

A INTEGRAÇÃO ENTRE OS AGENTES LOCAIS E REGIONAIS E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Berta Lucia Nascimento Camargo
Dayana Maria Silva Vanderlei
Paulo Prestes
Liandra da Silva Pereira

RESUMO

A atividade turística possui potencial desenvolvimento e um papel considerável no setor econômico em sua abrangência local, regional e nacional, o que estabelece sua característica enquanto atividade presente na globalização. A cada ano surgem novos destinos turísticos e outros precisam se reinventar, o que destaca uma importante característica da atividade: a dinamicidade que precisa acompanhar tendências e demandas existentes. O presente texto possui como principal metodologia uma revisão teórica e tem como objetivo geral apresentar e caracterizar os agentes de integração que compõem a cadeia produtiva do turismo no processo de desenvolvimento local e regional (instituições de pesquisa, agentes públicos, agentes privados e comunidade local), sua funcionalidade individual e sinergia criada quando a integração é estabelecida. A leitura propõe também uma reflexão sobre a intensificação das relações de cooperação entre agentes no sentido de superar os fenômenos existentes em locais turísticos e a importância da criação de redes locais que promovam estratégias concertadas de desenvolvimento entre pessoas e territórios com interesses comuns.

Palavras-chave: Governança, Agentes de desenvolvimento, Turismo.

INTEGRATION BETWEEN LOCAL AND REGIONAL AGENTS AND TOURISM DEVELOPMENT

ABSTRACT

The tourist activity has potential for development and a considerable role in the economic sector in its local, regional and national scope, which establishes its characteristic as an activity present in globalization. Each year new tourist destinations emerge, and others need to reinvent themselves, which highlights an important characteristic of the activity: the dynamism that needs to keep up with existing trends and demands. The present text has as main methodology a theoretical review and its general objective is to present and characterize the integration agents that make up the tourism production chain in the local and regional development process (research institutions, public agents, private agents and the local community), its individual functionality and synergy created when integration is established. The reading also proposes a reflection on the intensification of cooperation relations between agents in order to overcome the phenomena existing in tourist places and the importance of creating local networks that promote concerted development strategies between people and territories with common interests.

Keywords: Governance, Development agents, Tourism.

1 INTRODUÇÃO

Férias, lazer, tempo livre, estrada, vouchers, hospedagem, eventos e tantas outras palavras nos vêm à mente quando pensamos nos significados que o conceito de Turismo carrega consigo, e que em termos, pode ser definido como “o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um

período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO- OMT 2003, p.18).

Todavia, o conceito também abrange outros elementos como a transformação de espaços, valorização da cultura, geração de divisas, empregos e tantas outras possibilidades. Como toda atividade que possui como consequência o fluxo de pessoas para o uso e consumo de determinado espaço, não se pode ignorar que ela traz consigo impactos.

As influências de ordem positiva podem ser utilizadas como justificativa para o desenvolvimento local do turismo, já os impactos negativos podem proporcionar descontentamento da população. Geração de renda, oportunidades de trabalho e novos negócios, investimentos em infraestrutura, educação ambiental, e o fomento de um turismo pedagógico contrastam com especulação imobiliária, afastamento dos autóctones do centro urbano, problemas com abastecimento de água e energia na alta temporada, alta nos preços no comércio local, poluição ambiental e sonora, exploração sexual e tráfico de produtos ilícitos, dentre outros.

Quando se cria uma discussão em torno de elementos ligados ao desenvolvimento da atividade turística torna-se necessário um levantamento minucioso sobre a real contribuição da atividade ao espaço em que se faz presente. Não se pode definir padrões gerais diante das especificidades de cada localidade e segmento turístico. Existem tipologias e localidades diferentes e para isso o olhar do gestor precisa estar de fato afinado com as necessidades locais, para que haja desenvolvimento de forma ampla e que contemple todos os agentes envolvidos.

O turismo movimenta direta e indiretamente a economia local, nacional e/ou internacional. No Brasil foi responsável pela injeção de US\$ 163 bilhões no ano de 2017, o que equivale a 7,9% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, a contribuição do turismo para o PIB nacional pode alcançar 8,2% em 2028 (*WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL - WTTC*, 2017). Existe uma diversidade de setores impactados pela atividade, principalmente na geração de postos de trabalho, tais como, agências de viagens, hospedagem, operadoras turísticas, transportes, alimentos e bebidas, entretenimento, etc. articulando a iniciativa privada com a atuação do poder público.

O estudo econômico elaborado pela *Oxford Economic* para o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), principal consultoria independente do setor no mundo, analisou 185 países de 25 regiões do mundo e apresentou dados significativos sobre a atividade para a economia global. O estudo apontou um crescimento de 4,6% comparado aos anos anteriores à pesquisa realizada em 2017, e foi responsável pela criação de 7 milhões de empregos.

Para compreender a dinâmica existente em áreas onde a atividade turística está presente,

é preciso refletir as diversidades relacionadas às suas práticas, que envolve diretamente as relações entre o espaço e seus agentes, o turismo necessita de um olhar amplo e ao mesmo tempo específico diante de sua diversidade de segmentos e possíveis impactos associados.

A problemática se refere ao fato de que ao passo que novos destinos turísticos surgem, o processo de planejamento nem sempre conta com a participação e integração dos agentes que diretamente estão ligados a atividade, como por exemplo, a comunidade local organizada e instituições de pesquisa, o que pode ser um fator que contribuí para um desenvolvimento que não é efetivo em sua totalidade.

O presente artigo tem como objetivo geral apresentar e caracterizar os agentes de integração que compõem a cadeia produtiva do turismo no processo de desenvolvimento local e regional atividade turística. Como objetivos específicos, temos: a apresentação de cada um dos agentes, sendo estes: instituições de pesquisa, agentes públicos, agentes privados e comunidade local; e suas características e forma de atuação no turismo; observar a importância do planejamento integrado no processo de governança do turismo e compreender a atividade no contexto global e seus fatores de desenvolvimento local/regional.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançarmos os objetivos traçados foram adotados como procedimentos metodológicos a revisão bibliográfica de materiais sobre temas turismo, agentes de desenvolvimento local e regional e globalização. O objetivo foi de compreender melhor quais são os aspectos relevantes da discussão proposta. Também foram analisados dados de fontes secundárias.

De acordo com Zanella (2013 p.36), a pesquisa bibliográfica se baseia exclusivamente de fontes bibliográficas que permitem ao pesquisador uma cobertura mais ampla do que se fosse pesquisar diretamente. As fontes consultadas foram livros, artigos acadêmicos disponibilizados de forma on-line e informações oficiais disponibilizadas pelo Ministério do Turismo.

Trujillo Ferrari (1982, p. 171) enfatiza que a pesquisa pode contribuir teoricamente com novos fatos para o planejamento de novas pesquisas ou mesmo para a compreensão teórica de certos setores do conhecimento. Neste artigo, as bibliografias proporcionaram reflexões sobre as relações pertinentes entre o turismo e os agentes, muitas vezes escassas na prática.

A pesquisa científica aplicada tem como finalidade gerar soluções aos fenômenos inerentes aos humanos, entender como lidar com um problema. (ZANELLA, 2013 p.34). A contribuição teórica deste artigo pretende possibilitar uma base para que novas pesquisas se desenvolvam e auxiliar na compreensão de fenômenos existentes no processo de planejamento

e governança do turismo.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 A dinamicidade do turismo: tipologias e integração entre os agentes

A cada ano surgem novos destinos turísticos e outros precisam se reinventar, o que destaca uma importante característica presente: a dinamicidade em acompanhar tendências e demandas existentes, o que torna o acesso à informação uma ferramenta necessária.

O processo de planejamento turístico inclui etapas compostas por análises que podem contemplar desde a capacidade de carga da atividade no meio natural ao envolvimento e identificação da comunidade autóctone; do desenvolvimento local e regional, público alvo, turista em potencial, até a valoração da cultura territorial, ou seja, enaltecer o conjunto de crenças, conhecimentos, tradições e costumes locais, pois esses elementos fazem parte do seu patrimônio cultural.

O patrimônio cultural depende de políticas públicas, além de marketing e mídias que incentivem a prática do turismo em locais históricos. O conceito transcende a simples análise do patrimônio ensimesmado em questões corriqueiras sobre preservação e tombamento. Importante também é a imagem que os turistas perceberão e consumirão, e as estruturas disponíveis para atender as demandas desse público, além dos moradores locais e entorno (RIBEIRO, 2010).

É de suma importância considerar a participação comunitária junto ao setor privado (trade), setor público e instituições de ensino com competências e habilidades que possam contribuir em estudos e pesquisas referentes ao turismo e suas práticas. Programas de estágio e outras parcerias firmadas com tais entidades são benéficos para as partes envolvidas, pois, promovem a troca entre técnicas e conhecimentos, teorias e práticas.

O desenvolvimento local precisa ter uma visão integrada dos fenômenos presentes em determinado território e ter como objetivo a melhoria das condições de vida da população e ter a perspectiva que privilegia o “olhar comunitário” (CHEVITARESE; MATTOS, 2003, p. 78 apud CASTRO; CRUZ; GUZMÁN, 2010, p. 23). Diante desta afirmação, Beni (2003), define que este tipo de desenvolvimento precisa ter como base:

A valorização dos recursos localmente disponíveis, o reforço das capacidades das pessoas residentes, a capacidade de atratividade do local em relação a pessoas de outros locais e culturas, a intensificação das relações de cooperação entre agentes, no sentido de superar os problemas existentes. A criação de estratégias de ação, em que a participação das populações permite alterações das condições de vida, nos domínios considerados por estas fundamentais e a criação de redes locais que promovam

estratégias concertadas de desenvolvimento entre pessoas e territórios com interesses comuns (BENI, 2003).

Cabe lembrar que a atividade evolui uma série de agentes com o objetivo de contribuir com seu desenvolvimento amplo, o que fortalece o princípio do planejamento colaborativo. Sendo assim, a união entre poder público, poder privado, moradores locais e instituições de ensino e pesquisa é primordial para que os resultados sejam satisfatórios para todos, mas principalmente para a comunidade local, que passa a ter seu espaço visitado e sua cultura compartilhada.

Outro fator que desempenha um importante papel no processo de desenvolvimento do turismo local/regional são os aspectos sociais e culturais presentes que alguns autores destacam como "ativos relacionais" e "interdependência não comercializáveis" (STORPER 1995/1997 apud DINIZ; SANTOS; CROCCO, 2006 p.88), "tradições no desenvolvimento diferenciado, também identificado como capital social" (PUTNAM 1993 apud DINIZ; SANTOS; CROCCO, 2006 p.88), o que fortalece o princípio apresentado por Thrift (1994 apud DINIZ; SANTOS; CROCCO, 2006 p.88) de que a vida econômica local depende das relações cognitivas entre as instituições.

De acordo com Diniz, Santos e Crocco (2006 p. 102), em situações em que há cooperação entre os agentes se permite a troca e o desenvolvimento de ideias e o conhecimento passa a ser compartilhado em uma tentativa coletiva de melhorar a qualidade de produtos e processos. Os agentes ligados à atividade turística, neste caso, assumem um papel ímpar no progresso das localidades e compõem um quadro que se complementa.

3.2 Os agentes de desenvolvimento do turismo

3.2.1 Instituições de Pesquisa

É necessário considerar a importância do desenvolvimento de estudos e pesquisas científicas durante o processo de planejamento turístico, pois, só a partir de estudos científicos deixa-se a fase de improvisação e de repetitividade, seguindo para a fase de aplicação e utilização de estudos com base científica (REJOWSKI, 1998).

Para a autora, a necessidade de divulgar a aplicabilidade e a pertinência dos resultados de pesquisa apresentam seus benefícios, bem como o da parceria pesquisador/empresário para o desenvolvimento e planejamento estratégico do turismo. Torna-se imprescindível, propalar e repercutir os dados e elucidações apuradas, inclusive como formato de agradecimento e retorno aos envolvidos e à sociedade, os quocientes das pesquisas e trabalho de campo (REJOWSKI, 1998).

Santos (1997), discorre a respeito de um ambiente construído, repleto de técnica, ciência e informação. E na medida em que aumenta o aparecimento desses elementos no espaço urbano, a cidade torna-se cada vez mais um meio técnico-científico-informacional. De acordo com o autor “o meio ambiente produzido se diferencia pela carga maior ou menor de ciência, tecnologia e informação, segundo regiões e lugares: o artifício tende a se sobrepor e substituir a natureza” (SANTOS 1997).

Essa nova lógica do desenvolvimento e planejamento do ambiente turístico também impõe uma nova forma de entendimento das diferenciações regionais, em que a partir disso a região torna-se novamente objeto de estudo das desigualdades sociais, provocadas por essa diferenciação de desenvolvimento tecnológico.

Panosso Netto (2010) considera que existem três distintas visões sobre o turismo: a visão leiga, a visão empresarial e a visão acadêmico-científica.

A visão leiga entende o turismo como descanso, férias, viagem etc. A visão empresarial considera as oportunidades de renda e lucros financeiros advindos da geração de produtos e serviços oferecidos ao viajante.

A visão acadêmico-científica entende que o turismo está relacionado com possibilidade de inclusão social; desenvolvimento de ações para minimizar seus impactos negativos e maximizar os positivos; coleta de dados qualitativos e quantitativos; produção de conhecimentos críticos na busca de sua melhor compreensão; implantação de políticas públicas de turismo; estudos interdisciplinares que envolvam a sociedade em todos os seus aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais e ambientais na busca de resolução de algum problema causado pelas viagens; análise e previsão de tendências de desenvolvimento do turismo (PANOSSO NETTO, 2010, p. 17).

A participação efetiva de instituições de ensino e pesquisa fortalece a proposta prevista pelo desenvolvimento integral da localidade, pois através desse agente é que estudos, pesquisas e todas as questões técnicas da atividade podem ser estabelecidos. Referente ao turismo, muitas podem ser as contribuições: processo de análise da aceitação e sensibilização da comunidade local, estudos de viabilidade, pesquisas de demanda e capacidade de carga, capacitações técnicas coletivas, elaboração de projetos para participação em editais que disponibilizam verbas para o desenvolvimento da atividade, pesquisa de satisfação, além do desenvolvimento de pesquisas voltadas a inovação dos processos de gestão e governança.

A presença de acadêmicos no setor público e privado desenvolvendo pesquisas sobre o turismo no local pode fortalecer o processo de desenvolvimento da atividade no município, desta forma, as contribuições científicas para o funcionamento da engrenagem proporcionam

equidade nos resultados.

A diversidade presente no turismo estabelece necessidades de diversas ordens, e desta forma as contribuições feitas pelas universidades não serão necessariamente relacionadas ao turismo, mas também à geografia, administração, arquitetura e urbanismo, educação, entre outras.

3.2.2 Agentes públicos

Responsáveis pelos trâmites referentes a legislações específicas que ordenam o turismo, os agentes públicos possuem um importante papel na efetivação de qualquer atividade desenvolvida na esfera federal, estadual e municipal. A presença dos agentes públicos precisa estabelecer um elo entre todos os demais agentes da engrenagem proposta pelo planejamento, pois as leis fundamentam e norteiam o que poderá ser feito e principalmente quais verbas serão destinadas e como acessá-las.

O planejamento político para o turismo precisa estar presente nas agendas de todas as localidades que pretendem ou possuem a atividade, desta forma Chevitarese e Mattos (2003) destacam a importância do planejamento político para que o turismo seja fonte de desenvolvimento local. Segundo os autores, existe a necessidade de uma formulação da concepção política, a partir da qual seja possível trabalhar o turismo com visão estratégica, compreendendo-o como instrumento de desenvolvimento local, através de um processo de engajamento e participação comunitária.

No âmbito internacional a Organização Mundial de Turismo (OMT), agência especializada das Nações Unidas é a principal organização internacional no campo do turismo, destinada a promovê-lo e desenvolvê-lo, principalmente em países subdesenvolvidos em que há potencialidade para a atividade. A OMT foi criada em 1975 e possui como principais atribuições regulamentar o turismo em todo o mundo, principalmente no que refere a questões ligadas à ética e desenvolvimento integral da localidade.

Na esfera Nacional o Brasil possui como órgão responsável o Ministério do Turismo (MTUR), que objetiva desenvolver o turismo como atividade econômica sustentável em geração de empregos e divisas, proporcionando inclusão social em todo o território brasileiro. Criado como pasta autônoma por meio da Medida Provisória nº 103, de 1 de janeiro de 2003, é responsável pelas principais leis de incentivo aos destinos turísticos, capacitação de profissionais do setor e na divulgação dos destinos brasileiros no âmbito nacional e internacional. Uma das principais atuações foi no processo de regionalização do turismo com a criação de políticas públicas e projetos que difundissem o fortalecimento do turismo com o

objetivo de desenvolver a região.

A importância dada ao turismo como vetor do desenvolvimento, no contexto regional, nacional e internacional, motiva o Estado brasileiro a investir na estruturação da atividade turística no país (BARBOSA - CARACAS, 2011).

A nível estadual, a presença atuante da Secretaria Estadual de Turismo visa fortalecer as potencialidades locais e regionais referentes ao estado em que atua, e principalmente, estabelecer políticas estaduais específicas para o desenvolvimento do turismo. No estado de São Paulo, uma das principais políticas de fortalecimento do turismo regional e local é a classificação dos destinos como Município de Interesse Turístico (MIT) e Estâncias.

No que diz respeito aos agentes públicos municipais a atuação das Secretarias Municipais de Turismo (SETUR) são fundamentais para o desenvolvimento local, principalmente na coordenação das ações de manutenção dos equipamentos, oferecimentos de serviços básicos de qualidade, capacitação profissional e criação de políticas e leis municipais que viabilizem o turismo e o progresso local.

No Estado de São Paulo, a SETUR tem um papel importante na conquista do reconhecimento como MIT ou Estância, juntamente com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) visto que formulam documentos, leis e projetos necessários para a classificação do local e conseqüentemente o recebimento de verbas estaduais.

O COMTUR é um órgão consultivo e de assessoramento do Poder Executivo Municipal, que tem por objetivo opinar, sugerir, indicar e propor medidas que tenham por finalidade o desenvolvimento da atividade turística no Município. Seu papel possui extrema relevância, pois sua composição é feita por diversos agentes ligados direta ou indiretamente ao turismo (população local, instituições de ensino superior, comércio local, rede hoteleira, setor de alimentação, transporte, prefeitura municipal, entre outros) sendo, portanto, um órgão independente que possibilita a integração e participação de todos os interessados no processo de planejamento e execução do turismo na localidade.

3.2.3 Agentes privados

Como toda atividade que possui como foco a comercialização de um produto, o turismo também está cercado de agentes importantes responsáveis pelos serviços oferecidos. Diferente de qualquer outro que produz e envia seus produtos até seus consumidores, o turismo tem como foco atrair seu público até o local.

Neste processo de melhorar a qualidade dos serviços, dinamizar e gerar empregos aos moradores locais, surge os agentes privados. São empresas ligadas diretamente ou

indiretamente a atividade turística e que contribuem para a sua efetivação: hotéis, bares e restaurantes, transporte, mercados, farmácias, postos de combustíveis, lojas de presentes e agências de viagens, ou seja, o comércio de forma geral.

A participação dos agentes privados na engrenagem do turismo local precisa ser atuante, pois sem o envolvimento de cada um deles a atividade fica totalmente comprometida. O fortalecimento desses agentes enquanto grupo interessado no desenvolvimento do turismo possibilitará o crescimento de sua própria atividade e com isso, emprego e renda podem ser gerados e permanecem na região. Identicamente, é importante destacar o papel das associações comerciais e dos *Convention & Visitors Bureau (C&VB)*.

As associações comerciais baseiam-se na captação de eventos, na promoção do destino, capacitação e representação institucional pública e privada, ao passo que as associações setoriais defendem os interesses relacionados aos seus negócios específicos e os CVBs, visando o interesse multissetorial, atuam em formato mercadológico.

O principal setor em que os CVBs atuam é o mercado associativo, no qual congressos e eventos são decididos por um comitê em qual local será realizado sua próxima edição. Um grupo de pessoas decide a vinda de milhares de pessoas para um destino, e os profissionais de CVBs que atuam na prospecção de eventos e no relacionamento com seus associados, possuem uma capacidade técnica e conhecimento para apresentar desde a infraestrutura de um destino, como todo seu potencial para exponenciar a experiência do visitante no período do encontro (BRASILTURIS, 2018).

Toni Sando, presidente do “Visite São Paulo” destaca que “incrementar a economia local, por meio da captação e apoio a eventos nacionais e internacionais, é a receita para aumentar o fluxo de visitantes de um destino” (BRASILTURIS, 2018).

3.2.4 Comunidade local

Dentre todos os envolvidos na cadeia produtiva do turismo, um dos mais importantes é a comunidade local, pois são os anfitriões e diferente do que muitos pensam, sua importância não está pautada somente no bem receber, na hospitalidade, mas sim na aceitação da atividade, no reconhecimento e na participação direta no processo de planejamento.

A participação da comunidade possibilita clareza nas decisões e as possibilidades do desenvolvimento ser integral aumentam, pois se espera que a comunidade tenha como premissa a defesa de questões referentes ligadas a sustentabilidade local.

Cruz (2000, p.63) afirma que “a comunidade, inicialmente, expressa uma ideia acolhedora, confortável, na qual pessoas que vivem numa área compartilham um senso de propósito e identidade, ela sugere estabilidade e consenso”. Compartilhar propósitos para o bem comunitário pode ser uma das principais características de comunidades que se organizam e são

participativas no processo de planejamento turístico.

A informação passa a ser a principal ferramenta para a sensibilização da comunidade sobre sua atuação na gestão do turismo, conhecer os objetivos e princípios da atividade e as possibilidades de desenvolvimento, bem como os possíveis impactos, são fatores de extrema importância nos quais os moradores locais precisam ter acesso.

A criação de associações e a participação nos conselhos municipais são formas de atuação direta na gestão municipal do turismo, pois possibilita a troca de informações, o conhecimento aprofundado, o acompanhamento das ações propostas e realizadas pelo setor público e permite opinar sobre as principais necessidades da localidade.

Com a participação direta da comunidade na organização do turismo é que os valores comunitários são destacados. De acordo com Barbosa – Caracas (2011), o sentimento de pertença dos moradores locais é construído mediante a valorização dos interesses endógenos e afirmação das identidades territoriais, sendo esses, também, alguns dos atrativos turísticos, socialmente construídos e simbolicamente representados. (BARBOSA – CARACAS, 2011, p.47).

A comunidade local é detentora da cultura, da história e do espaço onde o turismo se faz presente. Quando os gestores priorizam sua participação integral no processo de planejamento, eles permitem que os “donos da casa” sejam atuantes, respeitados e beneficiados com a atividade.

Uma proposta de atuação integral dos moradores em localidades onde o turismo é desenvolvido, são os Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário (APLTC) uma adaptação do conceito de Arranjos Produtivos Locais (APLs) criado na década de 1970 na Itália, como atividade empresarial para recuperar-se das crises capitalistas industriais e alternativas às formas produtivas da economia clássica.

A implantação e consolidação de APLs em sua essência destaca a necessidade de alguns elementos: capital social, dimensão territorial, diversidade de atores, conhecimento tácito, inovação, aprendizado, cooperação, governança, organização produtiva, articulação político-institucional, estratégia de mercado. No que tange a atividade discutida por este artigo, as APLs do Turismo Comunitário são:

Atividades produtivas locais derivadas de fatores naturais e históricos, concentrando no mesmo território micro e pequenas empresa de subsistência (setor informal) com base familiar, baixa competência técnica comercial e gerencial produzindo atividades terciárias para a cadeia produtiva do turismo (CORIOLANO, 2009).

O Capital Social é formado pela confiança compartilhada entre pessoas, inclui hábitos,

normas, valores, instituições formais e informais, que regem interações entre indivíduos na comunidade (sociedade) e promove níveis de confiança, interação e aprendizado em um grupo social. Destacam-se também os saberes adquiridos no cotidiano, implícitos nas pessoas, com marcas da identidade territorial, da cultura, da sociedade e das experiências laborais.

A comunidade é o esteio do APL de Base Comunitária e a cooperação se obtém com o trabalho realizado em grupo ou em comum, com relações de confiança mútua e coordenação. Ocorre por meio de intercâmbios sistematizados de informações, integração de competências em projetos comuns.

Inovação, aprendizado: são ferramentas para a transmissão de conhecimentos e ampliação da capacitação produtiva e inovadora que possibilita a introdução de novos conhecimentos, processos produtivos, formatos organizacionais que na proposta de APLTC estão aliados ao conhecimento tácito.

O turismo como uma atividade integrada aos demais setores econômicos possui grande capacidade de promover e agregar APLs como os de artesanato, agricultura, produtos regionais, confecções, comidas típicas, tudo que pode estimular a visitação na localidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não há como negar que o turismo se tornou uma prática de consumo intensamente divulgada, segundo Bauman (1998), um sintoma exemplar dos novos arranjos sociais da "pós-modernidade". A velocidade com que destinos surgem e são divulgados, a troca de experiências entre os gestores, a facilidade de acesso ao turista, e políticas públicas que possibilitam subsídios, são características de uma atividade globalizada.

O turismo quando realizado de forma sustentável, torna-se um fator importante para minimizar impactos ambientais, sociais e econômicos, proporcionando desenvolvimento, qualidade de vida, inclusão social e proteção ao meio ambiente. No entanto, a integração entre os agentes que compõe processo é o principal elemento para que se alcance o desenvolvimento, pois cada agente cumpre seu papel de forma individual e estabelece padrões e trocas coletivas.

Comunidade local, instituições de ensino e pesquisa, poder público e privado são peças fundamentais para gestão democrática de uma atividade como o turismo, pois serão responsáveis em estabelecer padrões que permitirão o uso de determinado espaço sem que haja maiores impactos e desta forma, serão beneficiados comunidade local, comércio e visitantes. Muitas comunidades têm visto no turismo receptivo uma opção de melhoria de suas condições de vida.

Diante do exposto, a proposta discutida por este artigo discorre por questões que

envolvem os impactos decorrentes da atividade turística nas localidades e de que forma o processo de planejamento integrado entre os agentes pode ser fundamental para que se alcance o patamar de desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

BARBOSA-CARACAS, Luciana Maciel. **Rede de Territórios Solidários e Turismo de Base Local no Ceará-Brasil**. In: Encontro de Geógrafos da América Latina, 2011, San José. XIII Encontro de Geógrafos da América Latina, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. 1998. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BENI, Mário Carlos. **Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.

BRASILTURIS Jornal. **O papel de um Convention & Visitors Bureau no Brasil**. Disponível em: <[http:// https://brasilturis.com.br/o-papel-de-um-convention-visitors-bureau-no-brasil/](http://https://brasilturis.com.br/o-papel-de-um-convention-visitors-bureau-no-brasil/)>. Acesso em 08 de mar. 2013.

CASTRO, L. L. C.; CRUZ, G.; GUZMÁN, S. J. M. **Uma abordagem teórica da aplicação do Balance Scorecard como ferramenta de gestão de destinos turísticos de base comunitária**. Revista de Cultura e Turismo, 2011, vol. 5.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança**. Coriolano. Fortaleza. EdUECE, 2009.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DINIZ, C.C.; SANTOS, F.; CROCCO, M.A. **Conhecimento, inovação e desenvolvimento regional/local**. In: DINIZ, C.C.; CROCCO, M.A. **Economia regional urbana: contribuições teóricas recentes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p.87- 122.

MTUR - Ministério do Turismo; Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC). **Estudo econômico sobre o turismo no mundo**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us\\$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html)>. Acesso em: 20 de z.2018.

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. Traduzido por Roberto Cataldo Costa. 2.ed. Porto Alegre; Bookmann, 2003. Tradução de: International Tourism: A Global Perspective

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

REJOWSKI, Míriam. **Realidade versus necessidade da pesquisa turística no Brasil**. Turismo em Análise. São Paulo: ECA/USP, v.9, n.1, 1998.

RIBEIRO, M. **Olhares sobre o patrimônio cultural**. 1. ed. Porto Alegre: Zouk. 2010.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo – globalização e meio técnico científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SECRETARIA ESTADUAL DE TURISMO DE SÃO PAULO. **Guia dos Criação e Fortalecimentos dos Conselhos Municipais de Turismo**. Disponível em: <http://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia_tour.php?cod_menu=100>. Acesso em 25 de mai. 2018.

TRUJILLO FERRARI, Alonso. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**. – 2. ed. reimp. – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/ UFSC, 2013.