulo *Convention & Visitors Bureau*, ABREDI, SINDIPROM, e ABEOC.

O Conselho Municipal de Turismo é o maior exemplo de que a união de 1º, 2º e 3º setores podem integrar-se na luta e distribuição do bem comum. O COMTUR é um exemplo de democracia, pois é composto por empresas privadas, órgãos governamentais e não governamentais.

Programas - os programas funcionam como ferramentas que auxiliam a amenizar problemas sociais em tempo hábil e para um local específico. Um programa pode ser composto por vários projetos complementares que determinam o tipo de parceria a ser objetivado ou os parceiros idealizados para a efetivação do programa. Citem-se o “Programa Permanente de Informação”, da ABRASCE, o “Programa Qualidade na mesa”, da ABREDI e o “Ação Local”, da Associação Viva o Centro, que tem um papel fundamental na manutenção, desenvolvimento e promoção da região central de São Paulo trazendo resultados eficazes no combate aos processos de exclusão social.

Convênios - são denominados convênios o acordo de cooperação e atuação conjunta e/ou complementar entre órgãos públicos. É uma forma jurídica em que os órgãos da administração pública e entidades do terceiro setor pactuam, em regime de cooperação mútua à execução de serviços de interesse recíproco.

Contratos de Gestão - são vínculos jurídicos que se estabelecem entre o Estado e as Organizações Sociais; são semelhantes ao convênio, entretanto o contrato de gestão prevê a transferência de recursos a uma entidade sem fins lucrativos controlada pelo Estado, sem licitação e com distribuição de atribuições que presumem cooperação mútua e interesse recíproco. Um exemplo a ser citado são as cotas de verbas dadas pela administração pública destinadas a cada criança de uma OTS que trabalha como instituição de ensino.

Captação de Recursos - a captação de recursos são atividades que se desenvolvem dentro de uma organização sem fins lucrativos com o objetivo de se buscar recursos aos

diversos elementos da sociedade, com o objetivo primordial de garantir a sustentabilidade da organização e de seus projetos.

Formação de mão-de-obra especializada nos setores - uma das ações de relevância das OTS é formar mão-de-obra para os demais setores. Elas fazem isso promovendo seminários, palestras, simpósios, mesas - redondas ou cursos gratuitos ou pagos, a fim de atender todos os perfis profissionais na busca de inserção e reinserção destas pessoas no mercado de trabalho ou nos órgãos públicos.

Intercâmbio com entidades nacionais e internacionais - o intercâmbio é um instrumento que pode servir de parâmetro para novas ações ou redirecionamento das ações já existentes, pois possibilita por meio da troca de experiências no setor, a utilização de experiências bem sucedidas e atenção no planejamento e replanejamento de outras. Um exemplo a ser citado é a participação da ABAV em todas as reuniões entre a iniciativa privada do turismo e o governo, tendo representantes nas principais entidades mundiais, como a Confederação das Organizações Turísticas da América Latina (COTAL).

Promoção, participação, patrocínio e copatrocínio de eventos - este item é uma das principais formas de fomento do turismo receptivo. As OTS atuam como copatrocinadoras e até como patrocinadoras de pequenos, médios e grandes eventos que ajudam no desenvolvimento e na promoção de um lugar. Em São Paulo um evento como o Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1 gera muitos lucros e tem em seu planejamento, liderado pela prefeitura de São Paulo, entidades participando de sua organização. Um outro exemplo é o “São Paulo *Fashion Week*”, maior evento de moda da América Latina e que também tem em seu corpo organizacional a participação de todos os setores, como elementos reguladores no processo de planejamento e execução das ações.

Promoção de estudos sobre o setor e pesquisa acadêmica - há universidades que pensam nesta questão de profissionalizar pessoas especificamente para o Terceiro Setor, porém há poucas instituições universitárias que oferecem cursos nesta área. Pode-se citar a Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas e as faculdades SENAC, que oferecem cursos voltados ao Terceiro Setor.

Publicação de material na mídia - a publicação de material na mídia é uma ação importante que precisa ser melhor explorada pelas OTS, pois a sociedade precisa saber

os resultados dos programas executados, dos projetos realizados e de todas as demais ações bem sucedidas que envolvem o setor. É preciso que haja um canal direto com a população. Uma boa exploração da imagem de uma entidade pode atrair mais associados e patrocinadores em favor do bem comum.

Criação de organismos internos - a criação de organismos internos refere-se a algumas alternativas complementares ao trabalho das OTS, sugerindo a criação de instituições internas como institutos, conselhos organizacionais, comissão de programas, entre outros que sejam sub-entidades em um organismo maior. Um exemplo é a FENACTUR, que criou o Instituto Fenactur, um centro de estudo destacado no capítulo primeiro desta dissertação.

Geração de empregos - esta ação tem sido muito atraente em termos de desenvolvimento social. As OTS geram empregos.

Conclusão

O desenvolvimento do turismo receptivo permeado pelas ações das OTS representa uma alternativa de contribuição efetiva para o crescimento local, pois estas ações são responsáveis por enfatizar, promover e lutar pela manutenção de uma região.

As OTS são de fato fomentadoras do turismo receptivo na medida em que incentivam o crescimento social, político, econômico e cultural da cidade. Isto quer dizer que uma OTS pode melhorar as atividades turísticas receptivas tornando uma região mais acolhedora, atrativa e hospitaleira.

Assim sendo, o fomento do turismo receptivo é importante na medida em que, por meio das ações desenvolvidas pelas OTS, tenta-se mostrar às comunidades interna (morador) e externa (turistas) que há serviços e infra-estrutura disponíveis, além de mostrar aos empreendedores que os recursos naturais e culturais devem ser trabalhados harmonicamente para a concepção de produtos turísticos capazes de atrair visitantes, gerar recursos e conservar uma região.

Referências

ANDRADE, J. V. **Turismo-fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1998.

ARENDDT, H. **Entre o passado e o futuro**. Trad. de M. Barbosa de Almeida. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 2 ed. São Paulo, editora SENAC, 1998.

FERNANDES, R. C. **Privado porém público: o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume- Dumará, 1994.

MATOS, F. de C. **Organizações do Terceiro Setor Fomentadoras do Turismo Receptivo na cidade de São Paulo**. Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2005.

MONTAÑO, C.. **Terceiro setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. São Paulo: Cortez, 2002.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**. São Paulo: Atlas AS, 2000.

PAES, J. E. **Fundações e entidades de interesse social**. 1ª ed. Brasília: Brasília Jurídica, 1999.

PELIZZER, H. Â. **Turismo e educação -um processo informal de ensino e aprendizagem**. São Paulo: Manole, 2003 (no prelo).

RAFAEL, E. J. Inovações legislativas relacionadas ao terceiro setor e suas implicações na área fundacional. **III Encontro Internacional de Fundações - Anais**. Porto Alegre: Fundação Irmão José, 1999.

RIFKIN, J. **O fim dos empregos**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

Referências da Internet

Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais. **Ongs e universidades: desafios para a cooperação da América Latina**. São Paulo: Abong, Petrópolis, 2002. - www.abong.org.br, link: artigos – ONGs.

DURÃO, Jorge Eduardo Saavedra. As **Organizações Não-Governamentais e a Discussão do Marco Legal do chamado Terceiro Setor: a Questão do seu Financiamento**. Disponível em www.setor3.com.br/artigos/revista/anterior. Acessado em 10 de março de 2003.

www.estudosturisticos.com.br/especialistas/franciscocastro;20/04/2004

www.institutoterceirosetor.org.br;03/13/2004

www.abav.com.br/estatisticas/13/02/2005

http://www.infraero.com.br/aero_uf.php?ufi=SP: 01/01/2005