

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO ACADÊMICO EM TURISMO

O TERCEIRO SETOR NO TURISMO:
O CASO DA CÂMARA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL
(BRASIL)

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo.

Autor:

Luis Gustavo Patrucco

Orientadora:

Professora Dra. Margarita Nilda Barretto Angeli

Caxias do Sul

2005

**O TERCEIRO SETOR NO TURISMO:
O CASO DA CÂMARA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL
(BRASIL)**

Luis Gustavo Patrucco

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Margarita Nilda Barretto Angeli (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

DEDICATORIA

Dedico este trabalho à Elizete, minha esposa,
pela sua paciência e companhia incondicional,
à Julia e Ana, minhas filhas
pela alegria e orgulho que significam,
à Dra. Aida Chernicoff de Patrucco, minha mãe
pelo seu exemplo de vida, trabalho e ética,
e aos meus alunos de ontem e de amanhã
pela motivação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos membros do *trade* turístico e da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, especialmente ao ex-presidente Dr. Norton Luiz Lenhart pela amizade e ao Dr. Loris Isatto (in memoriam) pelo exemplo de profissionalismo.

Ao empresário José Torrano Coelho companheiro de mais de uma década de diretoria da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul pela sua dedicação.

Agradeço especialmente à minha orientadora Professora Dra. Margarita Nilda Barretto Angeli, pela sua ajuda, pelo seu incentivo, pela sua preocupação, pelo direcionamento e suas exigências.

A todos os professores do Curso de Mestrado em Turismo, que de alguma forma estão presentes e contemplados neste estudo, através de suas contribuições. Agradeço a Prof^a. Me. Norma Martini Moesch, pelo seu exemplo e apoio.

A Prof^a. Me. Luciane Bradacz e a Prof^a. Me. Franciane Diaz, amigas de todas as horas, que contribuíram com seu coleguismo.

Agradeço, com carinho, a todos os colegas da Turma III do mestrado.

E agradeço especialmente aos amigos, Prof. Eduardo Faraco, Prof. Me. Gilberto Bonatto e Prof. Me. Jose Carlos Volkmer por seu coleguismo.

EPÍGRAFE

Teu milho está maduro hoje; o meu estará amanhã.

É vantajoso para nós dois que eu te ajude a colhê-lo hoje e que tu me ajudes amanhã.

Não tenho amizade por ti e sei que também não tens por mim.

Portanto não farei nenhum esforço em teu favor; e sei que se eu te ajudar esperando alguma retribuição, certamente me decepcionarei, pois não poderei contar com tua gratidão.

Então deixo de ajudar-te e tu me pagas na mesma moeda.

As estações mudam; e nós dois perdemos nossas colheitas por falta de confiança mútua.

David Hume, 1740.

RESUMO

Este trabalho caracteriza-se por ser um estudo qualitativo que busca verificar como surgiu, se consolidou e qual o aporte da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul ao desenvolvimento do turismo no estado e os desafios que enfrenta como pioneira das organizações do terceiro setor no turismo no Brasil.

A partir deste estudo pretende-se evidenciar o papel que as organizações do terceiro setor poderão vir a desempenhar no desenvolvimento da atividade no Brasil e quais poderão ser os desafios que enfrentarão ao ocupar esse novo espaço em um ambiente tradicionalmente compartilhado pelo poder público e a iniciativa privada.

PALAVRAS-CHAVES: terceiro setor, planejamento do turismo, desenvolvimento, políticas públicas, iniciativa privada, câmaras de turismo.

Negócios

ABSTRACT

This work is a qualitative study that attempts to analyze the emergence, development and contributions of the Chamber of Tourism of Rio Grande do Sul to the development of tourism in this State. It also looks into the challenges it faces as a pioneer of third sector organizations in the tourism of Brazil.

Taking this study as an initial stage, the objective is to pinpoint the role that third sector organizations may play in the development of the touristic activity in Brazil and identify the challenges they might face when operating in this new environment, traditionally shared by public and private sectors.

KEY WORDS: *third sector, tourism planning, development, public policies, private sector, chambers of tourism.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 - REFERENCIAL TEÓRICO	17
1.1 Atividade Turística	17
1.2 O Planejamento do Turismo	26
1.3 O Papel do Setor Público e do Setor Privado	30
1.4 O Desenvolvimento de Produtos Turísticos	35
CAPÍTULO 2 - O TERCEIRO SETOR	38
2.1 As Mudanças nas Organizações Sociais	38
2.2 O Terceiro Setor	42
2.3 O terceiro Setor e o Turismo no Mundo e no Brasil	47
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA DE PESQUISA	55
3.1 Etapas do Processo Investigatório	57
3.2 Observação Participante	60
3.3 Detalhamento das fases do Estudo	63
3.3.1 Seleção dos Participantes	64
3.3.2 Fundamentos Teóricos na Utilização dos instrumentos de coleta de informações	68
3.3.3 Síntese da Coleta de Informações	73
CAPÍTULO 4 - A CÂMARA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL	74
4.1 Cronologia da Atividade Turística no Rio Grande do Sul	74
4.2 A Fundação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul	77
4.3 Relação de Ex-Presidentes de Entidades	80
4.4 Atuação da Câmara	82
4.4.1 Atividades Nacionais de Representação	82
4.4.2 Atividades Internacionais de Representação	84
4.5 A Câmara de Turismo e o Desenvolvimento do Setor	85
4.6 Missões Comerciais e Participação em Feiras	89
4.7 Eventos da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul	93
4.8 Análise	94
CAPÍTULO 5 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DO RESULTADO DA PESQUISA	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS	120

Bibliografia Referenciada	122
Bibliografia Consultada	126
ANEXOS	128
Modelo Questionário Associações	129
Modelo Questionário Poder Público	130
Folhetos	130
Clipagem	130
Fotografias	130

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Área de atuação das ONG no Brasil	47
Quadro 2 – Fases do Processo de Investigação	57
Quadro 3 – De entrevistas realizadas na Câmara de Turismo	71
Quadro 4 – Documentos Consultados	72
Quadro 5 - Síntese da Coleta de Informações	73
Quadro 6 – Missões Comerciais e Participação em Feiras	90

INTRODUÇÃO

O turismo, como atividade, se caracteriza pela sua transversalidade aos três grandes setores da economia, já que dele se beneficiam de diversas formas as atividades primárias, secundárias e terciárias.

O setor turístico se torna muito frágil e vulnerável a fatores externos que afetam a qualquer destas atividades, tal como ficou provado, por exemplo, no ano 2001 com as epidemias na Europa (“vaca louca” e aftosa), com os conflitos armados no Oriente Médio, culminando com os atentados na cidade de Nova York em 11 de setembro, as crises da Argentina e Venezuela que provocaram uma queda de 0,6% no desempenho da atividade em nível mundial¹.

Estes fatores fazem com que a incumbência de desenvolver produtos e destinos turísticos assim como administrá-los, deixe de ser uma atividade exclusiva de um ou outro setor da sociedade isoladamente, seja setor público, setor privado ou comunidade e passe a ser responsabilidade de entidades que possam dar respostas na velocidade que as circunstâncias demandem e, ao mesmo tempo, gerar o necessário consenso.

A complexidade e a diversidade do turismo exige a participação de muitos atores que compartilhem as responsabilidades de planejar, desenvolver, organizar, comercializar, operar e acompanhar o desempenho de um destino turístico.

¹ Barômetro OMT del Turismo Mundial – Vol-1 Num. 1 – Junho de 2003 – em <http://www.world-tourism.org/espanol/index.htm> - acessado em 23/01/2005

Através da trajetória histórica da atividade turística se pode observar uma progressiva mudança das responsabilidades assumidas pelos setores público, privado e sociedade, para com o seu desenvolvimento.

Na década de 60, na maioria dos países, os governos assumiam o papel de pioneiros nos investimentos da atividade turística, principalmente nas questões de infra-estrutura básica. Em muitos casos os governos não somente realizavam estes investimentos no turismo como também se encarregavam do seu gerenciamento, ocupando-se de atividades como hotelaria, operadoras turísticas e transportadoras. Como exemplo pode-se citar a Espanha que desenvolveu uma rede de “paradouros”². Posteriormente a iniciativa privada foi tendo mais interesse no turismo resultando numa explosão de ofertas de hotelaria, de operadoras e agências de viagens, chegando em certos lugares a ter um excesso de capacidade.

Isto provocou nos governos a necessidade de assumir seu papel para intervir com a legislação e regulamentações próprias para o setor turístico, através de um sistema de classificação hoteleira e controle de preços.

Atualmente a maioria dos governos está abrindo mão de seu papel principal nos interesses e necessidades referentes à infra-estrutura e serviços turísticos, ficando com a responsabilidade da promoção institucional do destino, da legislação e regulamentação das atividades relacionadas ao setor.

² Paradouros – Rede de Alojamento criada em 1928 para hospedar os excursionistas e melhorasse a imagem internacional da Espanha. Normalmente foram instalados próximos de monumentos vinculados ao patrimônio histórico e cultural da Espanha, como castelos, palácios e conventos, resgatando-os das ruínas e do abandono, possibilitando dessa maneira a restauração e manutenção dos mesmos.

<http://www.parador.es/castellano/conocenos/mirando.jsp> - acessado em 18/06/2005.

³

A competitividade de um destino turístico exige que o setor público, o setor privado e a sociedade assumam uma atitude de cooperação para trabalhar de forma conjunta focalizando: a melhoria da atratividade do destino, a melhoria da eficácia do marketing, a melhoria da produtividade, o controle dos limites ambientais e culturais e a melhoria da gestão de todo o sistema turístico. Para suprir estas necessidades foram criadas instituições denominadas Organizações do Terceiro Setor.

Estas organizações foram bem difundidas em relação ao contexto social e surgem no Brasil, a partir dos anos 70, ligadas a movimentos religiosos, a reivindicações sociais e ambientais suprimindo necessidades das comunidades envolvidas no processo de melhoria da qualidade de vida e em defesa dos interesses comunitários. Sua configuração final para atender as necessidades da atividade turística pode ser descrita como uma Fundação, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, uma Organização Não Governamental - ONG, uma Câmara de Turismo ou um Convention & Visitors Bureau. Todas elas têm em comum o fato de serem organizações sem fins lucrativos, com independência administrativa e gestão mista entre os representantes dos três setores mencionados através de suas associações representativas.

Estas organizações, dentro do marco da atividade turística, não podem ser nem confundidas nem consideradas como organizações filantrópicas e voluntárias. Seu papel é o de uma empresa de alto desempenho, responsável pelo sucesso do destino turístico, expressado pelo incremento no desenvolvimento econômico, na geração de novos empregos, na conservação

do patrimônio natural e cultural da região e pelo grau de satisfação de todos os envolvidos, isto é, a comunidade local e os turistas que a visitam.

No Brasil, o estado do Rio Grande do Sul é pioneiro no desenvolvimento do turismo. Esse pioneirismo se manifesta tanto pelas ações da iniciativa privada como pela criação de instituições representativas do desenvolvimento do turismo como atividade e também pela criação de uma organização do terceiro setor voltada aos interesses da atividade turística; a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, foco de estudo desta pesquisa.

Como todo o projeto de investigação pressupõe responder a algum questionamento, formulou-se um problema que motivou esta pesquisa.

Como surgiu, como se consolidou e qual o aporte ao desenvolvimento do turismo no estado do Rio Grande do Sul? Quais os desafios que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul enfrenta como pioneira das organizações do terceiro setor no turismo?

A partir desse questionamento que serviu como impulsionador deste estudo listaram-se alguns objetivos que passaram a nortear a pesquisa:

a) verificar as motivações iniciais que impulsionaram a criação da Câmara de Turismo, assim como os objetivos daqueles que participaram da sua fundação;

b) verificar os modelos de referência que inspiraram a formatação da Câmara de Turismo do rio Grande do Sul;

c) descrever e analisar as atividades que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul passou a desenvolver desde sua criação, para atender seus objetivos na atividade turística;

d) descrever e analisar elementos que facilitam e que dificultam o desempenho da Câmara de Turismo.

Com a intenção de responder o problema da pesquisa e atingir os objetivos propostos formularam-se as seguintes questões de pesquisa:

- 1 Que razões motivaram a criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?
- 2 Quais os modelos de referência nos quais os fundadores se basearam para a criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?
- 3 Quais os projetos de turismo que tiveram a participação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?
- 4 Como é o relacionamento entre a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e as instituições associadas?
- 5 Como é o relacionamento entre a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e o poder público?

As questões de pesquisa elaboradas a partir do problema inicial, serviram de vetores para estudar a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, por se tratar de uma pesquisa descritiva do tipo estudo de caso e de corte qualitativo. Em decorrência da variada coleta de informações, isto é, com

representantes das instituições associadas, da Câmara de Turismo e do Poder Público, foi possível triangular essas informações e analisá-las de forma abrangente.

O que motivou a escolha deste tema foi a percepção da necessidade de registrar a trajetória da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, aportar material bibliográfico que auxilie na compreensão do papel das organizações do Terceiro Setor no desenvolvimento do turismo e ainda a curiosidade de estudar uma organização que inovou na atuação da atividade turística do Brasil.

O desafio deste trabalho é ser o primeiro documento que sistematiza a história da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul. A busca da documentação que registra sua história e trajetória foi uma tarefa difícil já que não existe um padrão administrativo de registro e arquivo das diversas atividades desenvolvidas desde sua fundação.

Por esta razão optou-se por realizar a reprodução organizada e detalhada de grandes trechos das entrevistas, gravadas, realizadas para ajudar na compreensão deste trabalho e para possíveis pesquisas de terceiros no futuro.

Ao mesmo tempo foi grande a dificuldade de encontrar referências bibliográficas sobre as entidades do terceiro setor relacionadas ao turismo, tanto em idioma português como em outros idiomas.

As estratégias deste estudo poderão ser observadas no capítulo que trata da metodologia da pesquisa.

CAPÍTULO 1 - REFERENCIAL TEÓRICO

O capítulo a seguir pretende estabelecer um referencial sobre a teoria turística e identificar qual tem sido o papel atribuído ao setor público e ao setor privado nessa atividade, além de lançar reflexões sobre o papel destes setores no planejamento e no desenvolvimento de produtos turísticos.

1.1 Atividade Turística

O turismo, quando abordado sob diferentes olhares, aparece como uma atividade com múltiplas relações. A atividade turística tem sido objeto de diversas definições provenientes de distintas correntes de pensamento.

Luis Fernández Fúster, um dos pioneiros da sistematização do conhecimento científico no turismo, define algumas características desta atividade:

Turismo é, de um lado, o conjunto de turistas que cada vez são mais numerosos; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias, intérpretes, etc. que o núcleo deve habilitar para atender às correntes turísticas que o invadem (...). Turismo são as organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infra-estrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda que tem que ser planejadas, executadas e difundidas; a criação de balcões de informação; a criação de escolas para o ensino do turismo (...). Também é Turismo os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras – econômicos, sociais, religiosos, etc. pelo “contágio” dos estrangeiros (...) Turismo também é, paradoxalmente, o efeito que se produz em um núcleo receptor quando se corta a


afluência turística (...) efeitos negativos – sem turistas (FERNÁNDEZ FÚSTER, 1971, p. 32–33).

A definição de Fernández Fúster sintetiza aspectos importantes do ponto de vista dos papéis que cada setor desempenha no turismo, de forma crítica, alertando para aspectos positivos e negativos desta atividade. Apesar desta definição ter sido elaborada há mais de 30 anos, percebe-se a sua vigência.

Do ponto de vista da sociologia, Krippendorf apresenta uma visão crítica da atividade turística, dizendo o que o turismo é:

Uma indústria da diversão e do prazer, em expansão permanente, assume de forma completa a necessidade de lazer e férias. É a indústria das agências de viagens, das empresas de transporte por ar, trilho, estrada e água, dos estabelecimentos de diversões, das empresas de construção, dos construtores de casas de campo e de trailers, dos fabricantes de equipamentos para camping e caravanas, dos escritórios de planificação e consultoria, dos conselheiros econômicos e publicitários, dos arquitetos, dos construtores de teleféricos, dos fabricantes de esqui e de roupas, dos vendedores de *souvenirs*, dos cassinos e parques de diversões, do setor automobilístico, dos bancos, dos seguros, etc. Uma indústria que tem sua dinâmica própria, seus jornais (...) seus congressos, suas feiras especializadas e exposições, tudo organizado em escala nacional e internacional. Todos aspiram a melhores resultados financeiros, a uma parcela maior de mercado.(...) A concorrência é grande, mas a demanda também o é (KRIPPENDORF, 2000, p. 44).

Krippendorf, ao definir o turismo a partir dessa perspectiva, foi um dos primeiros autores em alertar que a atividade turística deve ser tratada sob diversos aspectos incluindo os positivos e os negativos.

Para efeitos deste trabalho é necessário fazer um esclarecimento sobre a conceito ainda denominada  denominação d-a atividade turística como "indústria do turismo" e sua localização a coloca-no setor secundário das atividades econômicas.

A respeito dessa questão Barretto (2003, p. 72) faz um alerta quando diz que o sistema econômico está dividido em três setores: o primário (agricultura, pecuária e extrativismo), o secundário (indústria de transformação) e o terciário (serviços). Diz que o turismo se serve igualmente dos três setores e que o primário contribui com a alimentação, o secundário para a construção e o setor terciário contribui com os serviços de atendimento ao turista, portanto não é exclusivamente uma indústria.

O alerta de Barretto:

Falar em indústria turística é restringir o turismo às atividades relacionadas com a transformação do ambiente e da paisagem. Existe uma indústria vinculada ao turismo assim como aos serviços a ele ligados. Existem, portanto, bens e serviços turísticos. Tanto um como outro exercem na economia um efeito multiplicador, gerando empregos, impostos e originando uma rede de apoio das mais variadas áreas que movimentam recursos materiais e humanos. É por esse efeito multiplicador diversificado que o turismo é visto como um grande investimento. Este aspecto tem sido, amiúde, o único visualizado pelas políticas nacionais de turismo (BARRETTO, 2002, p. 44-45)

Ainda sobre a atividade turística, Barretto diz:

... o turismo passaria a ser entendido como uma prática social e o sistema turístico como uma série ordenada de serviços criados a partir de tal prática; as múltiplas relações que se estabelecem, na prática do turismo, com o sistema turístico e com os lugares visitados constituiriam o fenômeno turístico e os estudos sobre o fenômeno turístico, a turismologia (BARRETTO, 2003, p.16).

Barretto tem se destacado por sua preocupação em definir e contextualizar a atividade turística e também por tratar o estudo do turismo como ciência.

No entanto, poder-se-ia dizer que os autores europeus e norte-americanos quando utilizam a expressão “indústria do turismo” querem se referir às atividades produtivas da sociedade, sua industriabilidade, não exatamente com a intenção de definir uma atividade econômica industrial.

Do ponto de vista acadêmico Beni (2001, p. 38) cita Jafari que segundo ele, traz uma definição holística para o turismo:

É o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sócio-cultural da área receptora (in BENI, 2001, p. 38).

Se analisarmos a definição de Jafari, podemos observar uma semelhança com a definição de Krippendorf (2000, p. 44) no que diz respeito à preocupação de ambos com os impactos positivos e negativos do turismo e para a comunidade receptora. Portanto quando Beni (2001, p. 38) fala na definição holística de Jafari, está se referindo a abrangência com que deve ser tratado o fenômeno turístico.

Beni adota a Teoria Geral dos Sistemas para explicar a atividade turística, seu funcionamento e seu planejamento, esta teoria foi apresentada pela primeira vez em 1925, através dos trabalhos do biólogo Ludwig Von Bertalanffy. Gradativamente outros cientistas foram contribuindo à referida teoria: Kötler, A.J.Lotka, Whitehead, Cannon, Shannon, Langer, Morris, Wiener, Ashby, Boulding, Rapaport, Von Neuman, Morgenstern, entre outros (MOLINA, 2000 pag. 126).

O enfoque científico se caracterizava por reduzir um problema em partes, para então solucioná-los, na idéia de que a soma dessas soluções resolvesse o problema geral. A Teoria Geral dos Sistemas propõe um método holístico que busca organizar a complexidade em função da totalidade, introduzindo o desenvolvimento da multi, inter e transdisciplinaridade.

Beni ([2001](#), p. 46) propõe o “Sistema de Turismo – SISTUR”, que é considerado um sistema aberto, e que organiza o turismo em três grandes conjuntos: o das Relações Ambientais, o da Organização Estrutural e o das Ações Operacionais, cada um deles com suas funções que atuam interagindo no sistema total.

Os componentes do sistema nada mais são do que os subsistemas identificados nos conjuntos das Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Ações Operacionais do Sistur, quais sejam, os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural da superestrutura, da infraestrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, de distribuição e de consumo (BENI, 1998, p.46).

Ascanio (1998, p. 33) também propõe um modelo conceitual para análise do Sistema Turístico composto por três elementos: o ambiente físico e empresarial composto pelas empresas turísticas, o transporte turístico, o alojamento, a gastronomia, a animação, a infra-estrutura turística, a paisagem e os recursos naturais; o ambiente da política turística definida pelo papel do estado através dos órgãos oficiais do turismo e das associações privadas, e o ambiente da comunidade composto pelos turistas e pela comunidade receptiva.

Outros autores também tratam sobre a sistematização do fenômeno turístico, no entanto, elegeram-se o modelo de Beni porque os três conjuntos que

compõem o SISTUR expressam [um contexto que se aproxima brasileira](#) do ambiente onde atua a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, objeto de estudo desta dissertação.

[Beni \(2001, p. 46\)](#) no primeiro conjunto, das relações ambientais, indica que a atividade turística está relacionada a atrativos naturais, culturais ou artificiais e se realizam com a intervenção de uma série de serviços ligados à hospitalidade, transportes, comercialização de produtos e serviços. O conjunto das relações ambientais contém quatro subsistemas: (a) o ecológico, (b) o social, (c) o econômico e (d) o cultural que interagem entre si e se convertem em ações específicas do sistema que influenciam diretamente o conjunto da organização estrutural e o conjunto das ações operacionais.

a) O subsistema ecológico trata das relações entre a atividade turística e os ecossistemas, sua capacidade de carga, dos programas de proteção e conservação da natureza.

b) O subsistema social diz respeito às relações, perigos e vantagens que se estabelecem entre a comunidade local e os turistas.

c) O subsistema econômico monitora as relações de produção, renda, movimentos e flutuações da atividade turística.

d) O subsistema cultural estabelece os vínculos entre o patrimônio cultural e a memória histórica e a atividade turística, assim como trata da preservação e gestão de valor dos elementos que podem ser disponibilizados como atrativo turístico.

O segundo conjunto, o das ações operacionais, ~~propõe como define onde~~ são estabelecidas as relações de mercado entre a oferta turística local e a demanda, objetivando o que produzir, como produzir e para quem produzir. Neste conjunto encontra-se a hospitalidade que pode ser relacionada à atividade dos hotéis e restaurantes sendo esta, uma das partes de maior visibilidade da atividade turística porque uma das principais necessidades dos turistas é ter um lugar para estar e poder se alimentar.

~~A hospedagem, na história da humanidade, registra inúmeros exemplos de locais onde pode ser oferecida, seja através de pousadas, albergues, camping, hotéis entre outros.~~ Atualmente, o setor hoteleiro aparece como uma das atividades mais representativas dos investimentos realizados pelo setor privado na área do turismo. É o que se pode confirmar através do relatório da IHRA (*International Hotel & Restaurant Association -2000*) que diz que o número total de hotéis no mundo era de 301.423 (trezentos e um mil, quatrocentos e vinte e três) unidades, contabilizando mais de 11.000.000 (onze milhões) de UH'S (unidades habitacionais).⁴

O setor hoteleiro além de gerar empregos diretos e indiretos tem a importância de mobilizar grande número de indústrias relacionadas, tanto na sua implantação como na operação. Da implantação participam a indústria de construção civil e toda sua cadeia produtiva, a indústria de móveis, de equipamentos para hotelaria, a indústria eletro-eletrônica, a indústria têxtil e a indústria química entre outras. Da operação participam o setor de alimentos e

⁴ <http://www.hotelsmag.com/archives/2000/10/ihra-congress-london-Multinational-hotel.asp> - Acessado em 7/03/2005.

sua cadeia produtiva, o setor de manutenção, comercialização e representação, publicidade e propaganda entre outros.

O setor da alimentação que também faz parte da hospitalidade movimenta uma cadeia produtiva que inclui tanto as atividades primárias relacionadas à agropecuária, inúmeras atividades secundárias da indústria da alimentação e transformação e a indústria da construção civil de móveis e equipamentos. A gastronomia é sem dúvida um dos principais atrativos turísticos. De acordo com um estudo realizado no Canadá em 2001 pela *Canadian Tourist Commission*, no Fórum Nacional de Turismo e Cozinha, em relatório organizado por Heather McDonald a gastronomia “é a única arte que fala para os cinco sentidos humanos e é a atividade para qual os turistas dedicam maior quantidade de tempo na sua visitação”.⁵

O setor dos transportes é uma das atividades que se destaca no turismo por sua importância. Sem ele não seria possível a existência do turismo, pois é o elo que liga o local de residência ao destino do turista. O transporte, muitas vezes representa o maior gasto dos turistas em sua viagem.

Os avanços tecnológicos no setor de transportes estão intimamente ligados ao processo de desenvolvimento dos destinos turísticos. Exemplo desta relação pode ser apreciado ao se observar o desenvolvimento tecnológico de aviões que, a cada ano, oferecem maior capacidade e velocidade; nos trens com maior velocidade, eficiência e segurança e nos navios transformados não somente em meio de transporte, mas em uma atração em si mesmos, com

⁵ <http://www.hotelsmag.com/archives/2000/10/ihra-congress-london-Multinational-hotel.asp> - Acessado em 7/03/2005.

oferta de hospedagem alimentação e lazer. Existem ainda os carros que na atualidade possuem preços mais acessíveis, maior conforto e economia, e também os transportes rodoviários adaptados para as necessidades dos turistas em suas viagens. A cadeia produtiva dos transportes mobiliza a indústria metal-mecânica, a indústria tecnológica da informação, as atividades de extração e processamento de combustível, a mineração e a geração de energia.

A comercialização de produtos e serviços no turismo conta com uma grande rede que se assemelha a outras atividades industriais e comerciais que envolvem a participação de atacadistas, varejistas, revendedores e distribuidores que se encarregam de entregar os produtos aos turistas.

Na venda direta dos produtos turísticos, as operadoras de turismo, as agências de viagens e os sistemas de distribuição “*on-line*”, mobilizam a comercialização e reservas destes produtos, tanto na origem (local de residência do turista) como nos destinos turísticos. Além disso, estas atividades geram empregos diretos e indiretos, independente da sua área geográfica.

Nos destinos turísticos se desenvolve outra rede de oferta de produtos que se comercializam diretamente ou indiretamente ao turista, exemplo disto, pode-se citar a indústria de “*souvenirs*” que abrange desde produtos industrializados, artesanais, até a indústria fotográfica. A oferta dos serviços nos destinos envolve uma série de propostas tais como guias turísticos, animadores, motoristas, atendentes, e também os serviços de lavanderia, saúde, imobiliárias, entre outros.

O terceiro conjunto, da organização estrutural é formado por dois subsistemas: o da superestrutura que se refere à organização pública e privada que disponibilizam a produção e comercialização de serviços turísticos para atender aos visitantes e o subsistema da infra-estrutura, onde são considerados o saneamento básico, as vias de acesso, o sistema de comunicação e a segurança.

1.2 O Planejamento do Turismo

A atividade turística como a maioria das atividades humanas, tem se desenvolvido inicialmente de forma espontânea e empírica. São muitos os exemplos positivos e negativos que esta prática tem apresentado em diversos países do mundo.

Esta afirmativa pode ser verificada através da leitura, ~~entre muitas outras,~~ da obra organizada por Valene L. Smith (1992), ~~Anfitriões e Invitados~~ e a de Louis Turner e John Ash (1991), ~~La Horda Dorada~~ que apresentam diversos exemplos positivos e negativos de diferentes experiências com a atividade turística em várias partes do mundo.

Através destas obras os autores alertam para a necessidade do planejamento da atividade turística no momento de criar ou reestruturar produtos turísticos.

Antes de abordar o planejamento turístico se faz necessário definir o planejamento em si mesmo e depois a importância da política de turismo, para poder compreender a dependência que existe entre a política e o planejamento

turístico e entender o papel e a responsabilidade do poder público na definição do tipo de turismo que será desenvolvido.

Molina e Rodríguez ao definirem genericamente o planejamento expressam que:

O planejamento é o resultado de um processo lógico de pensamento, mediante o qual o ser humano analisa a realidade abrangente e estabelece os meios que lhe permitirão transformá-la de acordo com seus interesses e aspirações. Disso resulta que a forma adequada de planejar consiste em analisar objetivamente uma realidade e condicionar as ações ao problema (MOLINA E RODRIGUEZ, 2001, p.79).

A definição desses autores sobre o tema diz que o planejamento é uma forma de modificar uma realidade com objetivos específicos e isso no turismo é importante já que a prática demonstra que a maioria dos problemas nos destinos turísticos poderia ter sido evitado se estes tivessem sido planejados oportunamente.

Capecce quando define o sistema turístico, parte do princípio de que política e planejamento são interdependentes.

... dentro do sistema a política turística deve ser produto de um ato deliberado e prévio à gestão, estamos afirmando que devem existir referenciais ou parâmetros para essa prática, estabelecida através da concepção daquilo que se pretende atingir, o desenho das estratégias adequadas e a escolha das alternativas que nos permitam estabelecer o cenário desejado (CAPECE, 2001, p.19).

Isto é, para que um planejamento tenha sucesso é imprescindível que esteja orientado por definições de políticas turísticas. O planejamento pode ser orientado através de questões tipo: “como, quando e onde fazer?” E as

políticas turísticas poderiam ser orientadas para responder “o que e por que fazer?”.

A respeito do planejamento no turismo, alguns autores são destacados nesse estudo pela sua relevância:

Para Ruschmann

... o planejamento é uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. Ele tem por objetivo o provisão de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda seus desejos e necessidades (RUSCHMANN, 2000, p. 83).

Getz apud Hall (2001, p. 42) identificou quatro abordagens do planejamento turístico: (1) a abordagem impulsionista que diz que o desenvolvimento do turismo é sempre bom; (2) a econômica/industrial onde o turismo torna-se uma forma de desenvolvimento; (3) a física/espacial quando o turismo é tratado com base ecológica e a comunitária (4) que dá ênfase ao contexto social (In Hall 2001, p. 42).

Getz, (1986, p. 29) realizou um estudo dos trabalhos publicados sobre planejamento do turismo de quarenta e sete diferentes autores. A partir desta análise propõe estabelecer modelos sobre as diferentes tendências de planejamento do turismo. O autor divide estes em três tipos, os modelos teóricos, os modelos de planejamento e processos de gestão e os modelos de previsão.

Para os modelos teóricos, cria sete subdivisões: modelos integrais; modelos espaciais/temporais; modelos motivacionais e comportamentais;

modelos de impacto; modelos econômicos; modelos de impacto sócio-culturais e modelos de antecipação.

Para os modelos de planejamento e processos de gestão cria quatro subdivisões: modelo de desenvolvimento de áreas, modelo de desenvolvimento de projetos, modelo de gestão e marketing e modelo de planejamento como um sistema conceitual.

Para o modelo de previsão propõe quatro subdivisões, o econométrico, o de séries temporais, o modelo de fundamentação física e o modelo de analogia elétrica.

Getz agrega:

... Finalmente, a menção dos modelos teóricos é para lembrar aos planejadores do turismo para não agir em forma isolada de outras formas de planejamento social, econômico e ambiental. Existe uma tendência a pensar o planejamento do turismo como um problema isolado, definido em forma limitada que somente inclui o marketing e os serviços ao turista. A teoria e o conhecimento existente sobre os múltiplos impactos possíveis do turismo desacreditam completamente essa tendência (GETZ, 1986, p. 31)⁶

Hall, (2001, p. 24-25) a partir da abordagem de Getz, fez uma complementação incorporando a abordagem sustentável.

Segundo Barretto (2002, p. 14-15), o planejamento é orientado pelos seguintes princípios: inerência (é indispensável planejar); universalidade (tenta prever todas as variáveis e conseqüências); unidade (as diversas partes do planejamento devem estar unidas de modo coerente e integrado); previsão

⁶ Tradução do autor.

(planejar é fazer previsões) e participação (deve envolver a participação de todos os níveis e setores da administração).

Nesse conceito ressalta-se o princípio da participação abordado por Barretto quando diz que deve envolver todos os níveis e setores.

Barretto ainda propõe que o planejamento turístico seja visto dentro de um critério de complexidade crescente que pode ser dividido em:

Planejamento de primeiro nível - eventos, excursões e viagens. Planejamento de segundo nível – transformação de cidades em núcleos turísticos, ativação de núcleos turísticos preexistentes, criação de complexos ou cidades turísticas (construção de equipamentos turísticos). Planejamento de terceiro nível - políticas nacionais para incentivar a atividade turística no país e organizá-la, abrangendo os outros dois níveis (BARRETTO, 2002, p. 59).

De acordo com essa definição o papel da iniciativa privada estaria reservado ao primeiro nível, sendo que o segundo e terceiro nível seriam atividade exclusiva do poder público. Essa questão será abordada novamente quando seja feita referência ao papel emergente do terceiro setor.

1.3 O Papel do Setor Público e do Setor Privado

Diversos autores concordam que o papel do setor público no turismo é o de cuidar do planejamento, da regulamentação e do controle da atividade turística, assim como da promoção institucional, do financiamento do desenvolvimento, a definição e controle da capacitação dos recursos humanos e o fomento da atividade.

Hall (2001, p. 183) destaca que são sete as funções do poder público no turismo: (1) Coordenação - do trade turístico; (2) Planejamento – responsabiliza-se pelo desenvolvimento, infra-estrutura, uso do solo e de recursos, divulgação e marketing; (3) Legislação e regulamentação - a intervenção do governo no turismo depende de cada um dos níveis, nacional, estadual e municipal; (4) O governo como empresário - historicamente em quanto ao desenvolvimento e fomento do turismo; (5) Incentivo - para o desenvolvimento do turismo; (6) Divulgação do turismo - campanhas de marketing, para captação de demanda turística e promoção interna do turismo; (7) Turismo social - para atender as necessidades das populações menos favorecidas.

De acordo com Beni:

... o Turismo é uma atividade que requer a intervenção proeminente do estado pelo que representa em suas características fundamentais. Do ponto de vista econômico, de fato, o Turismo representa uma atividade pluri-setorial que necessita de coordenação e de planejamento de seu desenvolvimento que só podem ser providos pelo poder público. Outra característica é a sua relevante implicação social e cultural que não pode e não deve interessar apenas ao empreendedor, mas acima de tudo, ao Governo, que representa a garantia dos interesses da coletividade (BENI, 2001, p. 100) (grifos do autor).

Beni sintetiza, nessa citação, o papel do setor público no turismo e enfatiza a responsabilidade que este deve assumir em favor dos interesses coletivos.

Numa visão mais genérica, Pearce (2002, p. 178) define que: “Não existe nenhum tipo melhor de organização turística nem de rede

interorganizacional, o que ocorre é que cada país deve construir um sistema que melhor reflita suas condições locais, regionais e nacionais”.

Ruschmann agrega:

A responsabilidade do planejamento turístico integrado, que considera todos os aspectos e fatores intervenientes da atividade, é do organismo estatal específico que, por sua origem, dispõe de mais recursos financeiros, e técnicos. (RUSCHMANN, 1997, p. 101).

Beni (2001, p. 23) mostra uma adaptação do quadro criado pelo consultor e pesquisador uruguaio Miguel Angel Acerenza, que apresenta as atividades dos órgãos públicos e entidades privadas, envolvidas com políticas de ação e execução do Sistema de Turismo - SISTUR, onde relaciona cinco atividades principais do turismo. São elas: 1) facilitação; 2) desenvolvimento da infra-estrutura; 3) transporte e comunicações; 4) educação e capacitação; e 5) prestação de serviços.

Somente a atividade de prestação de serviços é atribuída como responsabilidade da iniciativa privada ficando a as atividades de educação e capacitação a ser compartilhadas do poder público com a iniciativa privada.

Segundo este autor, o poder público, no processo de planejamento do turismo ainda teria o papel de construir um consenso entre todas as atividades participantes do SISTUR.

O ponto crucial do planejamento estratégico é a necessidade de um propósito unificante, consentido pelo governo para assegurar que os diversos elementos do turismo fluam na mesma direção. O Banco Mundial avaliou claramente essa questão: O Turismo só poderá desenvolver-se adequadamente

quando lhe for dada uma estrutura institucional apropriada, governamental ou semigovernamental (BENI, 2001, p. 113).

Essas reflexões sobre o papel do poder público nas atividades do turismo se constituíram num paradigma aceito pela maioria dos países que têm desenvolvido a atividade turística durante as últimas décadas do século passado.

O modelo de Beni permite interpretar que, num primeiro momento, a liderança do poder público para as questões das atividades turísticas era exercida como prioridade e o poder público tinha a última palavra nas decisões que envolviam o planejamento e desenvolvimento da atividade turística.

No entanto, as mudanças acontecidas a nível mundial, por efeito da globalização da economia têm tirado do poder público sua força econômica e a sua disposição para realizar investimentos no desenvolvimento do turismo. Pode-se observar que Beni afirma "...nenhuma instituição pública de turismo no país poderá prescindir, na atual conjuntura socioeconômica nacional e mundial da cooperação direta e eficaz da iniciativa privada." (BENI, 2001, p. 118).

O relacionamento entre os diferentes atores da atividade turística pode ficar afetado pela indefinição dos seus papéis no desenvolvimento e operação de um destino.

McIntosh et al (2002, p. 344) reafirmam o anterior quando escrevem que:

O governo e a sociedade civil devem interagir de forma cooperativa para o bom desenvolvimento do turismo. Pode haver conflito político quando membros do governo consideram que o setor privado deveria fazer mais por si próprio e os

empresários acreditam que o governo deveria fazer mais para assisti-los (McINTOSH et al, 2002, p. 344).

Beni afirma ainda que:

No cenário nacional, surgiu recentemente um avanço no sistema de parceria em virtude da falência do estado na solução dos problemas sociais com responsabilidade e justiça. O Governo Federal vem conferindo ênfase à formação das organizações sociais. Parte-se agora, para o denominado terceiro setor, formado pelas diversas organizações da sociedade civil que, em conjunto com o setor privado e o estado, deverá pactuar um novo contrato social, com a redefinição de suas próprias responsabilidades.(BENI, 2001, p. 118).

Da mesma forma que em outros setores da sociedade afetados pelas mudanças nas relações econômicas e sociais, surge aqui um elemento inovador que muda o paradigma da distribuição das responsabilidades no planejamento e desenvolvimento do turismo: o terceiro setor.

A respeito, Hall diz o seguinte:

Embora as fronteiras do estado estejam se tornando cada vez mais indistintas em várias jurisdições à medida que se coloca cada vez mais ênfase na criação de parcerias público-privadas e se reduz a intervenção do governo na economia, deve-se observar que o estado ainda determina a estrutura em que ocorre a atividade pública e privada.[...] As funções do estado afetarão a política o planejamento e o desenvolvimento turístico em diferentes graus (HALL, 2001, p.183 -184).

A respeito desta necessidade emergente que a sociedade enfrenta, Beni propõe a necessidade de ser criada uma estrutura de gestão que:

... permita atingir compromissos entre a iniciativa privada e o setor público, por meio de instrumentos que conduzam para: a gestão compartilhada; a participação mútua em custos; a definição de programas e produtos de promoção turística que superem modos tradicionais de fazê-la; a elaboração e promoção de produtos que conjuguem sua oferta com sua própria rentabilização (BENI, 2001, p. 119).

Essa estrutura de gestão proposta por Beni (2001, p. 48) diz que o poder público, ainda assim, deve deter a responsabilidade de definir o tipo de turismo desenvolvido, fiscalizar e regradar para com isso exercer a responsabilidade para com os interesses coletivos e desta forma, assegurar que os benefícios dele auferidos não sejam obtidos em detrimento das necessidades sociais, culturais e ambientais.

A proposta de Beni evidencia um processo de transição na distribuição das responsabilidades no planejamento e desenvolvimento do turismo, que exige de todas as partes um reposicionamento. Por um lado o poder público deve abrir mão de parte do exercício de liderança e definição das atividades turísticas em favor da iniciativa privada. Por outro lado à iniciativa privada deve assumir parte dos custos, antes atribuídos ao poder público, assim como, compartilhar as tomadas de decisões com o poder público e a comunidade.

Neste campo de forças e tensões surge o Terceiro Setor como elemento moderador e facilitador dessas relações.

O Terceiro Setor é recente no Brasil, tem sua origem no termo inglês: “*Third Sector*”. É constituído de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas na ênfase da participação voluntária, num âmbito não governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade e da filantropia. A idéia trabalhada é a de que, com a integração entre o primeiro setor, o segundo setor (empresas privadas) e as entidades sem fins lucrativos (o Terceiro Setor) será possível desenvolver atividades que minimizem os impactos negativos da conjuntura econômica mundial sobre a sociedade.

Este assunto será tratado especificamente no decorrer do capítulo dois.

1.4 O Desenvolvimento de Produtos Turísticos

O desenvolvimento de produtos turísticos tem sido considerado como uma atividade inerente à iniciativa privada, já que é ela quem realiza os investimentos necessários e que assume o risco empresarial, ficando para o poder público o papel da promoção institucional, fiscalização, controle e fomento para o desenvolvimento turístico em regiões que optem pela atividade.

O produto turístico se diferencia do paradigma de produto industrial, por ter características próprias que serão abordadas a seguir, para melhor compreensão da evolução dos papéis que estes setores estão assumindo.

Do ponto de vista da oferta, ou seja, de quem cria e vende, o produto turístico é uma soma de ofertas do tipo: hospedagem; gastronomia; atrativos; animação; comércio; transporte e serviços agrupados numa região geográfica que são disponibilizados ao turista no momento de sua viagem na forma de um “pacote turístico” que é comercializado por diversos meios.

Do ponto de vista da demanda, ou seja, quem compra, o produto turístico é percebido como uma totalidade e não somente como a soma dos produtos reunidos.

Os turistas percebem o produto turístico de acordo com as sensações e vivências em sua viagem. Essas sensações podem ser de contentamento ou descontentamento, e isso dependerá do conjunto oferecido a essa experiência.

A percepção do turista a respeito do destino turístico como um todo ficará condicionada por essa experiência.

Sobre a percepção do produto turístico, Ruschmann (1999, p. 11), diz que o produto turístico é diferente de outros produtos materiais e de serviços que têm características mensuráveis no que diz respeito a peso, altura, formato, consistência ou cor. O produto turístico é composto de elementos intangíveis, é percebido pelo consumidor como uma experiência vivida desde o momento em que sai de casa para viajar até o momento do retorno.

Kotler, Bowen e Makens (1997 p. 12)) ao se referirem ao turismo dizem :

A Indústria do Turismo é, sem dúvida, a atividade econômica que conduz ao desenvolvimento, porque o intercâmbio social, cultural e a distribuição de renda decorrente de gastos pulverizados na economia pelos turistas somados ao seu elevado multiplicador de renda são os elementos marcantes desta atividade.

O desenvolvimento do produto turístico tem no planejamento uma ferramenta essencial, já que são diversas as atividades que o constituem e que precisam ser pensados e coordenados para desenhar uma experiência turística positiva.

No Brasil, como em muitos países, o turismo teve seu desenvolvimento iniciado a partir de ações do poder público no que diz respeito à infra-estrutura turística e de iniciativas de promoção e financiamento dos investimentos realizados pela iniciativa privada.

Este modelo atendeu as necessidades do turismo até a chegada da ideologia, representada pela internacionalização da economia, fundamentada

na teoria de que o mercado seria a forma mais eficiente de alocação de recursos para o desenvolvimento, criando um enfrentamento entre poder público e a iniciativa privada.

Perante esta situação, surgiu a necessidade de um novo agente que possibilite o equilíbrio entre os setores público e privado e que defenda os interesses da comunidade como um todo.

CAPÍTULO 2 - O TERCEIRO SETOR

A história da humanidade demonstra uma permanente adaptação aos novos desafios da vida em sociedade e como esta se organiza. As formas mais recentes de esta mudança evidenciam a existência de três setores claramente definidos, são eles: a comunidade, o poder público e as organizações privadas. O estágio atual tem mostrado a aparição de mais uma forma de organização. Essa nova forma chama-se terceiro setor.

Este capítulo pretende esclarecer tanto as mudanças nas formas de organização da sociedade, como apresentar o terceiro setor de maneira geral e dentro da atividade turística em particular.

2.1 As Mudanças nas Organizações Sociais

O homem é gregário por natureza e desde sua origem procurou formar grupos para garantir sua sobrevivência. Neles, descobriu serem mais fáceis as tarefas de procura de alimentos e de proteção.

Ao longo deste processo a humanidade foi experimentando uma grande variedade de vínculos entre pessoas e as comunidades, estabelecendo relações econômicas, sociais e políticas que garantiram a sobrevivência e desenvolvimento.

O crescimento constante da população obrigou a criação de instituições que permitiram atender as necessidades dos indivíduos e dos grupos. Essas necessidades se tornaram cada vez mais complexas, pelo que foi necessária a definição de leis que dizem respeito aos direitos e obrigações dos indivíduos em cada sociedade.

Uma das manifestações destas leis foi a definição jurídica de dois tipos de personalidades que podem ser exercidas na vida em sociedade, por um lado está a chamada pessoa física ou natural e por outro lado a pessoa jurídica.

Gonçalves diz que “toda pessoa é dotada de personalidade, isto é, tem capacidade para figurar em uma relação jurídica”, definindo a pessoa Física. (...) “capacidade é a medida da personalidade” (GONÇALVES, 2002, p. 13).

O novo Código Civil Brasileiro – CCB em seu artigo 1º diz que “toda pessoa é capaz de direitos e deveres na ordem civil” (Brasil, 2003, p. 7), é o indivíduo na sua capacidade de adquirir e de exercer direitos individualmente.

Pessoa Jurídica é definida como “a unidade de pessoas naturais ou de patrimônios que visa à obtenção de certas finalidades, reconhecida pela ordem jurídica como sujeitos de direitos e obrigações” (Diniz, 1995, p. 22).

As pessoas jurídicas podem ser classificadas em dois grandes grupos, as Pessoas Jurídicas de Direito Público e as Pessoas Jurídicas de Direito Privado.

As Pessoas Jurídicas de Direito Público. De acordo com Paes, (1999, p. 29), as pessoas jurídicas de direito público “são entidades estatais ou incorporadas ao estado, exercendo finalidades de interesse imediato da coletividade”.

Estas são classificadas em pessoas jurídicas de Direito Público Externo e de Direito Público Interno:

De Direito Público Externo: Esta personalidade é conferida às várias nações estrangeiras e a todas as pessoas que são regidas pelo direito internacional público, entre estas, os organismos internacionais. Uma destas é a Organização Mundial do Turismo - OMT que a partir do ano 2003 passou a integrar a família das Nações Unidas como organismo especializado da mesma.

De Direito Público Interno: Neste plano situa-se a União, os estados e territórios, os municípios, as autarquias e demais entidades de carácter público criadas por lei.

As Pessoas Jurídicas de Direito Privado: São as instituídas por iniciativa de particulares conforme o artigo 44 do CCB dividindo-se em: associações, sociedades e fundações.

As Associações: Constituem-se pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos regidas por um estatuto, segundo o artigo 53 do CCB. Como exemplo estão as associações comunitárias.

As Sociedades: De acordo com o artigo 981 do CCB “celebram contrato de sociedade as pessoas que reciprocamente se obrigam a constituir, com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados”. Exemplo destas são as empresas, cooperativas e sociedades mercantis em geral.

As Fundações: De acordo com o artigo 62 do CCB, “Para criar uma fundação, o seu instituidor fará, por escritura pública ou testamento, dotação especial de bens livres, especificando o fim a que se destina e declarando, se quiser, a maneira de administrá-la”. Já o parágrafo único deste mesmo artigo restringe a constituição das fundações exclusivamente para fins religiosos, morais, culturais ou de assistência, modificando uma indefinição do CCB de 1916 vigente até janeiro de 2003.

Não se pode deixar de mencionar que a entrada em vigor do novo CCB está modificando o *statu quo* de um grande número de fundações e organizações sem fins lucrativos que foram criadas sob o CCB de 1916, onde a constituição de fundações era possível para qualquer área, desde que tivesse um fim lícito.

Uma das maiores vantagens das fundações é a sua credibilidade, já que elas são fiscalizadas pelo Ministério Público Estadual de onde se situam. Ele aprova a sua criação, fiscaliza a sua gestão financeira e supervisiona o

trabalho e as decisões da diretoria e do conselho. Ao restringir a criação para somente quatro áreas, o novo CCB dificulta o surgimento de novas fundações.

Uma associação civil não conta com esse tipo de fiscalização, bastando para a sua formação a união de pessoas para desenvolver um determinado trabalho. E a sua fiscalização é feita pelos próprios associados.

Outro artigo que dificulta o funcionamento destas organizações é o que define a finalidade das associações "para fins não-econômicos" e não mais para "fins não lucrativos". Esta alteração pode apresentar problemas para as associações que realizam captação de recursos com a venda de produtos (camisetas, livros, etc.) ou prestam serviços de assessoramento ou consultoria, podendo criar interpretações equivocadas ao não permitir que as associações tenham atividades que gerem renda.

2.2 O Terceiro Setor

Até agora foi apresentado o desenvolvimento e o marco legal das respostas que a sociedade encontrou para organizar-se.

Uma das características do século XX foi, sem dúvida, a aceleração das mudanças e das comunicações assim como a internacionalização dos seus efeitos. Decisões tomadas em centros hegemônicos, têm efeito quase imediato em setores econômicos periféricos e na população a eles vinculados.

Ao mesmo tempo em que os avanços tecnológicos possibilitam a geração de mais riqueza, esta se concentra cada vez mais entre poucos.

A tecnologia e o conhecimento passaram a ser bens estratégicos dos países hegemônicos que limitam e controlam o acesso aos mesmos aumentando as desigualdades sociais e a pobreza dos demais países, dificultando e até se opondo ao seu desenvolvimento sustentável.

O que caracteriza a sociedade tecnocrática não é o homem escravo, o homem servo da gleba, o homem súdito, mas o não-homem, o homem reduzido a autômato, a engrenagem de uma grande máquina da qual não conhece nem o funcionamento nem a finalidade. Pela primeira vez, encaramos com angústia não um processo de servidão ou de proletarização, mas, de modo mais geral, um processo de deshumanização (BOBBIO, 1997, p. 87).

O modelo da ordem sociopolítica definido pelos setores Público e Privado ou também o Estado e o Mercado, não conseguem mais resolver as necessidades emergentes desta nova realidade, sobretudo nos países periféricos.

De acordo com Gouvêa:

Diante dessa realidade, um vigoroso movimento de ataque à ação do estado vem sendo desferido pela denominada onda neoliberal, segundo a qual o mercado representaria o mais eficiente mecanismo de alocação de recursos, sendo o estado exatamente sua antítese. É condenável essa tendência que se verifica nos dias de hoje de contrapor as virtudes do mercado aos vícios do estado. É importante o aperfeiçoamento dos mecanismos de intervenção do estado para que o mercado possa funcionar de maneira mais eficiente e em benefício de um projeto coletivo. É necessário que sejam superados os entraves ligados à dicotomia estado-mercado como forma de se buscar um novo padrão de gestão pública, cuja capacidade de execução esteja em consonância com a dinâmica dos interesses sociais (GOUVEA, 1999, p. 59-66).

O Estado (a Administração Pública, a sociedade) que teria a responsabilidade de resolver estes problemas, demonstra uma grande ineficácia em atender às demandas da sociedade porque está fragilizado pelo

aumento de suas responsabilidades e obrigações, ao mesmo tempo em que enfrenta uma diminuição de suas receitas.

O Mercado (a iniciativa privada, os indivíduos) nos países periféricos enfrenta uma conjuntura muito mais competitiva e diversificada, que reduz as suas margens de receita limitando a sua participação junto com o estado na resolução das demandas sociais.

Na última década, os principais problemas que afetam a comunidade internacional - destruição do meio ambiente, explosão populacional, narcotráfico, proliferação de doenças, instabilidade dos mercados financeiros, aumento da pobreza e desemprego - passaram a ser percebidos como questões globais. Ou seja, vão além das fronteiras e excedem os recursos de que dispõem os estados nacionais. Pela primeira vez organizações de cidadãos desempenham papel decisivo na definição de uma nova agenda internacional na qual democracia e direitos humanos, respeito ao meio ambiente, igualdade de gênero, luta contra a pobreza e a exclusão social passam a ser reconhecidos como questões do interesse de toda a humanidade (FERNANDES, 2003).

De acordo com Habermas:

Assim, a longo prazo, ao intervencionismo estatal na esfera social corresponde também a transferências de competências públicas para entidades privadas. E à ampliação da autoridade pública a setores privados também está ligado o processo correlato de uma substituição de poder público por poder social (HABERMAS, 1984, p. 170).

Como alternativa aos dois setores clássicos, Estado e Mercado, aparece o denominado Terceiro Setor que teve suas primeiras manifestações no início dos anos 70 com a aparição das Organizações Não-Governamentais - ONG, com atuação nas áreas da educação, habitação, saúde, ecologia e direitos humanos, muitas delas apoiadas por agências de cooperação internacionais e movimentos religiosos. Não foi por acaso que estas organizações surgiram

naqueles anos, elas foram uma forma de fazer política dentro de um ambiente de autoritarismo preservando o espaço de ação da cidadania em favor dos excluídos e dos setores populares.

O exemplo de eficácia demonstrado por estas ONG como entidades de natureza privada (não públicas) sem fins lucrativos, foi imitado e aperfeiçoado por diversas instituições que, no formato legal de Fundações, Organizações da Sociedade Civil – OSC, Organizações Sociais – OS e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP foram criadas para desenvolver projetos sociais das mais diversas índoles.

Como observa Paes definindo as fronteiras entre os setores tradicionais para justificar o surgimento das organizações do Terceiro Setor.

A idéia é que nele se situem organizações privadas com adjetivos públicos, ocupando pelo menos em tese uma posição intermediária que lhes permita prestar serviços de interesse social sem as limitações do estado, nem sempre evitáveis, e as ambições do Mercado, muitas vezes inaceitáveis (PAES, 1999, p. 45).

Sobre estas organizações Canton afirma que:

... embora não façam parte do estado, nem a ele estejam vinculadas, se revestem de caráter público na medida que se dedicam a causas e problemas sociais...Essa atividade desenvolvida pelo setor não lucrativo ou Terceiro Setor (...) pode constituir uma alternativa ao quase desaparecimento do estado, no que se refere à garantia de direitos sociais básicos população (CANTON, 2002, p. 1).

Fazendo um dimensionamento do Terceiro Setor, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, órgão vinculado ao Ministério do Planejamento publica:

Com participação de 1,5% no PIB nacional, o Terceiro Setor - constituído por organizações privadas sem fins lucrativos que geram bens, serviços públicos e privados com o objetivo de obter desenvolvimento político, econômico, social e cultural no meio em que atuam - movimentam anualmente cerca de R\$ 12 bilhões, emprega 1,2 milhão de pessoas e atrai ao redor de 1,5 milhão de voluntários. O Brasil registra hoje mais de 250 mil instituições, formadas por organizações não-governamentais (ONG), sem fins lucrativos, e que receberam, em 1995, doações da ordem de R\$ 1,1 bilhão provenientes de quase 15 milhões de brasileiros.⁷

A diversidade de entidades que atuam é uma das características do terceiro setor: desde organizações religiosas e laicas, passando por políticas e apolíticas até nacionais e internacionais. Elas atuam nas mais diversas áreas conforme vimos anteriormente e se reúnem em redes e instituições associativas que, ao mesmo tempo, se organizam por áreas de atuação ou por tipos de organização.

A Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (www.abong.br) reúne as mais tradicionais associações que atuam na promoção de direitos da cidadania e de apoio a movimentos populares. As entidades filantrópicas se reúnem em torno da Rede Brasileira de Entidades Assistenciais Filantrópicas (www.terceirosetor.org.br) e as fundações e institutos vinculados a empresas se reúnem em torno do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (www.gife.org.br).

Influenciar políticas públicas é o objetivo de muitas organizações de ponta. Além de oferecerem serviços, elas fiscalizam, complementam e apóiam a ação do governo. Também funcionam como laboratórios de inovação social, como canais de participação social e como formadores de novas lideranças.

⁷Disponível em: <http://www2.uol.com.br/aprendiz/guiadeempregos/terceiro/noticias/ge241002.htm#1> Acesso em 12/03/2004

Quadro 1 Área de Atuação das ONG no Brasil

Área de atuação	%	Área de atuação	%
Assistência a crianças	17,07%	Assistência a deficientes físicos	0,83%
Assistência e serviços sociais	14,24%	Assistência a adultos	0,78%
Assistência a deficientes	9,29%	Esporte	0,73%
Educação	8,90%	Conservação recursos naturais	0,55%
Creches	5,79%	Produção e comercialização coletiva	0,49%
Saúde	4,34%	Assistência a desastres e catástrofes	0,47%
Desenvolvimento	3,82%	Proteção de animais	0,47%
Assistência a idosos e adultos	3,69%	Direitos da mulher	0,36%
Assistência a jovens	3,63%	Ambulatório	0,29%
Direitos humanos e cidadania	3,40%	Assistência material	0,34%
Serviços médicos de reabilitação	3,27%	Proteção dos direitos civis	0,26%
Assistência familiar	2,96%	Reabilitação de infratores /criminosos	0,16%
Associações comunitárias	2,54%	Serviços jurídicos	0,18%
Promoção da cidadania	2,15%	Moradia	0,16%
Hospital	1,90%	Proteção ao consumidor	0,10%
Cultura	1,61%	Tecnologias alternativas	0,10%
Ambientalismo	1,53%	Associações científicas	0,08%
Saúde preventiva	1,30%	Combate à violência	0,08%
Educação e pesquisa	1,17%	Prevenção do crime	0,08%
Associações de bairro	0,88%	Sanatório	0,03%
TOTAL			100%

Fonte: www.voluntarios.com.br - Última atualização 08/01/04

2.3 O Terceiro Setor e o Turismo no Mundo e no Brasil

O papel do Estado

Como já foi dito, os Estados Nacionais, tradicionalmente tem desempenhado um papel preponderante no desenvolvimento do turismo e na promoção institucional do país e suas regiões como destinos turísticos, sobretudo nas etapas iniciais da atividade.

A Organização Mundial do Turismo apresenta um panorama histórico da participação dos governos na atividade turística:

En el primer período del desarrollo turístico, a partir aproximadamente de principios del decênio de 1960, o incluso antes em algunos países, los gobiernos desempeñaron un papel pionero. Su función se consideraba esencial, ya que eran necesarias ingentes inversiones para construir las infraestructuras e instalaciones básicas necesarias para abrir al turismo determinadas zonas de un país y fomentar su crecimiento. Em aquel momento no cabía esperar que el sector

privado acudiera a ofrecer financiación hasta que se hubiese creado um clima de confianza (OMT, 2001, p. 10-11).

Deste estudo também se entende que dependendo do grau de desenvolvimento de cada país, o estado assumiu responsabilidades diversas. Em países do denominado “Primeiro Mundo” ou países hegemônicos seu papel se limitava a prover e manter a infra-estrutura básica, como saneamento, rodovias, aeroportos, energia e comunicações, assim como, criar o marco legal que regresse a operação da iniciativa privada no turismo, planejar e fiscalizar o uso do solo e a proteção do meio-ambiente. O seu papel nos países do denominado “Terceiro Mundo” ou países periféricos foi muito mais importante já que a sua presença, tanto nas atividades de infra-estrutura e legislação como na promoção de destinos, educação e capacitação para o turismo, é indispensável. Incentivou linhas de financiamentos especiais de fomento para a criação de empresas nacionais dentro do setor turístico visando a geração de empregos, a melhoria da qualidade de vida e o incremento da arrecadação tributária.

Esta realidade tem se modificado a partir da metade da década anterior. O estudo realizado pela Organização Mundial do Turismo, *Cooperación entre los Sectores Público e Privado* (OMT, 2001) demonstrou uma retração por parte dos governos nos investimentos em infra-estrutura e no apoio ao desenvolvimento dos serviços turísticos.

Dentro de uma política mundial de desregulamentação, os governos pouco têm feito na área de legislação para o setor turístico, salvo no que se

refere aos direitos do consumidor e na defesa da cultura do patrimônio e do meio-ambiente.

A maioria dos países começou a delegar o poder de decisão às autoridades regionais e locais iniciando o afastamento dos governos nacionais da área turística.

Os últimos anos se caracterizaram por fortes restrições orçamentárias incrementando a preocupação destes governos de como justificar o fato de estarem destinando o dinheiro do contribuinte para apoiar e promover o desenvolvimento turístico nacional em detrimento de outras necessidades prioritárias da população.

A esta realidade se soma o fato de que o apoio estatal ao setor turístico já não é exclusivamente para as empresas nacionais, pois com a globalização e a concentração de indústrias, as empresas aéreas e de turismo são cada vez mais empresas multinacionais, como está muito bem demonstrado no informe da Organização Internacional do Trabalho:

A fines de 1998, había diez grandes empresas hoteleras en el mundo cuya capacidad era de por lo menos 100.000 habitaciones cada una. En la actualidad, sólo hay nueve empresas, con tal capacidad. En 2000, estas nueve grandes empresas controlan un total de 2,98 millones de habitaciones; en 1999, las diez empresas hoteleras más importantes controlaban un total inferior de 2,84 millones de habitaciones. (OIT, 2001, p. 47) .

Até agora os âmbitos de cooperação entre o estado e a iniciativa privada têm sido quase exclusivamente nas áreas de promoção e marketing,

Pesquisa realizada pelo Conselho Empresarial da OMT (2001, p. 17) entre abril e setembro de 2000 com a participação de 90 países e 234 entrevistados de todos os âmbitos da atividade turística, tanto pública como privada, demonstra que as áreas de maior eficácia de cooperação entre os setores público e privado podem ser em ordem de importância:

1. Melhorar a imagem do destino;
2. Conservar os recursos culturais e o patrimônio;
3. Melhorar o ensino e a formação profissional;
4. Melhorar a segurança;
5. Proteger o meio-ambiente;
6. Melhorar a cobertura e o alcance do mercado;
7. Superar as barreiras ao comércio e aos investimentos;
8. Utilizar o marketing e distribuição eletrônica na Internet;
9. Proteger o consumidor;
10. Enfrentar a competição;
11. Facilitar os investimentos e financiamentos;
12. Impulsionar os investimentos públicos;
13. Formular normas de qualidade;
14. Melhorar a infra-estrutura de transporte e os serviços básicos;
15. Melhorar a saúde pública e o saneamento.

Esta relação de atividades demonstra que pode existir um amplo campo de ação e de crescimento nos âmbitos de cooperação entre os setores público e privado. Dependendo da realidade e das características de cada região ou país.

Da mesma maneira que o processo de crescimento vivenciado pelas organizações do terceiro setor em outros âmbitos sociais, também no turismo há uma oportunidade de intervir positivamente para o desenvolvimento não só do setor turístico como da própria sociedade em que elas atuam.

A partir dos anos 80 começam a aparecer diversas iniciativas para ocupar um espaço que não era ocupado pelo do setor público nem pelo setor privado.

A Secretaria de Turismo do México - SECTUR em parceria com a OMT, na sua publicação “*Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos*” recomenda, como uma maneira de enfrentar os desafios do futuro do turismo, a criação de *Destination Management Organizations – DMO* ou Organizações de Gestão de Destino como a ferramenta organizacional encarregada do desenvolvimento global do produto turístico e do marketing do destino.

A OMT define que as funções de uma DMO incluam nas suas obrigações:

- A conservação e melhoria dos atrativos turísticos
- Facilitar o acesso

- Preparação de planos de ordenação territorial
- Gestão de atrações de propriedade pública
- Desenvolvimento de equipamentos de lazer públicos
- Promoção de investimentos
- Promoção da melhora da qualidade
- Criação de um marco favorável para a competitividade do destino
- Criação de imagem como destino
- Coordenação da ação promocional com o setor privado

Ainda em um plano evolutivo, a OMT sugere que, uma vez consolidado o funcionamento de uma DMO e após ter alcançado um certo grau de maturidade das organizações participantes, sejam criadas *Destination Management Companies – DMC* ou Companhias de Gestão de Destino que atuariam como operadoras do destino, prestando os seguintes serviços:

- Identificar serviços, equipamentos, e atrações que possam ser incorporadas às viagens da operadora turística.
- Levar a cabo as negociações com os provedores locais, assim como gestionar as reservas e pagamentos.
- Coordenar todos os serviços e equipamentos necessários.
- Assegurar que a viagem da operadora se desenvolva sem problemas.

A DMC compra a preços líquidos negociados com os provedores locais, acrescenta sua margem de lucro e vende à operadora.

Os serviços que oferece uma DMC incluem normalmente os mesmos serviços que um operador de receptivo (SECTUR-OMT, 1998, p. 55-58).

Uma iniciativa demonstrativa desta situação pode se encontrar na configuração da Câmara de Promoção Turística da Cingapura (STPB *Singapore Touris Promotion Board*).

(...) foi criada em 1964 como a organização turística nacional incumbida de desenvolver a indústria turística do país. Paralelamente às suas funções principais de marketing e de planejamento turístico, a Câmara atua como agente do governo em um amplo leque de assuntos relacionados ao turismo (KAHN, 2001, p. 106)

As Câmaras de Turismo de muitos dos países da América Latina pode ser um exemplo a ser considerado para estudar o que o terceiro setor pode representar para o desenvolvimento do turismo.

Existe uma grande diversidade de formatos em cada uma delas: no Equador tem seu funcionamento definido por uma lei que criou uma Câmara por cada província (estado) cujas autoridades surgem de processo eleitoral entre as empresas participantes, a afiliação à Câmara é de caráter obrigatório, para poder operar comercialmente. Seu papel é de controle da matrícula.

Argentina, Uruguai, Chile, Peru, Colômbia, Venezuela e Panamá têm as suas câmaras criadas como organizações privadas de interesse público sem fins lucrativos fazendo parte de uma estrutura federativa de câmaras municipais, provinciais e de uma câmara nacional que as reúne.

No Brasil existem somente dois exemplos em nível estadual. A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e o Fórum para o Turismo Sustentável do Paraná.

A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, pioneira no país, foi constituída em 1989 como uma sociedade civil sem fins lucrativos com o objetivo de promover o turismo receptivo do estado. É formada por representantes das associações de classe e empresariais do setor turístico do estado, contando também com a participação dos cursos superiores de turismo e hotelaria, a Secretaria de Estado do Turismo e secretarias municipais de diversas comunidades.

O estado do Paraná, em 2001, criou o Fórum para o Turismo Sustentável do Paraná com as mesmas características formais da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

Em nível municipal, são várias as cidades brasileiras que criaram Escritórios de Convenções (*Conventions and Visitors Bureaus*) entidades sem fins lucrativos, usualmente configuradas como fundações, para atender a promoção de suas cidades como destino de feiras e congressos. A totalidade deles responde à configuração das Organizações do Terceiro Setor, atuando como ponto de encontro entre o setor público e privado que participam como mantenedores em forma igualitária.

Em 2004, a Confederação Nacional do Comercio - CNC, criou a Câmara Empresarial do Turismo com abrangência nacional e integrada pelas principais entidades representativas do empresariado turístico.

CAPITULO 3 - METODOLOGIA DE PESQUISA

A definição metodológica é de certa forma um desafio no contexto da pesquisa, uma vez que se deve ajustar aos propósitos do estudo. Pensar a respeito da metodologia significa pensar no paradigma do estudo e nas estratégias a serem adotadas na coleta de informações. O método na verdade é o caminho a ser seguido para pesquisar. Acredita-se que através da metodologia adotada foi possível responder as questões de pesquisa propostas inicialmente.

A característica deste estudo é ser uma pesquisa de corte qualitativo, portanto orientado pelo paradigma interpretativo. Antes do detalhamento do método e das estratégias que foram adotadas, discorreremos um pouco sobre os modelos qualitativos de pesquisa para que se possa enquadrar o estudo dentro dessa perspectiva teórica.

Quanto ao modelo interpretativo, Bogdan e Biklen (1994, p. 47-48), ressaltam que a pesquisa qualitativa se enquadra dentro do paradigma fenomenológico, naturalista, humanista ou etnográfico, uma vez que engloba um conjunto de correntes humanísticas interpretativas cujo interesse se centra no estudo dos significados das ações humanas e de vida social. Os autores referenciados destacam as seguintes características desse paradigma:

- a) Na pesquisa qualitativa, a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o pesquisador o instrumento principal;
- b) A pesquisa qualitativa é descritiva;
- c) Os pesquisadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos

- d) Os pesquisadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva;
- e) O significado é de importância vital na abordagem qualitativa.

A partir desta concepção, a interpretação das ações e dos comportamentos humanos é extraída fundamentalmente das diferentes técnicas de observação, sendo que as informações recolhidas deverão servir de indicativos para as interpretações do fenómeno estudado.

Considerando que uma pesquisa pode ser catalogada em diferentes tipologias (Marconi e Lakatos apud Dencker, 2000, p. 121), propomos que, segundo o campo da atividade humana, esta pesquisa se caracteriza como monodisciplinar por basear-se exclusivamente na teoria turística.

Segundo a utilização dos resultados (finalidade), o estudo se caracteriza como sendo uma pesquisa aplicada já que tem como finalidade primordial responder a problemas imediatos (do contexto estudado).

Segundo, no que concerne ao alcance temporal, o estudo é longitudinal, já que se pesquisa a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, desde sua fundação.

Segundo a profundidade, a investigação tem carácter exploratório - descritivo. Exploratória, pela estratégia flexível que se adotou, isto é, levantou-se uma série de informações iniciais para tomar decisões sobre a viabilidade do estudo. Descritiva, pelo carácter metodológico adotado, ou seja, a estratégia foi descrever informações recolhidas mediante questionários e observadas para posteriormente realizar interpretações.

Segundo o marco em que se desenvolve, a investigação é de campo, já que as intenções não foram somente saber como se originou a organização, mas também observá-la de forma presencial, entrevistar pessoas com a finalidade de recolher informações para responder as questões iniciais e aquelas que surgiram durante a ação que foi adotada. Seu objetivo fundamental não foi definir regras gerais, mas contextualizar as informações recolhidas.

Segundo o caráter da medida, como já foi dito inicialmente, a investigação apresenta um corte qualitativo, já que se orienta ao estudo dos significados das ações humanas na sua vida em sociedade.

3.1 Etapas do processo investigatório

As fases do processo investigatório dessa pesquisa foram desenvolvidas em quatro etapas, conforme descritas a seguir:

Quadro2 - Fases do Processo de Investigação

FASES DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO		
1ª Fase	Definição da área de estudo	Escolha do tema Definição dos objetivos Definição do problema Delimitação das questões de pesquisa Elaboração de corpo teórico
2ª Fase	Definição das técnicas de coleta das informações	Realização do estudo preliminar Análise documental pertinente ao objeto Seleção de entrevistados Elaboração do roteiro das entrevistas
3ª Fase	Coleta de Informações	Seleção dos documentos Entrevistas
4ª Fase	Descrição e análise das informações	Descrição e análise das informações Discussão e interpretação das informações

A ordenação apresentada no quadro acima, não ocorreu de forma seqüencial. O processo de investigação se apresentou diverso, com interfaces que concorrem para a formação do todo. Por exemplo, a seleção dos entrevistados iniciou na segunda fase, no entanto, durante a coleta de informações (3ª fase), percebeu-se a necessidade de entrevistar outros personagens que pareceram fundamentais para atingir os objetivos propostos e habilitar-se para responder às questões de pesquisa. O quadro apresentado, portanto tem a intenção de tornar mais claro ao leitor o caminho perseguido durante a elaboração dessa dissertação.

Após a descrição das informações recolhidas partiu-se para a análise, discussão e interpretação dos resultados elaborados a partir das evidências validadas destas informações.

Nos estudos de caso, o foco de observação pode ser qualquer nível da realidade social: um indivíduo, um grupo, uma comunidade, uma organização, uma associação, um acontecimento ou uma cultura. Segundo Dencker (2000, p. 127) “é o estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou situações”.

A característica mais destacada desse método é sua intensidade. Essa compreende duas subcategorias: amplitude e profundidade.

A amplitude se atinge procurando cobrir o maior número de aspectos possíveis do fenômeno estudado, uma vez que a finalidade do método é de se ter uma compreensão mais completa possível do fenômeno. Para isso, não há

nenhuma restrição que limite o investigador com respeito ao número de aspectos para explorar. O método outorga ainda, que o pesquisador tenha liberdade de movimento, isto é, que possa mudar a direção da indagação e o tipo de informações que quer recolher, conforme vá compreendendo as distintas facetas apresentadas pelo caso estudado.

A profundidade significa que devemos considerar a questão da temporalidade, isto é, fazer um estudo da história prévia da entidade que está sendo investigada. Os estudos de caso que implicam na observação da seqüência de desenvolvimento do fenômeno sejam em parte ou integralmente, denominam-se de estudos longitudinais (Denker, 2000, p. 127).

Uma outra característica do Estudo de Caso refere-se a sua natureza oportunista, o que não pode ocorrer nos casos dos estudos experimentais, por exemplo. Dada a liberdade permitida pelo método, para se atingir o máximo de amplitude e profundidade, o pesquisador pode recorrer a diferentes técnicas e utilizá-las em qualquer ordem, desde que seja para obter um maior grau de compreensão do fenômeno como um todo (Denker, 2000, p. 108).

A terceira característica refere-se aos procedimentos heterodoxos de análise das informações. Embora haja técnicas para classificar dados provenientes da observação, para manipular dados resultantes das entrevistas e para analisar conteúdos de documentos, parece que ainda não é possível se utilizar técnicas standardizadas para relacionar entre si dados derivados de observação, entrevistas e documentos. Conseqüentemente, os Estudos de Caso configuram-se como sendo de corte qualitativo. Nessas circunstâncias,

devemos procurar triangular as informações recolhidas através dos diferentes instrumentos de coleta de informações para responder a indagação da pesquisa. Nas pesquisas de corte qualitativo, é fundamental a intuição do pesquisador para programar o passo seguinte e, ao mesmo tempo para buscar relações entre os acontecimentos, atitudes, valores e condutas registradas, dependendo da unidade estudada (Denker, 2000, p. 97).

Um Estudo de Caso pode estar configurado de acordo com a unidade que se pretende estudar. Essa pesquisa em concreto trata de estudo de análise situacional, isto é, o estudo se centra na investigação de uma organização em particular, e estuda-se a partir de diferentes pontos de vista, como por exemplo: os personagens envolvidos diretamente na administração da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul; os representantes de associações filiadas a ela; os personagens do poder público que se relacionaram com a Câmara de Turismo e os personagens que participaram da sua criação.

Uma das limitações dos Estudos de Caso é a generalização. (Denker, 2000, p. 131) Isto significa que a análise e interpretação das informações devem ser contextualizadas, característica das pesquisas de corte qualitativo. Outra limitação diz respeito à validade interna e externa, embora essas questões não sejam suficientes para se abandonar essa perspectiva metodológica.

3.2 - Observação participante

Cabe salientar que tendo trabalhado diretamente na Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, durante o período de 1992-2005, o responsável

por este estudo, se permitirá acrescentar informações resultantes da observação participante, não deixando de levar em conta a preocupação com a falta de isenção que talvez este aspecto poderá gerar. Desta maneira, estas intervenções serão um recurso utilizado somente na descrição de processos e situações, procurando não manifestar opiniões ou posicionamentos.

Considerando que o foco do estudo foi a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, se pode dizer que se trata de um “Estudo de Caso”, já que a intenção foi estudar essa instituição em concreto.

O passo seguinte do detalhamento metodológico diz respeito à análise dos critérios de credibilidade e de transferência. A validade interna do estudo que se caracteriza pelo critério de credibilidade da investigação descritiva de corte qualitativo foi garantida por um lado pela análise de documentos e das entrevistas com personagens que participaram da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

Como os estudos de corte qualitativo devem permitir a triangulação das informações para dar consistência aos achados, buscaram-se pontos de vista a partir de posições diferenciadas em relação as atividades da Câmara de Turismo.

Os instrumentos utilizados na coleta de informações deste estudo foram:

a) Análise Documental – Foi consultado um número significativo de documentos pertencentes a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, tais

como: atas de fundação, atas de funcionamento, estatutos, reforma de estatutos, convênios e publicações em jornais e revistas referentes a Câmara de Turismo.

b) Entrevistas – realizadas com 04 grupos diferenciados de representatividade. Esses grupos foram divididos a fim de propiciar a triangulação das informações. São eles: (1) pessoas que exerceram ou exercem a presidência da Câmara de Turismo, (2) pessoas que exercem ou exerceram a presidência de entidades participantes da Câmara de Turismo, (3) de pessoas que possuíam cargos em órgãos públicos que se relacionavam com a Câmara de Turismo e (4) com pessoas que participaram da concepção e fundação da Câmara de Turismo. Nesta coleta foram identificados alguns personagens que podem ser considerados como testemunhos oculares da fundação da Câmara de Turismo, uma vez que participaram das reuniões que culminaram com a fundação da Câmara de Turismo.

Como estratégia para coleta de informações através da entrevista, foi utilizado o modelo de entrevista semi-estruturada, isto é, ao mesmo tempo em que se procurou guiar a entrevista para se obter informações substantivas, se permitiu que os entrevistados pudessem dissertar sobre temas que não eram indagados na entrevista.

A escassa documentação disponível foi a principal razão que levou a realizar um número expressivo de entrevistas dada a necessidade de construir sua trajetória, a partir da história oral dos seus protagonistas,

3.3 Detalhamento das fases do estudo

A primeira fase, definição da área de estudo, abrangeu, além da escolha do tema que foi o estudo sobre a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul como uma organização do terceiro setor, a formulação do problema, a formulação das questões de pesquisa que orientaram o estudo, e a elaboração de um referencial teórico, que teve fundamental importância, já que serviu de fio condutor para o desenvolvimento de todas as fases da investigação.

A segunda fase, definição das técnicas de coleta das informações, envolveu estudos para determinar a trajetória metodológica a ser seguida durante o processo de investigação, onde se optou em realizar um estudo exploratório-descritivo do tipo estudo de caso. Essa fase se concretizou ao longo da pesquisa.

A terceira fase correspondeu à coleta de informações, o que caracterizou o trabalho de campo mediante a realização das entrevistas.

A quarta fase trata da descrição, análise e interpretação das informações recolhidas. Para realizar a tarefa foi determinante focalizar o problema, os objetivos e as questões da pesquisa, como também definir unidades de significado e categorias de análise.

3.3.1 Seleção dos Participantes

Para selecionar os participantes da investigação, foram considerados os estudos de Minayo (1992, p. 100), que define as principais características da

amostragem na investigação qualitativa, apontando os critérios básicos, a seguir:

a) Privilegiar os sujeitos sociais que apresentem os atributos enfocados na investigação, ou seja, a escolha dos participantes e locais que devem conter o conjunto de experiências que se pretende objetivar com a pesquisa;

b) Estabelecer um número suficiente de participantes para possibilitar reincidência de informações;

c) Entender que na homogeneidade fundamental, relativa aos atributos, o conjunto dos participantes possa ser diversificado, a fim de possibilitar a apreensão de semelhanças e diferenças.

Em consonância com Minayo (1992, p. 102) "... Numa busca qualitativa, preocupamo-nos menos com a generalização e mais com o aprofundamento e abrangência da compreensão, seja de um grupo social, de uma organização ou de uma instituição".

O primeiro procedimento foi a coleta de documentos para a análise. Em seguida foi o de listar os nomes dos ex-presidentes da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, os nomes de alguns presidentes de entidades afiliadas a Câmara de Turismo e os nomes de pessoas ligadas a cargos públicos que tem ou tiveram relação com a Câmara de Turismo. De posse dessas informações foi então realizada a seleção dos participantes.

Com essas informações, foi possível escolher as pessoas que participariam do estudo, como depoentes, aquelas que deveriam ser entrevistadas para recolher informações substantivas⁸. Selecionaram-se as que seguem:

Poder Público

1. MILTON ZUANAZZI – Secretário Nacional de Política Turística do Ministério do Turismo (2005); ex-Secretário de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul (1999-2001).
2. JOÃO CARLOS VASCONCELLOS – Diretor do escritório brasileiro de Turismo para América do Sul da EMBRATUR (2003-2005); Presidente da Empresa Porto-alegrense de Turismo (1994-1998); Diretor-geral da Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul (1998-2001), Secretário do Estado do Turismo do Rio Grande do Sul (2002).
3. TÂNIA MARIA BRIZOLLA – Diretora de Relações Institucionais do Ministério do Turismo (2003-2005); Diretora de Relações com o Mercado da Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul (1998-2002); Coordenadora de Promoção da Empresa Porto-alegrense de Turismo (1994-1998).

Entidades Afiliadas

⁸ Consta a qualificação que as pessoas entrevistadas possuíam na época da sua atuação na Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

1. MANOEL JUAREZ LIMA DA SILVA - Presidente da ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens (2004-2005).
2. PAULO REGINATTO – Membro do Conselho Nacional de Turismo (2004-2005); Presidente do SINDEGTUR – Sindicato dos Guias de Turismo do Rio Grande do Sul (1993-1999).
3. ROGER BAQUI – Presidente da ABIH/RS – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (2000-2001 e 2004-2005); Presidente do Sindicato de Hotéis Bares e Restaurantes de Gramado (2002-2003).
4. CARLOS KRAUSE – Presidente do SINDETUR – Sindicato de Empresas de Turismo do Rio Grande do Sul (2004-2005).
5. DANILO KEHL MARTINS - Presidente do SINDETUR – Sindicato de Empresas de Turismo do Rio Grande do Sul (1993-1996).
6. RICARDO RITTER – Presidente do SHRBS -Sindicato de Hotéis Restaurantes, Bares e Similares de Porto Alegre (1994-2005).
7. MARIA ISABEL NEHME – Diretora Executiva do SHRBS - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Porto Alegre (1998-2005).
8. NORMA MARTINI MOESCH – Membro da Comissão Fundadora da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul; Coordenadora do Curso Superior de Turismo da PUC/RS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1982-1997).

1. FLÁVIO CASACCIA – Fundador e Presidente da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul (1989-1990).
2. WALTER STEINER – Fundador e Presidente da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul (1991-1992); Presidente do SINDETUR – Sindicato das Empresas de Turismo do Rio Grande do Sul (1989-1990).
3. CECÍLIA ISATTO – Esposa do Ex-Presidente da Câmara de Turismo ECONOMISTA LÓRIS ISATTO (1992-1994 e 2002-2003).
4. NORTON LENHART – Fundador e Presidente da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul (1995-2000); Presidente da FNHRBS – Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (2001-2005); Presidente da Câmara Empresarial de Turismo da CNC – Confederação Nacional do Comércio (2004-2005); Vice-Presidente do Conselho Empresarial da OMT – Organização Mundial de Turismo (2002-2005).
5. JOSÉ TORRANO COELHO – Diretor Executivo da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul (1995-2005); Presidente da ABAV – Associação Brasileira de Agencias de Viagens (1993-1994).
6. WILSON MULLER - Presidente da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul (2004-2005); Presidente da ABRAJET – Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo (1999-2000).

3.3.2 Fundamentos Teóricos na Utilização dos Instrumentos de Coleta de Informações

Tendo como referência o estudo das possibilidades e limites das diversas técnicas e dos instrumentos indicados para a coleta de informações na pesquisa qualitativa, decidiu-se utilizar (1) a entrevista; (2) a análise documental. Consideraram-se fontes primárias no estudo realizado quatro dos entrevistados por terem feito parte da comissão que se reuniu para definir a fundação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, conforme consta nos documentos analisados, isto é, são considerados como atores da concepção da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul. Essas testemunhas da criação da Câmara de Turismo foram: Norma Martini Moesch; Flávio Casiaccia; Norton Lenhart e Walter Steiner.

Com o intuito da utilização consciente das técnicas elegidas de coleta de informação, procurou-se conhecer os fundamentos teóricos que caracterizam as diferentes técnicas de coleta de informações, e ao mesmo tempo, detalhar como foram utilizadas no desenvolvimento do processo investigatório.

a) Entrevista

A entrevista também é considerada uma das principais técnicas para a coleta de informações no âmbito da pesquisa qualitativa. Através dela o pesquisador busca obter informações contidas na fala dos sujeitos que vivenciam a realidade social que está sendo enfocada na pesquisa.

Minayo destacando a importância da palavra como símbolo de comunicação, afirma que o que torna a entrevista instrumento privilegiado de coleta de informações é a possibilidade:

[...] de a fala ser reveladora de valores, normas e símbolos (sendo a mesma uma delas) e ao mesmo tempo ter a magia de transmitir, através de um porta-voz, as representações de grupos determinados, em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas. (MINAYO, 1992, p. 109-110).

A entrevista pressupõe uma interação pessoal entre o pesquisador e o pesquisado e, segundo a forma como se estrutura, pode ser de vários tipos. Marconi (1990, p. 85) apresenta a seguinte classificação: entrevista estruturada; entrevista não-estruturada e painel.

Minayo ainda declara que:

Em geral as entrevistas podem ser estruturadas e não-estruturadas, correspondendo ao fato de serem mais ou menos dirigidas. Assim torna-se possível trabalhar com a entrevista aberta ou não-estruturada, onde o informante aborda livremente o tema proposto; bem como as estruturadas que pressupõem perguntas previamente formuladas. Há formas, no entanto, que articulam essas duas modalidades, caracterizando-se como entrevistas semi-estruturadas (MINAYO, 1999, p. 58).

Neste estudo, optou-se por utilizar a entrevista do tipo semi-estruturada que, segundo a autora, se desenvolve a partir de um roteiro previamente definido pelo pesquisador e, ao mesmo tempo, procura dar liberdade de manifestação aos entrevistados.

Lüdke & André (1986, p 33 -34) afirmam que uma das principais qualidades da entrevista semi-estruturada consiste “na liberdade de percurso”,

que permite possíveis e necessárias adaptações ao roteiro que orienta o diálogo estabelecido entre o pesquisador e o pesquisado.

Nesta perspectiva, com a intenção de captar, nas palavras dos entrevistados, o grau de envolvimento com a Câmara de Turismo, seja como, fundador, presidente, representantes de entidades filiadas ou do poder público, elaborou-se um roteiro de questões para cada um dos grupos, tendo como referência à revisão de literatura, o problema e os objetivos definidos para o estudo.

A aplicação da técnica de entrevista fundamentou-se nos estudos de Dencker (2000, p.139) que aponta as seguintes recomendações:

- a) Obter e manter a confiança do entrevistado
- b) Deixar o entrevistado a vontade.
- c) Dispor-se a ouvir mais do que a falar.
- d) Dar bastante tempo ao entrevistado para falar sobre o assunto.
- e) Manter o controle da entrevista
- f) Apresentar primeiro as perguntas que tenham menos probabilidade de provocar recusa.
- g) Evitar pergunta que implique ou sugira a própria resposta.

- h) Manter-se alerta em relação aos erros constantes.
- i) Registrar os dados imediatamente.
- j) Não emitir opinião.

Com base nessas recomendações, ao efetuar as entrevistas, teve-se especial preocupação em criar um ambiente propício de interação e diálogo com entrevistados. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra. Quanto aos critérios de credibilidades das informações recolhidas nesse caso, se pode dizer que isso se constitui uma limitação do estudo.

No quadro que segue apresenta-se uma síntese quantitativa das entrevistas realizadas, material que serviu para descrição, análise e interpretação.

Quadro 3 Entrevistas realizadas na Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul

	Fundadores	Presidentes da CAMTURS	Presidentes de Entidades filiadas	Poder Público	Entidade Similar - PR	Total de Entrevistados
Número de Entrevistas	02	06	07	03	03	21

b) Análise documental

No presente estudo, a utilização da técnica de análise documental teve por objetivo, resgatar as informações de como se originou a Câmara de

Turismo do Rio Grande do Sul e as transformações ocorridas com o decorrer do tempo, bem como para identificar aspectos da realidade investigada e proporcionar maior validade e confiabilidade ao estudo.

Lüdke & André (1986, p. 38), ressaltam a importância da análise documental, principalmente quando utilizada para completar, aprofundar e validar as informações obtidas através de outras técnicas de coleta, tais como a entrevista, a observação, o questionário, etc.

Os documentos analisados nesta investigação foram as atas de fundação que contém informações sobre a história da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

No quadro que segue há um detalhamento quantitativo do material analisado.

Quadro 4 Documentos Consultados

	Atas	Fotografias	Cartazes Folhetos	Matérias de Jornal
Análise Documental	4	15	6	8

Destaca-se que os números que aparecem no quadro anterior são números aproximados, para dar uma dimensão do material que foi manipulado no estudo pelo pesquisador.

c) História Oral

A história oral é uma estratégia de coleta de informações freqüentemente utilizada na pesquisa histórica. Entretanto, embora o trabalho realizado não apresente um recorte específico de pesquisa histórica, a especificidade do problema e das questões de pesquisa que se quer responder, motivou-me a utilizar essa estratégia de coleta de informações com as personagens.

3.3.3 Síntese da Coleta de informações

No quadro que segue apresenta-se uma síntese quantitativa das informações recolhidas para dar idéia ao leitor do material analisado no decorrer do processo investigatório.

Quadro 5 - Síntese da Coleta de Informações do Estudo da Câmara de Turismo do RS

	ANÁLISE
ENTREVISTA	DOCUMENTAL
28	18

Destaca-se que embora se trate de um estudo de corte qualitativo, e o que será descrito e interpretado são as informações recolhidas, a apresentação numérica dos instrumentos utilizados é para uma noção concreta ao leitor da amplitude do material analisado.

CAPITULO 4 - A CÂMARA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL

4.1 Cronologia da Atividade Turística no Rio Grande do Sul

A seguir se apresenta uma breve resenha destacando alguns fatos representativos do desenvolvimento da atividade turística do Rio Grande do Sul extraída do livro “Turismo no RS – 50 Anos de Pioneirismo no Brasil” - Hübner Flores (1993) e também são relacionados os fatores que influenciaram a criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

Em 1935 o Touring Club do Brasil, fundado em 1923 no Rio de Janeiro, chegou ao Rio Grande do Sul com os ideais de aproveitamento do turismo no estado.

No restante da década de 30 e na década de 40 não existia preocupação governamental com o turismo. Poderia-se afirmar que até 1950 o Touring Club sozinho orientou o turismo no estado, suprimindo a inexistência de órgãos oficiais.

Em 1950, durante o Governo de Walter Jobim foi criado o Serviço Estadual de Turismo (SETUR) e o Conselho Estadual de Turismo através da Lei n.º 997 de iniciativa do Deputado Estadual Egidio Michaelson.

Na década de 50 a Confederação Nacional do Comércio começou uma campanha para oficializar o turismo no país, iniciando a partir daí a organização dos Congressos Brasileiros de Turismo, realizados em 1956 e 1957.

Foi criado o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio e por primeira vez o Touring Club passou a compartilhar com este Conselho, no plano nacional, as ações de conscientização dos empresários e do governo federal sobre o turismo.

Por primeira vez houve uma manifestação formal do então Presidente Juscelino Kubitschek, na mensagem presidencial encaminhada ao Congresso Nacional, sobre a importância do patrimônio turístico brasileiro e os benefícios na balança comercial brasileira.

Com o reconhecimento do Presidente Juscelino de que o turismo era uma atividade rendosa para o Brasil, a Câmara dos Deputados criou uma Comissão Parlamentar de Turismo (em 1956).

Neste mesmo ano a Câmara Municipal de Porto Alegre encaminhou ao Prefeito Municipal a sugestão de criação de um órgão municipal colegiado que reunisse as principais entidades vinculadas ao turismo.

No orçamento estadual para o quadriênio 1959-1962 foi incluída pela primeira vez dotação orçamentária específica para o Serviço Estadual de Turismo. Foi um fato inédito no Rio Grande do Sul e no Brasil.

Por primeira vez foi criado material impresso de divulgação do estado do Rio Grande do Sul.

O SETUR tratou imediatamente de atuar junto aos municípios com vocação para o turismo para que constituíssem Conselhos Municipais de

Turismo. Foram criados os primeiros Parques Estaduais de Turismo. O SETUR iniciou a organização dos calendários turísticos do Estado. A hotelaria no interior do estado começou a se destacar inaugurando hotéis eminentemente turísticos.

Entre 1971 e 1972 foram criadas a Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, a Companhia Estadual de Turismo - CRTUR e a Comissão Intersetorial de Turismo, sendo extinto o Serviço Estadual de Turismo. Em 1972 foi criada a Empresa Porto-alegrense de Turismo – EPATUR.

A década de 70 foi altamente produtiva para o turismo em todo o Rio Grande do Sul, que testemunhou o crescimento notável desta atividade no município de Gramado com a inauguração de hotéis novos, o desenvolvimento do artesanato, fábricas de móveis típicos, atelier de tapeçarias, malharias, chocolates, cafés coloniais, restaurantes sofisticados, tudo com o apoio da comunidade que se entendeu que o turismo poderia ser a fonte principal de desenvolvimento econômico do município. As comunidades de Canela, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula se interessaram também pelo turismo como fator de desenvolvimento surgindo a Região das Hortênsias.

Na década de 80 durante o governo de Jair Soares foi proposta a extinção da Secretaria de Turismo sendo que a Assembléia Legislativa não aceitou a proposta sendo aprovada a sua desativação. No Decreto nº 32.516 de 15 de março de 1987 o Governador Pedro Simon mantém desativada a Secretaria de Turismo, permanecendo a CRTUR, durante todo este período, como órgão executor das políticas públicas de turismo.

Nos anos seguintes a Lei n.º 9.433 de 27 de novembro de 1991, de iniciativa do Governador Alceu Collares, extinguiu a Secretaria de Turismo. Em 10 de março de 1995 o Governador Antônio Britto criou a Secretaria de Turismo através da Lei n.º 10.356 e em 16 de janeiro do mesmo ano extinguiu a CRTUR através da Lei n.º 10.360.

4.2 A Fundação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

A ausência de uma vontade política de colocar o turismo entre os principais interesses da administração pública que se evidenciou na década de 80 e 90 fez com que a iniciativa privada aumentasse seus investimentos e o turismo ganhou importância econômica fortalecendo o empresariado, levando-o a exigir dos governantes maior valorização e participação na atividade turística.

Nessa conjuntura as entidades empresariais do turismo iniciam uma série de reuniões informais para discutir alternativas que permitam dar continuidade ao desenvolvimento turístico do estado do Rio Grande do Sul resultando na criação da nova entidade representativa do setor:

Da reunião realizada na Associação Brasileira da Indústria de Hotéis-ABIH RS em 17 de novembro de 1988, consta na ata n.º 001/88 os seguintes fatos:

... reuniram-se os representantes das entidades acima nominadas, para debaterem a viabilidade da criação de um Organismo Privado cujo objetivo será a aglutinação da força política e articulatória dos segmentos ligados direta e indiretamente ao turismo, representados por suas entidades de classe, para alcançar um pleno desenvolvimento do turismo como atividade econômica e exercer representação una e eficaz das reivindicações do setor privado junto ao governo

municipal, estadual e federal e demais entidades e autoridades, dando ao turismo posição de destaque e real grandeza.

Agregaram ainda as seguintes conclusões:

Há que ser amplamente definido o objetivo e forma de funcionamento do Organismo a ser criado.

Provisoriamente receberá o nome de “Câmara de Turismo”.

As primeiras reuniões abrangerão apenas as entidades presentes nesta reunião, sendo que após deverá haver um entrosamento com as demais entidades, tais como: CDL; SINDELOJAS; AGETURGS; ABLA; ADVB; CIAS AÉREAS e ABBTURS.

Existe imperiosa necessidade da “Câmara de Turismo” pleitear, desde pronto, uma comissão específica para tratar dos assuntos pertinentes ao turismo na Constituinte Estadual. Os representantes da “Câmara de Turismo” contataram com o Dep. Est. Sanchotene Felice, buscando através dele atingir os objetivos propostos nesse sentido. Foi decisão da “Câmara de Turismo” que é mais viável pertencer a uma sub-comissão dentro da Comissão de Economia, do que pertencer à Comissão de Turismo, Tecnologia e Meio Ambiente.

A “Câmara de Turismo” deverá posicionar-se sobre a reativação da Secretaria de Turismo e a proposta de fechamento da CRTUR.⁹”

No dia 10 de janeiro de 1989, reuniram-se representantes das entidades Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH), Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV), Sindicatos de Empresas de Turismo (SINDETUR), Associação das Transportadoras Turísticas do Rio Grande do Sul (ATURS), Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (ABRAJET), e segundo consta na ata n.º 04/89-“De Fundação”:¹⁰

Seguiu-se a fundação da entidade e foi proposto o nome de Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, entidade sem fins lucrativos que congregará todas as entidades de turismo da iniciativa privada do estado do Rio Grande do Sul. Após

⁹. Participaram desta reunião os Senhores Jorge Furjan, representando a ABAV RS, Josef Finkielsztejn, Daniel Antonioli e Ernani Dieterich representando a ABIH RS, Marino Zamboni e Alfredo Lutgmeyer da ATURS, Renato Brenol de Andrade pela ABRAJET, Norton Lenhart pela ABRASEL e a AGEARBRS e Sind. de Hotéis e Walter Steiner pelo SINDETUR.

¹⁰ Participaram desta reunião os Senhores Jorge Furjan, representando a ABAV RS, Josef Finkielsztejn, Flávio Cassacia e Daniel Antonioli representando a ABIH RS, Marino Zamboni e Alfredo Lutgmeyer da ATURS, Renato Brenol de Andrade pela ABRAJET e Walter Steiner e Antônio Carlos Fraquelli pelo SINDETUR.

discutido foi aprovado por unanimidade. Fato seguinte foi nomeada uma comissão provisória composta da ABAV, ABIH e ATURS representados por seus presidentes ou eventuais substitutos com a finalidade de preparar projeto definitivo dos Estatutos da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e propor a Assembléia Geral de aprovação dos mesmos e eleição da Diretoria e Conselho Fiscal.

Em 17 de janeiro do mesmo ano foram aprovados em Assembléia Geral os Estatutos da Entidade que passa a ser presidida pelo Senhor Flávio Cassacia e declarando no seu artigo 3º os seus objetivos:

O objetivo fundamental da Câmara de Turismo é a promoção e desenvolvimento do turismo para que reúna os diversos segmentos da atividade turística privada, respeitando suas estruturas e objetivos próprios, com as seguintes finalidades específicas:

Ser portadora das aspirações de todos os segmentos que a integram;

Estudar a problemática do turismo no RS e no país, emitir parecer sobre as propostas de solução;

Promover o inter-relacionamento entre todos os segmentos que integram o setor turístico e entre este e os órgãos oficiais;

Promover o turismo regional ou interno;

Promover o turismo nacional e internacional, especialmente o fluxo para o RS;

Participar em todo acontecimento, evento ou conferência relacionada ao turismo;

Acompanhar a sanção de leis, decretos e resoluções que se refiram aos diversos aspectos vinculados a atividade turística;

Intermediar nas questões institucionais que se estabeleçam entre os diferentes segmentos turísticos associados quando requerida.

Estipulando no artigo 4º que “a opinião da Câmara de Turismo não será a expressão particular de nenhum participante, mas a síntese dos posicionamentos nela representados”.

Integram a Câmara de Turismo do Rio Grande do sul as seguintes instituições:

- ABAV – RS (Associação Brasileira das Agências de Viagens);

- ABEOC – RS (Associação Brasileira de Empresas de Eventos do RS);
- ABIH – RS (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis);
- ABRAJET – RS (Associação Brasileira dos Jornalistas de Turismo);
- AGAJ (Associação Gaúcha de Albergues da Juventude);
- ATURS – RS (Associação das Transportadoras Turísticas do RS);
- CONDESUS Rota das Terras;
- FEEVALE (Associação Pró-Ensino Superior de Novo Hamburgo);
- FUNMISSOES (Fundação dos Municípios da Região das Missões);
- Marta Rossi & Sílvia Zorzanello Feiras e Empreendimentos;
- Porto Alegre Convention & Visitors Bureau;
- Prefeitura Mun. de São Lourenço do Sul – Sec. Mun. Desporto e Turismo;
- PUC/RS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Curso Superior de Turismo;
- SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial);
- SHRBS – POA (Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de POA);
- SINDEGTUR (Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do RS);
- SINDETUR (Sindicato das Empresas de Turismo no Estado do RS);
- ULBRA TORRES (Univ. Luterana do Brasil) - Curso Sup.Turismo;
- Universidade de Caxias do Sul (UCS);
- UGART (União Gaúcha dos Representantes e Operadores de Turismo);
- VARIG S/A / RIO SUL.

4.3 Atuação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul

Para uma melhor compreensão do papel desempenhado pela Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul são apresentadas a seguir, em forma de tópicos, as áreas onde ela tem atuado.

4.3.1 Atividades Nacionais de Representação

Os empresários que participaram da criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul tinham desenvolvido durante o ano de 1989 uma forte atividade participando de uma frente parlamentar do turismo durante a Assembléia Nacional Constituinte de 1988. Um destes empresários foi Norton Luiz Lenhart que na entrevista realizada para este trabalho diz:

...na Constituição Federal nós tivemos um trabalho muito forte, nós tivemos uma frente parlamentar de Turismo e lá que conseguimos inserir na Constituição que o turismo é uma atividade econômica e social e que caberia ao estado e aos municípios e ao governo federal desenvolvê-lo juntamente com a iniciativa privada. Conseguimos inserir o turismo como atividade econômica dentro da Constituição Federal e o mesmo nós fizemos com a Constituição Estadual.¹¹

Em seu primeiro ano de existência a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul participou, como entidade representativa da atividade turística junto aos Poderes Legislativo e Executivo, na elaboração da nova Constituição Estadual, sendo considerada umas das principais responsáveis pela inclusão do artigo 240, que definiu a política de turismo e que possibilitou a existência da Secretaria de Turismo, no texto da Constituição Estadual.

SEÇÃO VI – DO TURISMO - Art. 240 - O Estado instituirá política estadual de turismo e definirá as diretrizes a observar nas ações públicas e privadas, com vista a promover e incentivar o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.
§ 1º - Para o cumprimento no disposto neste artigo, cabe ao Estado, através de órgão em nível de secretaria, em ação conjunta com os Municípios, promover:
I - o inventário e a regulamentação do uso, ocupação e fruição dos bens naturais e culturais de interesse turístico;
II - a infra-estrutura básica necessária à prática do turismo, apoiando e realizando os investimentos na produção, criação e

¹¹Constituição da República Federativa do Brasil - 1988 - Art. 180. *A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.*

qualificação dos empreendimentos, equipamentos e instalações ou serviços turísticos, através de linhas de crédito especiais e incentivos;

III - implementação de ações que visem ao permanente controle de qualidade dos bens e serviços turísticos;

IV - medidas específicas para o desenvolvimento dos recursos humanos para o setor;

V - elaboração sistemática de pesquisas sobre oferta e demanda turística, com análise de fatores de oscilação do mercado;

VI - fomento ao intercâmbio permanente com outros Estados da Federação e com o exterior, em especial com os países do Prata, visando ao fortalecimento do espírito de fraternidade e aumento do fluxo turístico nos dois sentidos, bem como a elevação da média de permanência do turista em território do Estado;

VII - construção de albergues populares, favorecendo o lazer das camadas pobres da população.

§ 2º - As iniciativas previstas neste artigo estender-se-ão aos pequenos proprietários rurais, localizados em regiões demarcadas em lei, como forma de viabilizar alternativas econômicas que estimulem sua permanência no meio rural.

No âmbito federal representou o Rio Grande do Sul na Embratur, na Câmara Setorial do Turismo, do então Ministério da Indústria, Comércio e Turismo e integrou o Conselho Nacional de Turismo. Participou também das Reuniões Especializadas de Turismo - RET no âmbito das negociações do Mercosul, coordenando a representação do setor privado brasileiro.

Também no âmbito federal sua atuação no Conselho Nacional de Turismo foi essencial na reivindicação para a criação do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Sul do Brasil - Prodetur Sul. Segundo relata Norton Lenhart:

... Lembro que foi em uma reunião do Conselho Nacional de Turismo a então Ministra Dorotéia Werneck estava apresentando o Prodetur Nordeste II e Prodetur Norte que solicitei a palavra para lançar a iniciativa da criação do Prodetur Sul. Lembro que a Ministra disse "já tem um gaúcho reclamando, então vamos criar um Prodetur para eles." E foi assim que obtivemos esta ferramenta para os estados da região sul, que lamentavelmente, passados mais de 10 anos, ainda não conseguiu ser efetivado.

4.3.2 Atividades Internacionais de Representação

Sua participação internacional ganhou grande destaque quando em 1997 foi aceita como membro afiliado da Organização Mundial do Turismo (OMT), com sede em Madri, que desde 1999 é órgão especializado da Nações Unidas que atende as questões do setor de turismo no mundo, promovendo pesquisas, prospecção e análises que verificam o comportamento do setor, bem como apoiando as iniciativas com vistas ao desenvolvimento de projetos turísticos dos países membros.

Talvez o maior reconhecimento da atuação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul em prol do desenvolvimento do turismo, tenha sido sua eleição durante a Assembléia Geral da OMT realizada em Santiago do Chile em setembro de 1999, como integrante do Conselho Empresarial da OMT, para o cargo de Vice-presidente, posto nunca ocupado por uma organização brasileira, sendo que em 2001 foi reconduzida na Assembléia Geral realizada em Tóquio, no mês de setembro.

Cabe destacar que por razões econômicas e por uma mudança na política de relacionamento, a Diretoria da Câmara de Turismo que assumiu em 2002 desfilou esta instituição da OMT.

Outro organismo internacional ao qual a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul encontra-se afiliada é a Internacional *Adventure Amusement Park Association* – IAAPA.

4.4 A Câmara de Turismo e o Desenvolvimento do Setor

A atuação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul criou bases para o desenvolvimento de roteiros turísticos integrados no estado.

Uma demonstração do processo que levou os empresários a desenvolverem novos produtos, através da Câmara de Turismo, surge no relato de seu ex-presidente Norton Lenhart justificando os motivos da criação da Rota Romântica que abriga os municípios de Nova Petrópolis, Gramado e Canela entre outros.¹²

... Este modelo nós fomos buscar através de algumas idas nossas às feiras internacionais e aí a importância de se freqüentar essas feiras internacionais, porque sempre se está vendo o que há de mais moderno e atualizado nessa área. Eu me lembro que num primeiro momento nós estivemos e uma ITB de Berlim, em 1987 ou 1988... e eu fui fazer um roteiro da Rota Romântica do sul da Alemanha e lá tomar conhecimento também dos outros 6 ou 7 roteiros integrados que tinham naquela região. Foi exatamente dali que nasceu o modelo que nós começamos a aplicar aqui no RS que eram os roteiros integrados.

O papel que uma organização como a Câmara de Turismo teve na criação da Rota Romântica se constitui em um exemplo a ser estudado já que através da sua atuação se inverteu o paradigma de que o desenvolvimento de regiões turísticas só se realiza a partir de iniciativas exclusivamente públicas.

Neste caso o primeiro estímulo surgiu de reuniões convocadas pela Câmara de Turismo junto às entidades representativas da iniciativa privada da região e das secretarias municipais de turismo.

¹² Municípios que fazem parte da Rota Romântica: São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Santa Maria do Herval, Presidente Lucena, Dois Irmãos, Ivoti, Morro Reuter, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula.

Teve especial destaque o relacionamento entre a Câmara de Turismo e a então Secretaria de Turismo de Nova Petrópolis, Terezinha Hass quem exerceu a liderança do setor público da Região durante todo o processo de implantação da Rota.

Posteriormente a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul participou do inventário turístico através dos professores e alunos do Curso Superior de Turismo. Após quase três anos de trabalho a Secretaria de Estado do Turismo decidiu participar de forma efetiva com o projeto de sinalização turística dos treze municípios participantes e o recapeamento da manta asfáltica da RS-115 que une Taquara a Gramado e da RS-235 de Nova Petrópolis a São Francisco de Paula, estradas essenciais para a circulação pela Rota Romântica.

Outro exemplo do papel mediador e estimulador da Câmara de Turismo pode se encontrar na Associação de Turismo da Serra Nordeste – ATUASERRA, entidade que administra a denominada Rota da Uva e do Vinho. Fundada em 25 de outubro de 1985, na Cidade de Caxias do Sul, teve como sócios iniciais as Secretarias de Turismo dos Municípios de Caxias do Sul, Antônio Prado, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha, Bento Gonçalves, Veranópolis, Serafina Corrêa, Nova Prata, Guaporé e São Marcos. Na ocasião esta Associação era representativa unicamente do poder público municipal.

A própria entidade em seu site de Internet declara:

Até 1997, as ações da Atuaserra restringiam-se a ações de promoção, principalmente na participação de 2 eventos: Festival de Turismo de Gramado e ABAV. Toda e qualquer

iniciativa de desenvolvimento de produtos dependia da iniciativa privada, excetuando 2 municípios: Antônio Prado (Tombamento pelo Iphan) e Flores da Cunha (Caminhos da Colônia), que dependeram exclusivamente das iniciativas públicas. Nos demais municípios, a iniciativa privada desenvolvia seus projetos, destacando-se Bento Gonçalves, com o Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra e a Maria Fumaça... Hoje com 30 associados contando também, com a participação da iniciativa privada, através dos Centros de Indústria e Comércio, Sindilojas e CDLs e o Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Similares da Região.¹³

A Câmara de Turismo o Rio Grande do Sul participou ativamente de um processo de motivação e estímulo aos empresários da região e poder público para que assumissem juntos o desenvolvimento turístico da região. Isso levou à modificação dos estatutos da entidade permitindo a participação efetiva da iniciativa privada na direção da mesma. Como consequência disso o Engenheiro Tarcisio Vasco Michelin do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da região assume a sua Presidência, como primeiro representante da iniciativa privada. Até os dias de hoje os representantes da iniciativa privada continuam ocupando o principal cargo da Entidade.

Outro exemplo similar a este foi a participação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul no processo de desenvolvimento da Rota Turística das Missões Jesuíticas e da Rota Internacional das Missões Jesuíticas.

Na primeira entidade, ela participou das reuniões realizadas em municípios da região para estimular a participação da iniciativa privada no desenvolvimento da Rota Turística Também intermediou as reuniões realizadas entre o poder público e a iniciativa privada da região que resultaram na criação

¹³Curriculum ATUASERRA em: <http://serragaucha.com/downloads/CurriculumeAtividadesdaAtuaserra.doc> - Acessado em 18/06/2005.

da Fundação Missões, entidade que promove e administra a Rota Turística das Missões Jesuíticas.

Na segunda entidade liderou a representação brasileira junto com a Argentina, Paraguai e Uruguai nas atividades relativas à Rota Internacional das Missões Jesuíticas, primeiro roteiro turístico integrado do Mercosul. A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul coordenou a iniciativa privada na elaboração do manual de vendas da Rota, lançado em novembro de 1998, durante a realização do World Travel Market, em Londres.

Atendendo os incisos “d” e “e” do artigo 3º de seus Estatutos “d) Promover o turismo regional ou interno e e) Promover o turismo nacional e internacional, especialmente o fluxo para o Rio Grande do Sul”, a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul tem coordenado e realizado missões comerciais (workshops) em diversos estados do Brasil e países vizinhos, promovendo, sistematicamente, desde o ano de 1992, encontros de empresários do setor turístico gaúcho com agentes de viagens e operadoras de regiões consideradas pólos emissores de turistas para o estado.

O perfil dos participantes destas missões comerciais está composto por empresários ou gerentes de vendas de hotéis, empresários do setor gastronômico, agentes de viagens receptivos, funcionários de prefeituras ou de rotas intermunicipais promovendo os empresários da sua região, funcionários de secretarias de turismo municipais e da Secretaria do Estado do Turismo.

Desde 1992, quando iniciaram estas atividades foram realizadas as missões comerciais e participações em feiras relacionadas a seguir:

4.5 Missões Comerciais e Participação em Feiras

Quadro 6 Missões Comerciais e Participação em Feiras

MISSÕES COMERCIAIS			
	Países	Cidades	Anos
INTERNACIONAIS	Argentina	Buenos Aires Córdoba Rosário Santa fé	De 1992 a 2004. De 1992 a 2004. De 1992 a 2004. De 1992 a 2004.
	Chile	Santiago	De 1992 a 2004.
	Uruguai	Montevideu	De 1992 a 2004.
	Estados	Cidades	Anos
NACIONAIS	São Paulo	São Paulo Águas de Lindóia Ribeirão Preto	De 1992 a 2004. De 1992 a 2005. De 1992 a 2004.
	Bahia	Salvador	De 1992 a 2004.
	Pernambuco	Recife	De 1992 a 2004.
	Ceará	Fortaleza	De 1992 a 2004.
	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	De 1992 a 2004.
	Paraná	Curitiba	De 2002 1992 a 2004.
	Goiás	Goiânia	De 1992 a 2004.
	Minas Gerais	Belo Horizonte	De 1992 a 2004.
	Distrito Federal	Brasília	De 1992 a 2005.
PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS			
	País/Cidade	Feira	Anos
INTERNACIONAIS	Argentina: Buenos Aires	FIT – Feria Internacional de Turismo.	De 1992 a 2004.
	Argentina: Córdoba	Feria Internacional de Turismo de Córdoba	De 1992 a 2004.
	Estado/Cidade	Feira	Anos
NACIONAIS	São Paulo: Águas de Lindóia Santos Campinas	AVIESTUR – Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior do Estado de São Paulo	De 1992 a 2005.
	São Paulo: Ribeirão Preto	Feira de Turismo de Ribeirão Preto	De 2002 1992 a 2004.
	Rio Grande do Sul Gramado	Festival de Turismo de Gramado	De 1992 a 2004.

As atividades que a Câmara de Turismo desenvolve na execução destas missões comerciais são:

1. Pesquisar quais são as agências de viagens e operadora turísticas que comercializam a oferta do estado e onde estão localizadas.
2. Prospectar novos mercados potenciais para realizar encontros de comercialização.
3. Estabelecer contatos com as entidades turísticas sediadas nessas cidades, principalmente ABAV, ABIH e ABRAJET, para solicitar apoio e o fornecimento de endereços dos associados locais.
4. Definir a logística de um roteiro ideal para realizar encontros comerciais incluindo a reserva de vôos, hotéis, translados, aluguel de salão, contratação de empresa de telemarketing e impressão de convites.
5. Realizar cálculos de custos e definir um orçamento para solicitar apoio ao Ministério do Turismo, Secretaria de Estado do Turismo e SEBRAE-RS.
6. Difundir a programação da missão comercial entre os empresários do setor, reunir o grupo participante e realizar a missão comercial.

Outra ação desenvolvida pela Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul tem sido a de organizar e coordenar viagens de familiarização (fam-tours) ao estado, de empresários e funcionários de agências de viagens e de operadoras que oferecem regularmente os produtos turísticos do estado do Rio Grande do Sul nas suas cidades ou estados de origem e também convidando agências de viagens ou operadoras que não comercializem esta oferta.

A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul também organiza viagens de familiarização (press-tours) ao estado para jornalistas de outros estados ligados ao segmento turístico, com o objetivo de apresentar suas potencialidades e características visando conseguir espaço nos meios de comunicação onde atuam estes profissionais.

Cabe ressaltar uma importante ação promovida pela Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul no ano de 1997, quando foi criado o Porto Alegre Convention & Visitors Bureau, peça fundamental na captação de eventos e congressos em geral, para a capital gaúcha. Esta nova organização tem permitido o desenvolvimento e a exploração deste segmento turístico. A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul realizou na época diversas reuniões procurando captar o apoio de entidades que participam direta ou indiretamente da atividade turística e recebeu apoio de três importantes federações: a Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (FIERGS), a Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL) e a Federação das Associações Comerciais (FEDERASUL).

Além destas atividades a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul mantém convênios operacionais com a Secretaria de Estado do Turismo (SETUR) e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), aspecto que, em várias ocasiões, tem facilitado ou viabilizado a participação do estado em eventos, feiras e workshops por intermediar o recebimento de verbas de apoio para promoção turística que por questões orçamentárias não poderiam ser repassadas diretamente a SETUR.

Também tem realizado convênios de cooperação com o Serviço de Apoio à Pequena e Média Empresa (SEBRAE), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), a Pontifícia Universidade Católica (FAMECOS/PUC), a Universidade Luterana do Brasil (ULBRA/Turismo), a Universidade de Caxias do Sul (UCS/Turismo), a Federação de Estabelecimento de Ensino Superior em Novo Hamburgo (FEEVALE/Turismo) e a Federação das Associações Comerciais do Rio Grande do Sul (FEDERASUL).

4.6 Eventos da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul

Ao longo de sua existência, a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul organizou dois eventos em parceria direta com a OMT, a EMBRATUR e a SETUR.

O primeiro deles foi o **“Simpósio Conta Satélite de Turismo. Alternativas e Adequações”** realizado nos dias 29 e 30 de junho de 2000 na cidade de Porto Alegre¹⁴. O evento trouxe por primeira vez para a América do

¹⁴ Ver Anexo

Sul a discussão sobre a metodologia de medição do impacto econômico da atividade turística. Dele participaram representantes de organismos responsáveis do turismo nacional, estadual e municipal do Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile assim como representantes e profissionais de institutos de economia e estatística dos estados brasileiros e profissionais do setor turístico.

O segundo evento foi o 1º Seminário Internacional das Missões Jesuíticas¹⁵, realizado nos dias 06 a 08 de dezembro de 2001 na cidade de São Miguel das Missões.

Este evento contou com a participação de dois especialistas da OMT em turismo cultural, o Dr. Jose Antonio Ferrero, ex-Diretor de Turismo de Galicia, Espanha e Diretor Geral do Conselho Empresarial da OMT, e do dr. Carlos Gutierrez, representante regional da OMT para as Américas. Também participaram deste Seminário representantes oficiais das Reuniões Especializadas em Turismo do Mercosul – RET e profissionais dos quatro países do Mercosul.

A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul também participou em parceria com a SETUR da organização de três edições do Salão Gaúcho de Turismo realizadas em 2001, 2002 e 2003. Este evento teve por finalidade principal o fomento dos produtos turísticos do estado do Rio Grande do Sul que foram desenvolvidos no marco do Programa Viajando Pelo Rio Grande, iniciativa da SETUR junto com os municípios e Conselhos de Desenvolvimento Regionais.

¹⁵ Ver anexo

CAPÍTULO 5 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Com a intenção de dar resposta a indagações deste estudo, nesta parte do trabalho retorna-se ao problema principal da pesquisa para analisá-lo à luz das informações obtidas durante o processo.

Por se tratar de um trabalho de corte qualitativo, o foco desta análise e de discussão dos resultados da pesquisa foi centrado nas questões formuladas em entrevistas realizadas com grupos diferenciados, de representatividade, procurando realizar a triangulação das informações com a intenção de dar resposta à indagação principal:

- 1) Pessoas que exerceram ou exercem a presidência da Câmara de Turismo,
- 2) Pessoas que exercem ou exerceram a presidência de entidades participantes da Câmara de Turismo,
- 3) Pessoas que possuíam cargos em órgãos públicos que se relacionavam com a Câmara de Turismo.

Para tanto, a seguir será realizada a análise das questões formuladas tentando respeitar a seqüência anterior para fundamentar as conclusões.

- 1) Que razões motivaram a criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?**

Conforme foi descrito no capítulo em que se aborda a evolução da Câmara de Turismo, o Estado de Rio Grande do Sul foi pioneiro na criação de organismos oficiais de turismo. Inicialmente o Rio Grande do Sul criou o Conselho Estadual de Turismo seguido pela criação do Serviço Estadual do Turismo e sua transformação em Sistema Estadual de Turismo seguindo um modelo inspirado nas experiências da Espanha e que culminaria com a criação da Secretaria de Turismo de Estado do Rio Grande do Sul.

Este período coincide com o surgimento e a consolidação de empresas que dão conta do desenvolvimento turístico proposto e estimulado pelo Estado.

Tudo isto consagrou uma forte presença do Estado como condutor do turismo. Este desenvolvimento coincidiu com o ambiente político no país, onde a história mostra um período de forte autoritarismo do regime militar e um grande crescimento em infra-estrutura, também chamado de “milagre brasileiro, mediante o endividamento público,.

Como já foi descrito anteriormente, o poder público do Estado do Rio Grande do Sul abriu mão de seu papel na atividade turística desativando a Secretaria de Turismo. Isto motivou a iniciativa privada a iniciar reuniões, em 1988, para procurar alternativas que permitissem fortalecer a atividade turística no Estado.

Os entrevistados dos grupos coincidiram em vários fatores unificadores: a necessidade de trabalhar juntos, a necessidade de contar com uma estrutura operacional que permita desenvolver projetos comuns e a necessidade de ter uma interlocução representativa com os diferentes níveis governamentais.

Na pesquisa documental realizada, foi constatado também que estas intenções foram registradas tanto nas atas prévias à fundação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul como no corpo dos estatutos da entidade.

Neste contexto, estas associações perceberam que alguma coisa tinha que ser feita para substituir a ineficiência do Estado. Iniciaram então as primeiras reuniões para tentar encontrar alguma solução, tendo a clareza que esta deveria passar pelo consenso construído por todas. Desta forma surgiu a idéia de criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

Algumas outras razões podem ser atribuídas às experiências que alguns dos fundadores em particular tiveram ao participar de organizações internacionais do turismo como o caso do Economista Loris Isatto e do Médico Pedro Chaves Barcelos, únicos presidentes brasileiros da Confederação de Organizações Turísticas da América Latina – COTAL, onde conheceram a realidade de situações e soluções similares as vivenciadas no Estado.

Para responder à primeira questão de pesquisa, se apresenta a seguir uma seleção dos depoimentos dos entrevistados agrupados de acordo com o tipo de entidade que representam.

Diretores da Câmara de Turismo:

1. Norton Luiz Lenhart

Pela própria necessidade do setor empresarial trabalhar junto. Num mercado tão competitivo como esse evidentemente precisamos ter mecanismos que façam que a gente possa perceber e atuar encima de projetos e programas que a gente

acha importante nessa atividade que a toda hora está alterando seu processamento, sua maneira de desenvolver.

Naquela oportunidade nós não tínhamos secretaria de turismo, o setor empresarial na verdade era representado e ouvido em somente duas entidades da época, que eram a ABAV e a ABIH e na verdade nós sabemos que o turismo é muito mais amplo que somente hotel e agentes de viagens, são partes, evidentemente, importantes do cenário, mas não somente estes atores, são os transportadores, restaurantes,” ... “entendemos que naquela época nós teríamos que criar um organismo que pudesse, primeiro ser um núcleo de inteligência do turismo privado gaúcho e esse núcleo, esse grupo de pessoas trabalharia encima de políticas de desenvolvimento do turismo para que, juntamente com o governo, pudesse então estimular o crescimento do turismo receptivo no estado do Rio Grande do Sul.

Primeiro, esse projeto de criação da Câmara foi um grande desafio e que ao meu modo de ver, até hoje, não foi tão bem compreendido como deveria ter sido pelo setor empresarial. Mas eu acho que nós, a Câmara de Turismo foi um divisor de águas no Rio Grande do Sul, porque, aí eu acho que o grande mérito da Câmara foi que ela ousou discutir o que era o produto turístico do Rio Grande do Sul.

2. José Torrano Coelho

Eu sei perfeitamente que a motivação da criação da Câmara de Turismo foi unificar o trade turístico que tivesse uma associação que representasse o trade, com isso fortificaria mais as funções já que partiria de um representante único perante os órgãos governamentais.

3. Wilson Muller

O fundamento da criação da Câmara exatamente é para unir as entidades, os segmentos turísticos, sou contra a palavra trade, acho ridículo usa a palavra trade, no sentido de em conjunto poder viabilizar propostas.

4. Walter Steiner

... as principais razões foram que a gente já notava na década de 80 a falta de ter um só interlocutor entre a iniciativa privada e o Governo, ... para que nós tivéssemos uma linha de ação conjunta para promover a vinda de mais turistas ao Rio Grande do Sul.

5. Flávio Casaccia

A necessidade de uma coordenação das atividades do setor e a centralização das demandas do turismo.

Associações e Universidades:

1. Norma Martini Moesch (PUC-RS)

A ausência do estado no espaço que não se podia permitir ficar à margem, à mercê de uma instituição que fosse minimamente agregadora e coordenadora dos esforços da iniciativa privada de um modo muito especial, e até diria, da iniciativa privada e de todas as instituições que de uma maneira ou outra estavam vinculadas por interesse, por afeto ao turismo.

Mas a rigor o próprio estado foi o grande causador e o grande oportunizador da criação da Câmara de Turismo.

Eu acredito que a Câmara de Turismo foi um organismo que surgiu com uma alma muito leve. E eu diria assim, ela tinha asas, sabe, ela tinha asas muito promissoras, muito acolhedora. Ela teve um significado muito especial para todos nós.

2. Carlos Krause (SINDETUR)

Com relação a Câmara de Turismo eu acho assim: eu já não conseguiria mais imaginar o Rio Grande do Sul sem uma Câmara de Turismo. Mas eu acho que nós ainda disputamos muito estrelismo dentro da Câmara de Turismo.

E sermos mais ativos e mais objetivos nas coisas que nós estamos buscando. Eu não vou dizer. Eu acho que a Câmara de Turismo já fez grandes trabalhos pelo estado do Rio Grande do Sul.

3. Carlos Ratnieks (ATTURS)

A Câmara de Turismo teria o papel para representar todos os setores ligados ao turismo como negócio.

4. Maria Isabel Mehme (SHRBS-RS)

... entendia que a Câmara de Turismo podia representar a área do turismo como um todo, de todos os segmentos e também vai a idéia da união de todo o estado do Rio Grande do Sul. Acho que um papel muito importante que eu vejo na Câmara de Turismo é que, se ela atingiu este objetivo, é pelo fato de

enxergar várias visões de um mesmo estado, diversas visões de um mesmo estado.

Poder Público:

1. Milton Zuanazzi

O papel de uma Câmara é um papel de uma liderança, mesmo que de uma liderança humilde, no sentido de que ela tem que ouvir a todos. Ela é humilde no sentido de ouvir mas ela é também pró-ativa no sentido de agir. A direção de uma Câmara tem que ter a humildade suficiente para entender todos os aspectos, inclusive os corporativos e ao mesmo tempo tem que ser ágil o suficiente para estar na linha de frente do processo.

2. João Carlos Vasconcellos

Eu lembro as atividades, primeiro de coordenação de tudo que se chama o trade turístico. A Câmara, ela mantém viva uma chama de fazer com que o turismo seja sempre lembrado, sempre movimentado como uma atividade econômica.

2) Quais os modelos de referência nos quais os fundadores se basearam para a criação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?

Neste ponto não existem divergências entre os entrevistados que responderam a esta pergunta, sendo que somente algum deles pertencem ao subgrupo do que poderiam ser chamados de “fundadores” da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul.

Os modelos de referência foram as câmaras existentes em vários países latino-americanos, especialmente Argentina e Uruguai, entidades estas com as que os membros “fundadores” já tinham contato em congressos e férias do setor turístico.

Diretores da Câmara de Turismo:

1. Norton Luiz Lenhart

Bem, o primeiro modelo de referência foi o modelo da Câmara de Turismo da Argentina. Naquela oportunidade nós pegamos os estatutos da Câmara de Turismo da Argentina, de um país do Caribe e outro da América do Sul, que não consigo lembrar agora. O principal foi a da Argentina que fez com a gente pudesse então ter um modelo de Câmara, mas basicamente foi o modelo argentino que nos inspirou.

2. Walter Steiner

Foi a Câmara de Turismo da Argentina que era e é até hoje a mais forte, ainda, na América Latina, a Câmara de Turismo do Uruguai que já existia e a Chilena.

3. Flávio Casaccia

O modelo de referencia foi a Câmara de Turismo da Argentina.

Associações e Universidades:

1. Norma Martini Moesch (PUC-RS)

O que eu sei é que os mentores intelectuais desse projeto tentaram ver em termos de Brasil se existia algo que pudesse dar referências, induzir caminhos, mas enfim, até onde eu tenho lembrança, e não sei se anterior ou posterior como comentávamos há pouco, eu e outros tantos sabíamos da existência de uma instituição no Paraná, que tinha uma finalidade similar àquela que nos propúnhamos a criar aqui. E também no Uruguai e também na Argentina buscou-se subsídios. Acho que no fim acabou sendo uma composição de modelos, nada serviu de modelo, essa é a verdade.

2. Carlos Ratnieks (ATTURS)

Poder Público:

1. Sem respostas.

3) Quais os projetos de turismo que tiveram a participação da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?

Neste ponto existe uma grande diversidade de respostas mesmo por membros de um mesmo grupo de entrevistado. Isto fica evidente no próprio grupo de ex-presidentes no qual nem todos eles lembram dos diversos projetos nos quais a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul teve participação efetiva.

Ficando a realização de missões comerciais como a atividade mais lembrada pela maioria dos entrevistados.

Diretores da Câmara de Turismo:

1. Norton Luiz Lenhart

... e começamos a elaborar o primeiro roteiro integrado aqui do Rio Grande do Sul que foi a Rota Romântica, logo depois também por iniciativa da própria Câmara nós fomos à ATUASERRA, conversamos com eles, com o setor privado também que pudessem participar daquele projeto de nós fazermos a Rota da Uva e do Vinho onde foi a aceitação e a

posse do Tarcisio Michelin como presidente da ATUASERRA e aí começou a desenvolver este projeto e imediatamente nasceu também o projeto da Rota das Missões Jesuíticas não só no território nacional mas o projeto internacional também veio na esteira desta proposta da Câmara e hoje para nossa alegria o Brasil inteiro adota esta sistemática que nós começamos aqui no Brasil.

O segundo grande papel da Câmara de Turismo e acho que foi fundamental para o Rio Grande do Sul também foi nós propiciarmos ao empresário a divulgação e comercialização de seu produto através de nossos workshops.

Outro trabalho que eu diria que foi importante também é o trabalho que nós fizemos junto ao Legislativo Estadual, naquela oportunidade era logo no nascedouro da Câmara também.

E na Constituição Federal nós tivemos um trabalho muito forte, nós tivemos uma frente parlamentar de Turismo e lá que conseguimos inserir na Constituição que o turismo é uma atividade econômica e social e que caberia ao estado e aos municípios e ao governo federal desenvolvê-lo juntamente com a iniciativa privada. Conseguimos inserir o turismo como atividade econômica dentro da Constituição Federal e o mesmo nós fizemos com a Constituição Estadual.

... isso ensejou e possibilitou que mais tarde através do governo Britto nós reativássemos a extinta Secretaria de Turismo do estado.

...No cenário nacional, para vocês terem uma idéia da importância da Câmara de Turismo, ela era a única entidade estadual que tinha assento no Conselho de Turismo do governo de Fernando Henrique Cardoso, porque as demais entidades eram entidades nacionais e a Câmara de Turismo era a única estadual que tinha assento naquele conselho...

... E também no cenário internacional nós nos associamos à Organização Mundial do Turismo porque achávamos que era importante fazermos, até para a gente estar acompanhando sempre de perto as novas tendências e o que estava acontecendo na área do turismo mundial e com muita rapidez e competência nós conseguimos que pela primeira vez uma entidade empresarial brasileira conseguiu uma vice-presidência na OMT. Este foi um dos feitos que até hoje não foi avaliado ainda, e a grandeza deste trabalho que foi realizado lá, para a gente conseguir uma vice-presidência dessas é uma coisa extremamente importante, isso abriu um espaço que até hoje nós tiramos proveito desse trabalho que a Câmara de Turismo começou a realizar dentro da OMT.

...E nós tivemos um trabalho tão forte dentro dessas RET (Reuniões Especializadas em Turismo m- Mercosul) que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul naquela oportunidade também era o representante legal nacional das entidades empresariais. Era a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul quem representava o setor privado dentro das RET do setor privado nacional.

Foi também um momento político muito importante da Câmara de Turismo e de realizações. Vê que foram trabalhos extraordinários, hoje mesmo se fala tanto em legislação de fronteira, este trabalho está pronto, foi feito aqui no Rio Grande

do Sul, aqui em Porto Alegre... Hoje tem uma lei que estabeleceu o Mercosul, nós estivemos naquela oportunidade, e ninguém mais que nós sentimos isso, com os nossos *workshop*, a necessidade dos produtos irem e virem inclusive os produtos de divulgação, era uma dificuldade para entrar nos países.

Hoje a legislação é flexível e nos permite entrar e sair com muito mais facilidade.

2. Wilson Muller

Houve aquele ensaio de conta satélite em todo o Brasil e até hoje ninguém sabe o que é conta satélite, a não ser meia dúzia de pessoas especializadas e nós realizamos através da Organização Mundial de Turismo.

3. José Torrano Coelho

Os principais projetos que eu tenha lembrança nessa minha vivência junto à Câmara de Turismo foram: 1º) Projeto de Missões Comerciais, que foi a forma mais prática de levar os empresários e os municípios para fora do estado, para vender o seu produto turístico, vender e promover o seu produto turístico, que é a grande missão, a grande função que a Câmara de Turismo assumiu nestes anos todos. Também eu posso falar que a Câmara de Turismo fez um seminário muito grande com as Contas Satélites, realizada no Hotel Plaza com uma frequência nacional muito boa, que infelizmente não teve um prosseguimento maior porque passou para o estado esta responsabilidade e “morreu na casca” como se diz.

Bem, nós estamos criando um projeto para interiorização da Câmara de Turismo e o restante trata-se apenas das Missões Comerciais...

4. Walter Steiner

O primeiro projeto foram os “*paper*”. Junto com o editor da revista AMANHÃ a Câmara de Turismo emitiu seu principal documento e na época foi uma das primeiras realizações, Depois a Câmara de Turismo começou então a fazer os workshops, que também foi bom porque o Rio Grande do Sul se ressentia disso e aí era um trabalho bonito em conjunto entre a iniciativa privada através da Câmara e os órgãos de governo.

Um terceiro momento da Câmara de Turismo foi quando o Norton assumiu como presidente, principalmente quando ele afiliou a Câmara de Turismo a OMT.

5. Flávio Casaccia

Na minha gestão como presidente, foi a feitura dos estatutos da entidade, principalmente o trabalho de inclusão do capítulo de turismo na Constituição do Rio Grande do Sul.

Associações e Universidades:

1. Norma Martini Moesch (PUC-RS)

E a Câmara de Turismo despontava quando ela anunciava que estava partindo em caravana para promover o turismo do Rio Grande do Sul. As jornadas de promoção, as jornadas de comercialização turística pelo Brasil afora e pelo Mercosul, pelos países do Mercosul e às vezes Santiago do Chile, um pouco mais adiante.

2. Paulo Reginatto (SINDEGTUR)

Mas uma coisa que me chamou a atenção e tem me chamado e tenho ouvido isso lá no governo federal quando lá estive nessas oportunidades das reuniões do conselho foi uma coisa que vocês fizeram Patrucco, que foi a conta satélite, porque até então tudo era “eu acho tal coisa”, “eu penso tal coisa”, “eu acho que é assim”, e essa idéia, esse primeiro movimento foi muito, isso é uma das coisas que reputo muito importante. Além, lógico, das ações mais técnicas que foram feitas mas aquelas que foram exatamente no mercado que eram os workshops, trazer palestrantes, enfim, eu entendo como muito correto.

3. Roger Baqui (ABIH-RS)

Então inclusive ocorreu aí a Câmara naquela época fez um movimento bastante grande no sentido de criar a Rota Romântica.

Achei uma situação louvável, a iniciativa de desenvolver um produto turístico.

A Rota Romântica foi um projeto que hoje é uma realidade, hoje essas cidades já estão mais estruturadas já tem um roteiro bom, os turistas comentam já, foi um projeto realmente muito bem montado, muito bem feito. Temos que dar os méritos para a Câmara, porque foi a Câmara que o fez.

E eu vejo o trabalho da única entidade que está se preocupando ainda em aglutinar a classe empresarial e levar para fora do estado para oferecer e vender o produto é a

Câmara de Turismo. Então esses workshops que a Câmara tem promovido com pouca adesão, diga-se de passagem, mas esses workshops é a única coisa de concreto que está sendo feita aqui no estado do Rio Grande do Sul, a nível de divulgação do estado, fora do estado.

4. Manuel Juarez Lima e Silva (ABAV-RS)

Que eu tenho notícias hoje são só os workshops. Essa visitação e conhecimento de feiras em outros estados e também em outros países. Isso é o que eu vejo da Câmara de Turismo e sei da Câmara de Turismo hoje.

5. Danilo Kehl Martins (SINDETUR)

A atividade que eu mais lembro eram os eventos que teve na ABAV, onde a Câmara de Turismo coordenou o Stand do Rio Grande do Sul junto com a iniciativa privada e o poder público, onde o estado do Rio Grande do Sul, por problemas políticos e financeiros não conseguia agilizar aquela parte toda ali do evento.

6. Maria Isabel Nehme (SHRBS-RS)

Viagens com workshops, isto é o que eu lembro mais das realizações deles.

7. Carlos Krause (SINDETUR)

Eu diria assim que no passado nós tínhamos uma participação mais ativa nas feiras. Mesmo que fossem aqui nas feiras da região do Mercosul.

8. Ricardo Ritter (SHRBS-RS)

Os workshops são bastante lembrados, têm as reuniões onde se discutem, relativas à participação representativa em entidades, junto a eventos do governo, tanto municipal como estadual, isso que vem mais na lembrança.

9. Carlos Ratnieks (ATTURS)

Aproximações com o Governo do Estado e Secretarias de Turismo dos Municípios, presenças no Mercosul e Feiras.

Poder Público:

1. Milton Zuanazzi

Eu lembro que a atividade que a Câmara mais se dedicou e talvez seja a que ela mais tenha tido sucesso, foi na promoção do destino Rio Grande do Sul, especialmente no Brasil como um todo e no Mercosul. A Câmara conseguia juntar os vários interesses especialmente da hotelaria, das agências, dos operadores, mas também do setor público, para fazer a promoção do destino, dando um conteúdo de unidade do destino Rio Grande do Sul.

Em geral foram muitos workshops, participação em feiras também. Muitos workshops, especialmente no Mercosul. Fizemos vários não só nas capitais e no interior da Argentina inicialmente e muitas feiras internacionais realizamos de forma conjunta.

2. Tânia Maria Brizolla

O que mais me lembra é a questão de apoiar o processo de comercialização, ser o ente que auxiliava na organização das diferentes facções de comercialização, além do processo de organização da iniciativa privada, facilitador da relação entre o setor público e a iniciativa privada. Mas o que mais me destaca, que eu acho que a gente mais atuou em conjunto foi o apoio ao processo de comercialização, um braço executor de uma Secretaria de Estado no processo de comercialização.

Especificamente na questão dos workshops, organização de feiras, participação de feiras e eventos, capacitação para essa parte de comercialização.

3. João Carlos Vasconcellos

Além disso a principal atividade da Câmara é a promoção do estado do Rio Grande do Sul é a função dos empresários que têm uma visão um pouquinho mais elevada dessa atividade em fazer essa promoção através dos workshops, ...

4) Como é o relacionamento entre a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e as instituições associadas?

As respostas obtidas a esta pergunta evidenciam algum dos que poderiam ser os principais empecilhos para que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul seja eficaz na sua função:

A resistência dos diversos interlocutores em reconhecer a liderança que esta entidade necessariamente tem que exercer para efetivar seu papel de representação das entidades do setor turístico.

O não exercício desta liderança por parte dos diretivos da entidade.

Os motivos destas situações podem ter origem em questões culturais, de formação e até comportamentais dos diferentes atores que participam, direta ou indiretamente da gestão da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e poderiam ser objeto de um estudo mais aprofundado no futuro já que as implicações de um trabalho deste teor superam os objetivos do presente dissertação.

Diretores da Câmara de Turismo:

1. Norton Luiz Lenhart

Eu te digo que o maior problema é a falta de associativismo mesmo no setor empresarial. É um mal do Brasil, não sei se nos outros países acontece isso, mas de qualquer forma, aqui nós temos grandes dificuldades de trabalhar esta questão. Se as pessoas tivessem consciência da importância desse instrumento que é a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, o desenvolvimento dos seus negócios, eu tenho convicção que

poderia avançar mais. As nossas entidades, na grande maioria, passam por grandes dificuldades, principalmente as associativas, na questão de arrecadação, porque à medida que as empresas ou a economia têm alguma dificuldade, evidentemente é transferida também para as entidades.

...Se tivéssemos a consciência clara dessa importância, se nossas lideranças que hoje estão aí tivessem a consciência clara, eles deveriam se juntar e utilizar a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul como instrumento de desenvolvimento.

2. José Torrano Coelho

...É claro que um presidente de uma associação depender da Câmara de Turismo se torna mais difícil porque ele se acha a autoridade máxima e nunca gosta de ser representado por outra. Então, por isso é que eu digo, se o trade não estiver unido à Câmara de Turismo com as associações afiliadas, ela não será fortalecida porque ninguém quer tirar o cargo ou a posição que ele ocupa no mercado porém tem que haver, no meu ponto de vista, uma união, porque se não houver parceria no turismo, não funciona.

3. Wilson Muller

São muito boas, são práticas, são instrutivas porque a diretoria da Câmara é formada pelas entidades, pois nesse momento sou presidente representando a Associação dos jornalistas. O nosso primeiro vice-presidente o Eduardo do Everest é da ABIH. Em segundo lugar tem uma senhora da ABAV e assim na seqüência todas as entidades praticamente fazem parte da diretoria ou dos conselhos. É um trabalho conjunto.

4. Walter Steiner

O relacionamento desde o início não mudou e não foi dos melhores porque as entidades que compõem a Câmara de Turismo não aceitavam ter um órgão, vamos dizer, em nível superior, não entenderam que cada entidade deveria trabalhar com seus associados, mas que o conjunto deveria ter um pensamento único em relação aos problemas da promoção, enfim, aos problemas do turismo no estado. Então não digo que foram tumultuadas ou conturbadas seria talvez uma palavra mais forte, mas houve algumas entidades que solaparam o trabalho da Câmara de Turismo

5. Flávio Casaccia

Alguns dirigentes de entidades crêem que a Câmara de Turismo é apenas mais uma entidade e por isso a falta de um apoio mais forte das entidades.

Associações e Universidades:

1. Norma Martini Moesch (PUC-RS)

E a Câmara de Turismo despontava quando ela anunciava que estava partindo em caravana para promover o turismo do Rio Grande do Sul. As jornadas de promoção, as jornadas de comercialização turística pelo Brasil afora e pelo Mercosul, pelos países do Mercosul e às vezes Santiago do Chile, um pouco mais adiante.

...Por outro lado, quando a Câmara de Turismo surge, algumas autoridades que, na verdade presidem estas instituições, mas não necessariamente as lideram, não recebem com muito entusiasmo, no primeiro momento, porque acham que vão perder o seu próprio brilho, se é que tinham algum brilho. E que a Câmara de Turismo tomaria espaço até então defendido por essas instituições. Acho que a Câmara conseguiu, na verdade, tirar um esclarecimento, com tempo também, e uma concepção nova de que a Câmara de Turismo era, como dizia o próprio slogan, “A Câmara somos todos nós”, até que essas entidades assimilassem que a Câmara de Turismo poderia realmente facilitar caminhadas e oferecer parcerias, de compartilhar esforços, levou tempo.

2. Maria Isabel Nehme (SHRBS-RS)

Entendia que a Câmara de Turismo podia representar a área do turismo como um todo, de todos os segmentos e também vai a idéia da união de todo o estado do Rio Grande do Sul. Acho que um papel muito importante que eu vejo na Câmara de Turismo se ela atingiu este objetivo é pelo fato de enxergar várias visões de um mesmo estado, diversas visões de um mesmo estado. Por que ela na verdade é isso. Várias áreas de um estado.

3. Carlos Krause (SINDETUR)

A Câmara de Turismo sozinha não é ninguém. A Câmara existe encima de uma série de associados, Sindetur, Abav, ABIH, todas as associações e entidades é que formam a Câmara de Turismo. Só que a Câmara de Turismo acha que ela é única e que ela é digamos assim, auto-suficiente só por causa disso. E não é assim.

4. Carlos Ratnieks (ATTURS)

...Ter os representantes dos setores mais atuantes e um diretor contratado para fazer a parte comercial...

5. Danilo Kehl Martins (SINDETUR)

...Não dificultava, mas também não trazia, para o SINDETUR, grandes benefícios, até porque o SINDETUR sendo uma entidade muito classista, preocupada com algumas coisas muito específicas, até por ser sindicato, e nós não estávamos, não digo independentes, mas não muito voltados para algumas atividades que a Câmara fazia. Só que às vezes acontecia de a Câmara, não atrapalhar, mas de entrar em áreas que eram específicas do Sindicato, ou das agências de viagens, e às vezes sem estar junto à entidade, no caso, que era das mantenedoras da Câmara.

6. Manuel Juarez Lima e Silva (ABAV-RS)

Eu vejo a Câmara de Turismo hoje como se fosse a nossa federação das entidades do setor. Fazendo assim uma comparação, a Federasul que eu acho que é uma entidade fantástica e que representa as associações comerciais de cidades do Rio Grande do Sul. Eu vejo que a Câmara de Turismo pode ocupar exatamente o espaço similar ao da Federasul, sendo a grande federação das entidades do setor de turismo, da atividade como um todo.

7. Ricardo Ritter (SHRBS-RS)

...Eu acho que ela deveria realizar mais reuniões que congregassem todas as entidades de turismo, principalmente os dirigentes dessas entidades onde se tratassem políticas comuns e também posicionamentos comuns, reivindicações comuns perante o poder público. Fazer um trabalho de união entre as entidades do turismo. Formatação de posições do trade em relação ao que pretendo o turismo na área de planejamento e organização de ações. Em conjunto entre todos os agentes de turismo. Seria uma ação muito importante a ser feita.

8. Paulo Reginatto (SINDEGTUR)

Eu acho que a Câmara de Turismo, quem for presidente, lógico que tem que ser uma pessoa capacitada, ela congrega os segmentos mais expressivos do RS, indiscutivelmente. Não vai ser um governo que pode pensar diferente disso.

Poder Público:

1. Milton Zuanazzi

...Eu avalio frágil. Eu acho que as entidades ficam se perguntando o que é mais importante, a sua entidade ou a Câmara? E essa pergunta, quando eu faço essa pergunta começou a ficar ruim a coisa. Esta pergunta não pode ser feita. A minha entidade é importantíssima, mas a minha entidade também é. A minha entidade para fazer isso, a defesa dos meus interesses e da minha corporação. A Câmara para atuar no setor do turismo, para nos integrar para ter um papel integrador pró-ativo, como eu disse...

...A cultura brasileira é uma cultura muito corporativa. Seja no meio empresarial, seja no meio dos trabalhadores, seja no meio das universidades, por exemplo, muito corporativas, muito fechadas em si. E uma Câmara para funcionar ela tem que ir além dos aspectos corporativos, então ela precisa da adesão e a adesão, o motivo principal da adesão é a confiança. E o que leva você a ter confiança num instrumento é a consciência, a vontade de fazer. Então acho que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, apesar de ser a única ou talvez a primeira, existem outras iniciativas no Brasil, mas o fato é que nós não conseguimos ainda, no Brasil, ter uma iniciativa, um instrumento desta qualidade exatamente por estes aspectos que antecedem a formação de uma Câmara e que, também, aspectos que são necessários para que ela tenha consistência e força....

2. João Carlos Vasconcellos

...Eu acho que no âmbito dos recursos financeiros da Câmara no grau de consciência que tem o empresariado a respeito de uma entidade representativa, a Câmara realiza coisas quase além de sua capacidade operacional. Conheço bem as dificuldades financeiras da Câmara e eu teria muita dificuldade para dizer o que a Câmara não realiza mas deveria realizar...

...Mas a Câmara como congregadora de várias entidades ela tem tido muita dificuldade em função dessa egolatria, de um presidente de uma determinada entidade às vezes não se submete às decisões de um coletivo à raiz de ele ser o presidente de uma entidade que pode ser às vezes poderosa

ou ele pensa que é poderosa. Então isso tem sido muito difícil de conseguir trabalhando em uma sociedade que se maneja com essa visão de mundo...

3. Tânia Maria Brizolla

...Quando eu conheci a instituição eu me surpreendi com a instituição. Porque ela tinha reuniões periódicas com estes entes, faziam uma participação bem forte das instituições, das associações que formavam a Câmara. Na realidade depois eu vi um processo de esvaziamento, depois vi de novo um processo de retomada dessa relação. Falta um pouco de respeito por parte das instituições em relação à Câmara. Qual é o papel, para que se criou?

...Esta era sempre uma discussão que a gente fazia com os dirigentes da Câmara, não era substituir o papel da Secretaria, mas ser um apoiador e inclusive um braço operacional da Secretaria.

5) Como é o relacionamento entre a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e o poder público?

Esta pergunta tem sido respondida num contexto similar a anterior tanto nas suas justificativas como nas implicações respeito das questões atitudinais dos atores que participam do campo de forças no qual a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul exerce suas funções.

Diretores da Câmara de Turismo:

1. Norton Luiz Lenhart

...Em determinado momento o governo até achou que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul seria uma espécie de contraponto ao órgão oficial de turismo que é um grande equívoco. A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul teria a finalidade de colaborar com esse órgão, e ele deveria ser o interlocutor do setor privado junto à área governamental. Isso facilitaria a gestão governamental que falaria com um interlocutor e não com dez...

2. José Torrano Coelho

...Com referência ao estado nós temos um problema grande porque têm técnicas dentro da SETUR que se intitulam profundas conhecedoras do Turismo. Podem ser organizadoras, podem ter conhecimento encima de um papel porém na prática de comercialização não existe conhecimento nenhum porque o governo nunca foi vendedor de produto turístico. O governo sempre foi um órgão para promover o turismo, essa é a grande função do governo, e não é vender.

3. Walter Steiner

...Com o poder público aconteceu também algo interessante. Os funcionários, principalmente, da Secretaria de Turismo e da antiga CRTUR se sentiram assim achando que a Câmara de Turismo vinha inclusive tomar o lugar deles. E não é verdade, era para fazer um trabalho em conjunto, sempre se pensou em conjunto, nunca em se sobrepor ao trabalho do próprio estado, do Governo no caso.

...Eu acho que o relacionamento com as autoridades do poder público, autoridades turísticas, sempre foi bom eles sempre encararam como mais um a ajudar, mas com raras exceções nunca encararam a Câmara como aquela entidade para um diálogo mais franco. Sempre chamavam duas, três entidades e a Câmara de Turismo, sempre colocaram a Câmara no mesmo patamar de uma ABIH, de uma ABAV, por exemplo. O que não era.

4. Flávio Casaccia

A falta de visão de que o turismo é uma atividade econômica, geradora de emprego e renda e por conseqüência a falta de uma política mais efetiva em relação ao setor.

Associações e Universidades:

1. Norma Martini Moesch (PUC-RS)

... isto só se deu a partir da Câmara de Turismo. A Secretaria de Turismo do Estado não havia ainda compartilhado este espaço político então o interior esteve presente, foi chamado pela Câmara de Turismo, foi convidado pela Câmara de Turismo. A Câmara de Turismo deu espaço, ela democratizou

a construção de políticas de fomento, de estímulo e de desenvolvimento do turismo do estado.

2. Carlos Ratnieks (ATTURS)

...Poder público encontra-se com dificuldade de realizar promoções pelo estado, pois o planejamento estratégias são muito demoradas.

3. Maria Isabel Mehme (SHRBS-RS)

... Eu acho que falta um pouco de respeito do poder público em relação à atividade da Câmara de Turismo. Isso pode ser falha do poder público em não entender qual é a função da Câmara como também pode ser falha da Câmara por não saber se posicionar com relação ao poder público.

4. Ricardo Ritter (SHRBS-RS)

Eu acho que hoje pelo menos a Câmara de Turismo é uma entidade reconhecida pelo poder público pela maioria das pessoas que a presidiram nos últimos anos

5. Manuel Juarez Lima e Silva (ABAV-RS)

...Eu acho que um pouco fraco. Acho que a Câmara de Turismo pela representatividade que ela tem poderia estar hoje muito mais próxima do governo, muito mais próxima dos órgãos públicos e eu não vejo um trabalho nesse sentido. É como eu te digo, o nosso setor hoje está muito inerte. Eu acho que faltaria fazer um plano de ação voltado para essa aproximação dos órgãos públicos.

6. Danilo Kehl Martins (SINDETUR)

Eu acho que a Câmara conquistou um bom espaço, nessa área junto ao poder público. Nos últimos tempos não tenho acompanhado muito. Só que a Câmara ainda não, como todas as entidades turísticas, infelizmente, do setor público, são muito pouco usadas, requisitadas pelo setor público para saber o que fazer, como fazer.

Poder Público:

1. Milton Zuanazzi

...Eu posso falar do meu tempo. Foi um relacionamento melhor do que nós poderíamos ter, relacionamento de compreensão, respeito e até de irmandade de ações. Eu não estou muito a par daqui do Rio Grande do Sul, estou só nessa função nacional, tenho recebido documentos da Câmara, vi que nos workshops que ela tem organizado ela se mantém nessa linha de workshops, portanto deste aspecto de promoção...

2. João Carlos Vasconcellos

...Eu aprendi muito com a Câmara muito com todo o pessoal que trabalhava com a Câmara desde o primeiro workshop que participei e eu recordo que o primeiro workshop que eu participei foi em Santiago do Chile e no qual os hotéis de Porto Alegre sequer conversavam entre si, colocavam uma mesa distante da outra, ou seja, não existia o destino Porto Alegre...
...Se eu tenho aprendido alguma coisa eu devo à Câmara e acho que ela é muito importante no desenvolvimento turístico do Rio Grande do Sul ela é quase que a chaminha olímpica que não se apaga nunca. Apesar da falta de combustível...

3. Tânia Maria Brizolla

...Eu avalio as relações como muito boas desde que a gente consiga construir. Uma das questões que eu sentia falta era ter técnicos ...
...Especificamente na questão dos workshops, organização de feiras, participação de feiras e eventos, capacitação para essa parte de comercialização. Tinha muito a ver com aquilo que eu desempenhava, eu demandava assim, acabava precisando muito que a Câmara ocupasse seu espaço porque a gente tinha necessidade que uma entidade pudesse chamar, fazer a representação das outras associações, dos outros órgãos associados, enfim. Mas principalmente nesta questão da comercialização, organização de feiras, organização de workshop, participação com as entidades...

Análise

Os integrantes das entidades relacionadas ao setor turístico criaram, em 1989, a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, buscando, através da união

destas organizações estabelecer ações conjuntas no intuito de construir um objetivo comum que trouxesse retorno mercadológico a todo o trade turístico do estado.

Conforme relatado no tópico anterior, as ações da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul sensibilizaram o poder público obtendo como resultado a inclusão de artigo específico na Constituição do Estado, pontos que vêm ao encontro dos aspectos que, enfatiza Kotler (1978, p. 76), devam ser seguidos por entidades não governamentais e não lucrativas na busca de seus objetivos de ampliação mercadológica.

O mesmo Kotler, junto com Haider e Rein (1993, p. 126), coloca que a região que busca efetuar seu marketing turístico, deve decidir que tipo de turista deseja. Neste aspecto a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e seus associados optaram por direcionar a maior parte de seus esforços na captação de turistas provenientes da Argentina, Uruguai e Chile.

Contudo, na busca de um maior incremento e participação do turismo interno, também são desenvolvidas atividades em outros estados do Brasil. Estas ações são efetuadas tendo em vista suas potencialidades que atraem o turista proveniente do norte e nordeste do próprio país. Uma vez que as características climáticas e geográficas do estado do Rio Grande do Sul, pelo contraste, diferem de suas regiões de origem.

Neste sentido são efetuados workshops no interior dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro e, nas principais capitais do Norte e Nordeste do País. Todas as ações desenvolvidas nestes países e demais regiões do Brasil

buscam ampliar o fluxo de turistas provenientes destas áreas e motivar a permanência dos que utilizam o estado como portão de entrada para o país.

Com este intuito, como já ressaltado, os integrantes da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e seus associados, organizam encontros de negócios nos países e regiões citadas efetuando contato com agentes de viagens e operadoras, além de participarem de feiras e eventos ligados à área de turismo, na busca de promover o estado do Rio Grande do Sul demonstrando o potencial de zona turística que a região possui.

Outro aspecto que deve ser detectado no marketing de destino desenvolvido pela Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul é o trabalho institucional desenvolvido junto a outras entidades ou organizações que atuam na área turística. Este aspecto pode ser comprovado pela participação que teve a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul no Conselho Empresarial da OMT, colocando as entidades associadas, a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul e o estado do Rio Grande do Sul em evidência junto a grandes empresas e organizações do trade turístico mundial. Também por intermédio da Câmara, foi realizado em 2000 o primeiro Seminário de Contas Satélite de Turismo no intuito de sensibilizar autoridades e iniciativa privada para a implantação desta metodologia de medição do impacto econômico do turismo, idealizada pela OMT.

Além disso, a coordenação e o auxílio na implantação do Porto Alegre Convention & Visitors Bureau, tem permitido a captação e execução de diversos grandes eventos, das mais distintas áreas, uma vez que a localização

privilegiada da cidade coloca-a como ponto central para o deslocamento de participantes provenientes das capitais do Uruguai, Chile, Argentina e Paraguai e de cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Florianópolis.

Um último aspecto, mas nem por isso o menos importante, que não pode deixar de ser citado, é que a simples existência de um organismo como a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, tem auxiliado o Estado e a própria Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul a terem maior agilidade administrativa e operacional para participar em feiras e eventos nacionais e internacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao estudar a história da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, observa-se que em seus 16 anos de atuação e tal como foi relatado neste trabalho tem demonstrado sua capacidade de realização e sua importância em vários aspectos da atividade turística do Estado e do Brasil.

Na área de estímulo e apoio ao desenvolvimento do turismo do Estado fica evidente pela sua atuação junto dos roteiros integrados como Rota Romântica e Rota das Missões entre outras.

Na promoção e comercialização de produtos turísticos com a sua constante realização de missões comerciais e participação em eventos e feiras profissionais no Brasil e nos países do Cone Sul.

Na representação do setor empresarial do turismo tem realizado diversas atividades em diversos foros como nas Reuniões Especializadas de Turismo do Mercosul, no Conselho nacional de Turismo e como membro do Conselho Empresarial da OMT, entre outras. Assim como na interlocução com os governos Federal, Estadual e municipais.

Também é possível afirmar que desde a data da sua fundação, a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul enfrentou diversos desafios relacionados principalmente ao seu pioneirismo como entidade do terceiro setor, atuando no turismo devido a estar ingressando em um ambiente que

tradicionalmente é compartilhado exclusivamente pelo poder público e pela iniciativa privada.

Esta nova situação que nem sempre foi compreendida ou apoiada efetivamente pelas entidades associadas e pelos administradores públicos e tal como pode ser percebido nas entrevistas realizadas, se evidencia que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, algumas vezes, foi considerada uma concorrente nas atividades, no prestígio e na representação, tanto pelo poder público como pelas entidades empresariais afiliadas a mesma.

Um outro aspecto que chama a atenção do pesquisador à luz das entrevistas realizadas é a evidencia de que a maioria dos membros das entidades assume as funções de direção por motivos diferentes de sua capacidade administrativa e sua capacitação. Isto provoca uma forte dependência por parte da instituição à personalidade e caráter do dirigente.

Isto nos permite refletir sobre a necessidade de realizar outros estudos sobre as relações interpessoais nas organizações, as relações de poder, assim como as questões comportamentais dos membros das entidades para poder compreender melhor o funcionamento de este tipo de organizações e, tal vez, apontar com um possível caminho de solução para estas assimetrias.

BIBLIOGRAFIA REFERENCIADA

ASCANIO, Alfredo. **Elementos Del Turismo como Sistema**. Mérida: Editorial Venezolana, 1998.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003.

_____. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2002.

BENI, Mario. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2001.

BOBBIO, Norberto. **Igualdade e Liberdade**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Ed. Ediouro, 1997.

BOGDAN, R. e BIKLEN, S. **A Investigação qualitativa em educação**. Porto: Porto Editora, 1994.

[BRASIL](#): **Código Civil** . Obra coletiva da Ed. Saraiva por Antonio Luiz de Toledo e outros. 9ª.ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.

[CANTON](#), Antonia Marisa. **Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor**. São Paulo: Ed. Roca, 2002.

CAPECE, Gustavo. **Política Turística**, Metodologia para su concepción y diseño. Buenos Aires: Ladevi Ediciones, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 2000.

DINIZ, Maria Helena. **Código Civil Anotado**. São Paulo: Ed. Saraiva, 1995.

FERNANDES, Rubem César; Oliveira, Miguel Darcy. **Estado, Mercado e 3ro. Setor**. www.rits.org.br. Rio de Janeiro. 2003. Disponível em: < http://www.rits.org.br/idac.rits.org.br/idac_em3a.html > Acesso em 06 jan. 2004.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. **Teoria e Técnica do Turismo**. 3ª ed. Madrid: Ed. Madrid Nacional, 1971.

GETZ, Donald. **Models in Tourism Planning** – Towards integration of theory and practice, in *Tourism Management*. Belfast: Butterworth & Co, 1986.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Principais Inovações no Código Civil de 2002**. São Paulo: Ed.Saraiva, 2002.

GOUVÊA, Ronaldo Guimarães. **Políticas públicas, governabilidade e globalização**. Revista do Legislativo nº 25. Belo Horizonte, 1999.

KHAN, H. **A explosão do turismo** – Decisões políticas em Cingapura. In: TYLER, D.GUERRICA, Y. e ROBERTSON, M. (orgs.). *Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática do planejamento turístico nos centros urbanos*. São Paulo: Futura, 2000.

KOTLER, Philip. **Marketing para organizações que não visam lucro**. São Paulo: Atlas, 1978.

_____, BOWEN, John, MAKENS, James. **Mercadotecnia para Hoteleria y Turismo**. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S. A., 1997.

_____ ; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving. **Marketing público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países**. São Paulo: Makron Books, 1995.

_____. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 1999.

KRIPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 1989.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Edições Tempo Universitário, 1984.

HALL, Michael. **A Tomada de decisão política e o planejamento centralizado**. Darling harbour, Sydney, in TYLER, D., GUERRICA, Y. & ROBERTSON, M. *Gestão de Turismo Municipal. Teoria e Prática do Planejamento turístico nos centros urbanos*. São Paulo: Futura, 2000.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

HÜBNER FLORES, Hilda Agnes, Org. **Turismo no Rio Grande do Sul: 50 Anos de Pioneirismo no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS. 1993.

JAFARI, Jafar. **Encyclopedia of Tourism**. New York: HARDCOVER, 1999.

KAHN, Habibulah.- **A explosão do turismo** - Decisões políticas em Cingapura, in TYLER, D., GUERRICA, Y. & ROBERTSON, M.- *Gestão de Turismo Municipal. Teoria e prática do planejamento turístico nos centros urbanos*. São Paulo: Futura, 2000.

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, M. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: E.P.U. 1986

MOLINA, Sergio e RODRIGUEZ, Sergio. **Planejamento Integral do Turismo, um enfoque para América Latina**. Bauru: EDUSC, 2001.

_____. **El posturismo**. México: Edição do Autor, 1998.

_____. **Turismo: metodologia para su planificación**. México: Trillas: Universidad Anáhuac, 1997.

_____. **Turismo y ecologia**. 6. ed. México: Trilhas, 2000.

MCINTOSH, Robert W.; GOELDNER, Charles R.; RICHIE, J.R. Brent. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

OIT - ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. “**El desarrollo de los recursos humanos, el empleo y la mundialización en el sector de la hotelería, la restauración y el turismo**” – Ginebra – 2001 . Disponível em: <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhct-r.pdf>
Acesso em 20 jan. 2004.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - CEOMT – Consejo Empresarial de la Organización Mundial de Turismo. **Cooperación Entre los Sectores Público y Privado**. Madrid: Ed. OMT, 2001.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, *The impact of the September 11th attacks on tourism: The light at the end of the tunnel - Special report 20-* Madrid 2002.

PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e Entidade de Interesse Social**. Brasília: Ed. Brasília Jurídica, 1999.

PEARCE, Douglas G. **Tourism Development**. Harlow: Longman, 1992.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas. São Paulo: Papirus, 1997. (Coleção Turismo).

[TURNER, Louis; ASH, Gordon. La horda dorada. Madrid: Ediciones Endymion, 1991.](#)

[SMITH, Valene. Anfitriones e invitados. Ed. Endymion. Madrid 1992.](#)

SECTUR – OMT. **Manual de Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos**. México-DF: SECTUR, 1998.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BARRETTO, Margarita, REJOWSKY, Mirian.(Org.).**Turismo: interfaces, desafios e incertezas**. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

CAMARGO, Haroldo.Leitão. **Patrimônio Histórico e Cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

DODSON, Belinda. KILIAN, Darryl. **De porto a playground** – A revitalização da enseada de Victória & Alfred, Cidade do Cabo. In: TYLER, D. GUERRIER, Y. ROBERTSON, M.(org.): Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2001.

DRUCKER, Peter. **Desafios Gerenciais para o Século XXI**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

EVANS, Katie. **Competição pelo espaço-patrimônio** – O conflito entre residentes e turistas do Cairo. In: TYLER, D. GUERRICA, Y. e ROBERTSON, M. (orgs.). Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática do planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2000.

GOELDNER, Charles. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MARINHO. A; SCHUMARTZ, G.M. **Caverna do Fazendão: Experiências Turísticas de Sensibilização**.in: Turismo em Análise. São Paulo, 2001.

MURTA, Stella. Maris., ALBANO, Celina. (org.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Minas Gerais: Editora UFMG. 2002.

MULES, Trevor. **Turismo de eventos e desenvolvimento econômico na Austrália**. In: TYLER, D.GUERRICA, Y. e ROBERTSON, M. (orgs.). Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática do planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2000.

REJOWSKI, Mirian. (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.

REJOWSKI, Mirian. COSTA, Benny. Kramer. (Org.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

SANTOS, S.M.P. dos.(Org.). **Brinquedoteca: A criança, o Adulto e o Lúdico**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental**. Vols. I e II. São Paulo: Aleph, 2000.

TAKAHASHI, L. Y. ,MILANO, M. S. E VASCONCELOS, J. M. de O. **Uso Recreativo e Perfil dos Visitantes do Parque Estadual Pico do Morumbi e da Reserva Natural Salto Morato (PR)**. Turismo em Análise. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 2001.

TRIBE, John. **Economia do lazer e do turismo**. São Paulo: Manole Ltda, 2003.

TUNBRIDGE, John. **Gestão de turismo em Ottawa, Canadá**-Cultivo em um ambiente frágil. In: TYLER, D. GUERRIER, Y. ROBERTSON, M.(org.):Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2001.

ULIAN, F.,DIAS, L.V. **Comunicação visual e acessibilidade do turista estrangeiro** na cidade de São Paulo.Turismo em Análise. São Paulo, 2001.V.12 nº1.

URRY, John. **O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: SESC. 1990.

VAN DER BORG, Jan. **Gestão de turismo em Veneza ou com lidar com o sucesso**. In: TYLER, D.GUERRICA, Y. e ROBERTSON, M. (orgs.). Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática do planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2000.

THEOBALD, William F. (org.) **Turismo Global**. São Paulo: SENAC, 2001.

WRIGHT, P., KROLL, M., PARNELL, J. **Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.

ANEXOS

A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul
Entrevista semi-estruturada – ASSOCIAÇÕES

1. Que cargo você ocupava quando conheceu a Câmara de Turismo do RS -Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul? - Em que período foi?
2. Antes de entrar no assunto da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, qual é a sua opinião, em geral sobre o papel que as Organizações do 3ro. Setor teriam à desempenhar no turismo?
3. Quais as atividades que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul realiza que você lembra?
4. Quais foram as atividades nas que se envolveu em parceria com a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?
5. Desde seu ponto de vista, existem atividades que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul não realiza e deveria realizar?
6. Como avalia o relacionamento da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul com o Poder Público?
7. A existência da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul facilitou e ou dificultou quais aspectos no desempenho de seu cargo?
8. Como avalia o relacionamento da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul com as demais entidades representativas da atividade turística no estado?

Relação de Ex-Presidentes das Entidades Fundadoras da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul

1. SHRBS - POA

1971/1989	PLÁCIDO LOPES DA FONTE
1989/1998	JOÃO ANTÔNIO LONGONI KLEE
1998/2005	RICARDO KRÜGER RITTER

2. ABIH – RS

1971/1989	JOSEF FINKIELSZTEIN
1989/1994	ERNANI DIETERICH
1995/ 1998	ROGER BAQUI
1998/2000	CARLOS SCHMIDT
2000/2002	RONALD SPIECKER
2002/2005	ROGER BAQUI

3. ABAV – RS

1989/1990	ABRAHÃO FINKELSTEIN
1990/1993	PEDRO CHAVES BARCELLOS
1993/1995	VALDIR CARDOZO
1995/1997	VALDIR CARDOZO
1997/1999	ABRAHÃO FINKELSTEIN
1999/2001	ABRAHÃO FINKELSTEIN
2001/2003	MÁRIO DICK
2003/2005	MANOEL JUAREZ LIMA DA SILVA

4. SINDETUR – RS

1986/1989	WALTER STEINER
1989/1992	AÍDA BERTOGLIO
1992/1995	JORJE FURJAN PALLER
1995/1998	JORJE FURJAN PALLER
1998/2001	DANILO KEHL MARTINS
2001/2004	DANILO KEHL MARTINS
2004/2007	CARLOS ALBERTO KRAUSE

5. SINDEGTUR – RS

1989/1995	REINALDO GONZALES PEDROZO
1996/2001	PAULO GILBERTO REGINATO
2005/2008	SUELI RIBEIRO
2005/2008	SUELI RIBEIRO

6. ATURS – RS

1987/1989	MARINO ZAMBONI
1989/1991	MARINO ZAMBONI
1991/1993	CARLOS AIVARS RATNIEKS
1993/1995	JAIME JOSÉ DA SILVA
1995/1997	WILSON LA ROSA PERES
1997/1999	CARLOS AIVARS RATNIEKS
1999/2001	JAIME JOSÉ DA SILVA
2001/2003	ELISEU MARTINI
2003/2005	CARLOS AIVARS RATNIEKS
2005/2007	JOÃO PAULO STÜRMER

7. ABRAJET – RS

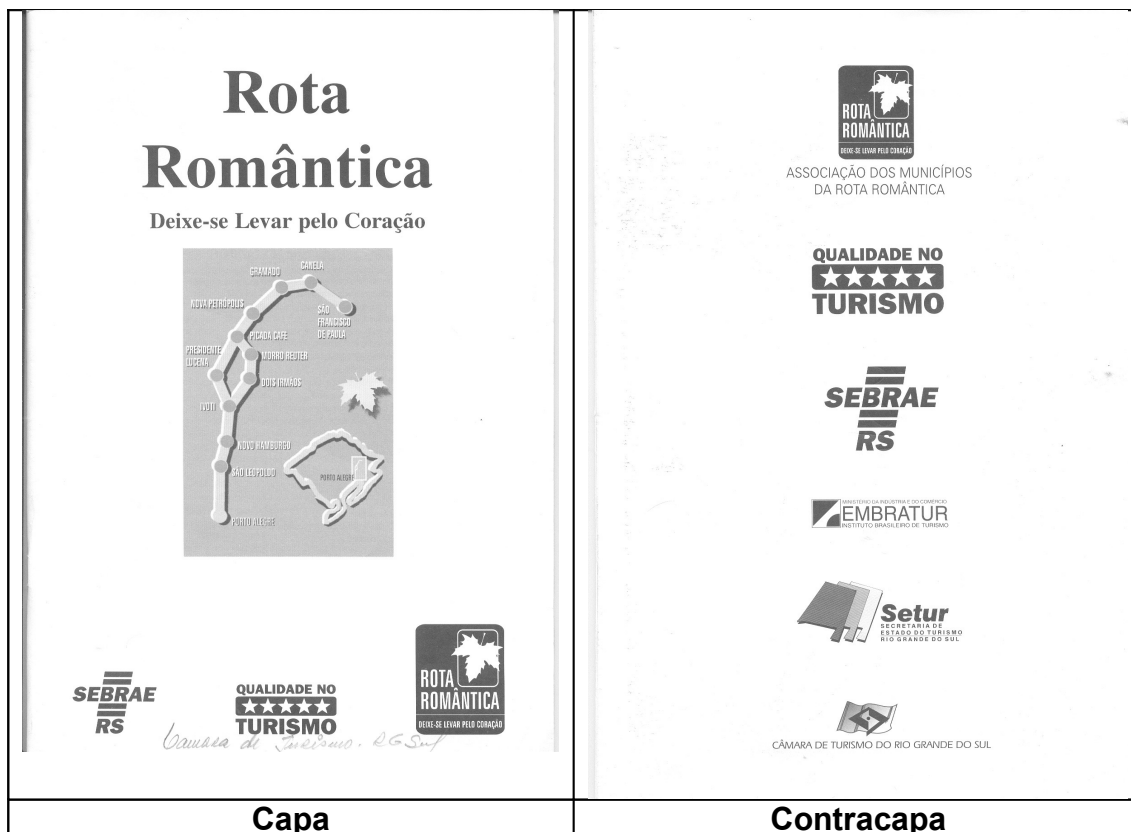
1989/1991	JUREMA JOSEFA
1991/1993	DANILO UCHA
1993/1995	JUREMA JOSEFA
1995/1997	RENATO BRENOL
1997/1999	WILSON MULLER
1999/2001	WILSON MULLER
2001/2003	RENATO BRENOL
2003/2005	AIRES CERUTTI

A Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul Entrevista semi-estruturada – Poder Público

1. Que cargo você ocupava quando conheceu a Câmara de Turismo do RS -Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul? - Em que período foi?

2. Antes de entrar no assunto da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, qual é a sua opinião, em geral sobre o papel que as Organizações do 3ro. Setor teriam à desempenhar no turismo?
3. Quais as atividades que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul realiza que você lembra?
4. Quais foram as atividades nas que se envolveu em parceria com a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul?
5. Desde seu ponto de vista, existem atividades que a Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul não realiza e deveria realizar?
6. Como avalia o relacionamento da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul com o Poder Público?
7. A existência da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul facilitou e ou dificultou quais aspectos no desempenho de seu cargo?
8. Como avalia o relacionamento da Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul com as demais entidades representativas da atividade turística no estado?

FOLHETO DE APRESENTAÇÃO DA ROTA ROMÂNTICA



APRESENTAÇÃO DO FOLHETO SOBRE A ROTA ROMÂNTICA

Rota Romântica

Deixe-se Levar pelo Coração

“Rota Romântica” é a denominação que as sociedades pertinentes aos países de forte vocação turística tem adotado para melhor definir regiões muito especiais, onde a topografia é marcada por acidentes geográficos que lhe conferem características raras, verdadeiras preciosidades para o desenvolvimento turístico.

Somados a paisagem de grande beleza, encontram-se normalmente nessas rotas moradas curiosas, modos de vida, costumes e etnias que compõem cenários bucólicos, originais, onde até o tempo resiste à idéia de mudá-lo. Assim é a Rota Romântica da Alemanha, que deu origem ao atual projeto.

Aqui, como lá, temos uma identidade cultural própria, um clima propício aos passeios outonais entre plátanos dourados, às longas caminhadas em busca de riachos, cascatas, cultuamos o encontro pessoa-a-pessoa junto ao fogo das lareiras no inverno rigoroso, e nos deslumbramos com o milagre de cada primavera. Até no verão, agradável, enriquecido pela diversificação de tantos ventos programados para disputar as preferências pelas temporadas de férias somos diferentes, com práticas oriundas da descendência européia.

O Projeto “Rota Romântica” foi criado para resgatar o potencial ainda adormecido desta importante região do Estado do Rio Grande do Sul, conferindo-lhes novas atrações proporcionando maior satisfação e encantamento aos seus usuários.

Entidades Envolvidas:

- Secretarias Municipais de Turismo, Prefeituras Municipais, Associações Comerciais e Industriais, e Câmaras de Dirigentes Lojistas dos seguintes municípios:

- São Leopoldo
- Novo Hamburgo
- Ivoti
- Presidente Lucena
- Dois Irmãos
- Morro Reuter
- Picada Café
- Nova Petrópolis
- Gramado
- Canela
- São Francisco de Paula

Levantamentos Técnicos:

PUCRS / FAMECOS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Curso Superior de Turismo

Apoio Técnico em diversos municípios:


UCS -Universidade de Caxias do Sul - Curso Superior de Turismo
FEEVALE -Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior de Novo Hamburgo
UNISINOS -Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UFRGS -Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Apoio Especial:

Secretaria de Estado do Turismo - SETUR
Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul
Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR
SEBRAE - RS

FOLHETO DO SIMPÓSIO SOBRE AS CONTAS SATÉLITE DE TURISMO

Simpósio Conta Satélite de Turismo



Alternativas e Adequações

MARKETING
ÚLTIMA CHAMADA
PRESEÇA

29 e 30 de junho de 2000
Centro de Eventos Plaza São Rafael
Auditório Itapema
Porto Alegre - RS - Brasil

REALIZAÇÃO



APOIO



AGÊNCIA DE TURISMO OFICIAL



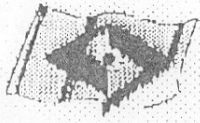
Av. Salgado Filho, 94 - Cj. 502 - Porto Alegre - RS
Fone: (51) 226.6011 / Fax: (51) 226.6234

ORGANIZAÇÃO



Remetente

Rua 17 de Junho, 436. Menino Deus
CEP 90110-170 - Porto Alegre - RS
Fone: (51) 226 8600 Fax: (51) 211 3631
officemarketing@officemarketing.com.br



Câmara de Turismo do
Rio Grande do Sul

- JORNAL DO COMERCIO
- Jornal O Sul
- Zero Hora
- Correio do Povo
- Gazeta Mercantil
- JORNAL SHRBS

Coluna... NOTÍCIAS...
Página... 3...
Data... 10/07/00

Rio Grande do Sul vai medir o impacto do turismo na economia

Foto Rocha/JN



Norton Lenhart, entre o secretário Zuanazzi e o ministro interino do Turismo José Otávio Germano. Também na mesa o prefeito Raul Pont e representantes da OMT e do setor de turismo

Um dos grandes entraves para o desenvolvimento do turismo, que prejudica a realização de novos investimentos, começa a ser removido pelas autoridades e pelos empresários do setor: a falta de estatísticas confiáveis, que permitam não só conhecer a realidade da atividade, mas, principalmente, definir e direcionar investimentos. É o primeiro resultado do Simpósio Conta Satélite de Turismo – Alternativas e Adequações, promovido, dias 29 e 30 de junho, no Hotel Plaza São Rafael, pela Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, Secretaria de Estado do Turismo, Embratur e Organização Mundial do Turismo (OMT).

O presidente da Câmara de Turismo, Norton Lenhart, destaca dois resultados do encontro como fundamentais. Primeiro, serviu para instigar as autoridades governamentais sobre a necessidade de dispôr de nú-

meros confiáveis. Como o setor privado não tem acesso às contas públicas – ingresso de divisas pelo turismo, por exemplo – cabe ao governo coordenar este tipo de trabalho. A Embratur ficou motivada e prometeu agir no sentido do governo brasileiro criar a sua conta satélite (mede o impacto do turismo na economia).

Segundo, criou-se um grupo de trabalho para montar um projeto de recolhimento de informações e montagem de estatísticas sobre o turismo no Rio Grande do Sul. O resultado final poderá servir de padrão para ser aplicado em todo o País. Fazem parte do GT a Câmara de Turismo, a Secretaria de Turismo, a Fundação de Economia e Estatística, o IBGE e a Embratur. A Organização Mundial de Turismo comprometeu-se a enviar uma cópia do seu sistema para que o que for criado aqui seja compatível e os números do tu-

rismo brasileiro possam fazer parte de suas estatísticas.

O secretário de Turismo do Estado, Milton Zuanazzi, ficou entusiasmado com o que ouviu no seminário e também destaca as iniciativas já adotadas. "Vai ser a virada de página do turismo brasileiro", diz ele, "pois, através da conta satélite o setor público poderá dispor dos números necessários para saber a real capacidade de geração de emprego e renda do setor." Estima-se que o turismo, hoje, represente de 7 a 8% do Produto Interno Bruto nacional.

O Rio Grande do Sul, que já tem algumas experiências em estatísticas de turismo, como o programa Realidade Hoteleira, criada pelo SHRBS, vai ser o primeiro Estado brasileiro a pôr em prática metodologia criada pela OMT e aprovada pela ONU em março deste ano.

LATINOAMÉRICA FORMACIÓN

CONFERENCIA MUNDIAL

El turismo como vía para lograr la paz

■ Se celebrará del 8 al 11 de noviembre en Amman, la capital jordana.

■ El International Institute for Peace Through Tourism, organizador del evento.

La capital de Jordania, Amman, acogerá, del 8 al 11 de noviembre, la Conferencia Mundial Sobre la Paz a través del Turismo.

Las jornadas que integran la conferencia, organizadas por el International Institute for Peace Through Tourism, tienen como principal patrocina-

dor a la empresa American Express.

Paz y progreso

El evento, según los organizadores, es una iniciativa de solidaridad con el año internacional que las Naciones Unidas dedica a la Cultura de la Paz.

En la presentación del acto el rey de Jordania, Abdullah II Bin Al-Husseín, destacará que la industria del viaje es una dimensión vital del crecimiento sostenible.

El congreso mundial sobre paz y turismo tendrá como ponentes a ganadores de Premios Nobel de la Paz, directivos

de la industria del turismo, y líderes internacionales de diferentes países.

Sesiones y temas

Las sesiones plenarias irán complementadas por otras paralelas a cargo de responsables de la industria del viaje y del tu-

rismo, el medio ambiente, la cultura, el desarrollo o la comunicación.

Algunos de los temas previstos son: "Turismo y Medio Ambiente", "Curar las heridas de conflictos a través del turismo", y "Rol de los medios en la construcción de una cultura de la paz a través del turismo". **EU**

VIÑALES (CUBA) ■ I Encuentro Internacional de Turismo de Naturaleza

El primer "Encuentro Internacional de Turismo de Naturaleza", que será conocido bajo la denominación de Turnat 2000, se celebrará en Cuba del 6 al 10 del próximo mes de noviembre,

concretamente en el valle de Viñales, uno de los más conocidos y cuidados escenarios naturales de la isla, distinguido por la Unesco como Paisaje Natural de la Humanidad.

Turnat 2000

El evento Turnat 2000 pretende convertirse en el punto de partida del buen posicionamiento del encuentro como bolsa del turismo de natura-

leza del Caribe, y aspira, asimismo, a promover y comercializar este producto de amplias posibilidades de desarrollo económico y turístico en la isla caribeña.

Además de la bolsa

comercial, la cita del valle de Viñales incluirá un evento teórico sobre el desarrollo sostenible del turismo de naturaleza no solamente en Cuba sino en toda la región del Caribe. **EU**

RÍO GRANDE DEL SUR (BRASIL) ■ Simposio de la Cuenta Satélite del Turismo

Al término del simposio Cuenta Satélite del Turismo, llevado a cabo a finales de junio en Porto Alegre (Brasil) y promovido por la Cámara de Turismo de Río Grande del Sur, se creó

una comisión para implantar un sistema de recopilación de datos sobre los movimientos de actividades turísticas en dicho estado carioca.

La comisión, formada por representantes de la

Organización Mundial del Turismo (OMT), el Instituto Brasileño de Turismo (Embratur), la Cámara de Comercio de Río Grande del Sur, la Secretaría de Estado de Turismo de Brasil, el Instituto

Brasileño de Geografía y Estadística (Ibge) y la Fundación de Economía y Estadística (FEE), tendrá un año de plazo para poner en marcha el sistema antes citado.

Para José Otávio Ger-

mano, ministro interino de Transporte y Turismo del Brasil, la implantación de la Cuenta Satélite de Turismo permitirá una modernización del negocio del turismo en el país. **EU**

COLOMBIA

Institute Educativa

EUHIT S&P

[5] DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO

REALIZAÇÃO DE MISSÕES COMERCIAIS E PARTICIPAÇÃO EM FÉIRAS



Missão Comercial em Buenos Aires -1998



Stand na AVIESP - 2004

REALIZAÇÃO DE MISSÕES COMERCIAIS E PARTICIPAÇÃO EM FÉIRAS

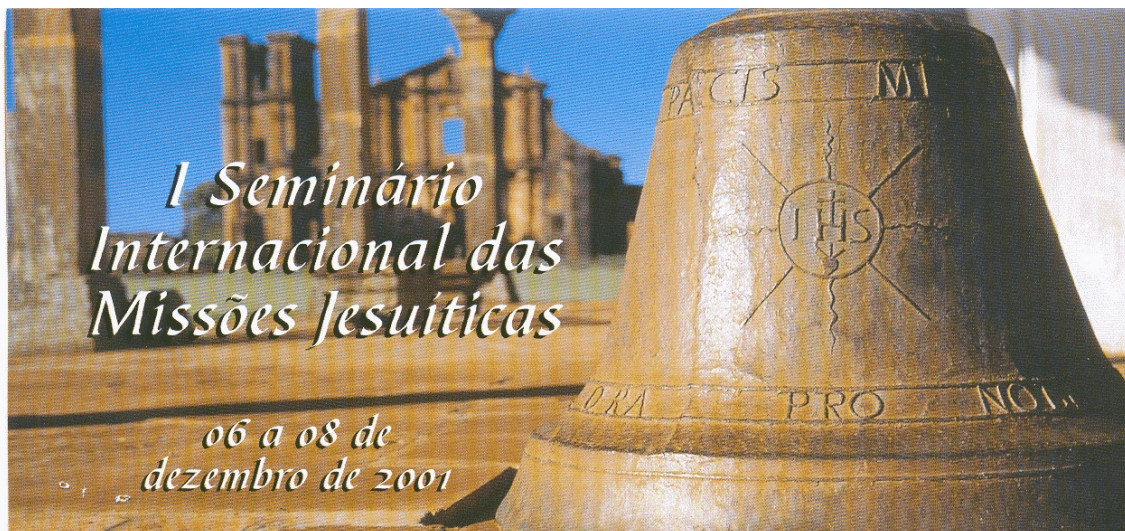


Missão Comercial em Santiago – Chile - 1997



Grupo de empresários embarcando - 1996

FOLHETO DO 1º SEMINÁRIO INTERNACIONAL
DAS MISSÕES JESUÍTICAS



FRENTE



VERSO