



CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

TCC II

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL: POSSIBILIDADES PARA SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE DE SÃO BORJA / RS

Hadassa Gay de Souza¹

Eliane Martins Coelho²

RESUMO: O turismo como atividade que se utiliza do espaço e identidade de um local para acontecer, deve ser desenvolvido de forma sustentável. Assim percebe-se que para esse desenvolvimento ser bem-sucedido deve haver o envolvimento da população local, sendo esta quem primeiramente se utiliza da infraestrutura das cidades. Também é a comunidade que tem contato com o turista e que desenvolve as atividades turísticas locais. Nesse contexto, o presente artigo propõe-se a fazer uma análise de métodos de sensibilização e mobilização da comunidade, buscando identificar alternativas de aplicação no município de São Borja. A metodologia utilizada neste estudo é de finalidade explicativa, tendo como fontes principais a pesquisa bibliográfica. Esse processo permitiu apresentar ideias de ações compatíveis com a realidade da comunidade local.

Expressões-chave: Turismo; turismo sustentável; sensibilização; comunidade local.

ABSTRACT: Tourism as an activity that uses the space and identity of a place to happen, must be developed in a sustainable way. Thus it is clear that for this development to be successful there must be the involvement of the local population, who are the ones who first use the infrastructure of cities. It is also the community that has contact with the tourist and that develops local tourist activities. In this context, this article has as objective to carry out an analysis of methods to raise the awareness and to mobilize the community, seeking to identify alternatives for application in the city of São Borja. The methodology used in this study focuses on explanatory purposes, having the bibliographical research as its main source for information. With this study it was possible to present ideas for actions compatible with the reality of the local community.

Key words: Tourism; sustainable tourism; awareness; local community.

¹ Acadêmica do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Borja

² Docente do Eixo de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal Farroupilha - Campos São Borja, Bacharel em Turismo e Mestre em Turismo.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que utiliza o ambiente para que possa existir, também envolve vários segmentos e setores no local onde acontece. Assim percebe-se a necessidade de planejá-lo e desenvolvê-lo de forma sustentável para a preservação de sua matéria prima, como também para fornecer melhorias na vida da população local. Por isso é necessário envolver essa comunidade para que tudo seja trabalhado de forma eficaz. Diante desta percepção, apresenta-se a seguinte indagação: como inserir a comunidade local no desenvolvimento sustentável em um município?

Acredita-se que algumas localidades que têm potencial turístico e estão em crescimento ainda não estão cientes da importância do envolvimento da população, por isso, esse trabalho tem como objetivo geral demonstrar como o envolvimento da comunidade traz benefícios para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável; e específicos, mostrar uma alternativa estratégica para chegar na comunidade mobilizando-a a trabalhar em conjunto com os setores público e privado; além de demonstrar que o planejamento sustentável é possível em todos os lugares.

Esse trabalho justifica-se pela importância do planejamento do turismo de maneira sustentável, com a participação da comunidade para desenvolver o turismo de forma consolidada para que haja benefícios onde ocorre.

2 FUNDAMENTOS DO TURISMO

O turismo é uma atividade que envolve pessoas, deslocamento, equipamentos, serviços e atrativos turísticos, sendo que estes últimos podem ser naturais, culturais ou artificiais, até mesmo eventos. As pessoas que o praticam são denominadas turistas, que viajam por motivos diversos, como trabalho, estudos, saúde, ou também no seu período de férias ou em feriados, para descansar e conhecer lugares novos, ou até mesmo para visitar seus familiares e amigos. Enfim, são diversas as motivações para realizar uma viagem e várias as necessidades das pessoas enquanto realizam esta ação.

Conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001, p. 38) “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Como definido acima, o turismo só acontece quando há pessoas que se deslocam, essa mudança de local deve ter um período estipulado, pois um tempo de estadia precisa ser diferenciado de moradia, além disso, existem pessoas que viajam devido a problemas de saúde, ou por causa do trabalho, entre muitos outros, esses ainda estarão mudando do ambiente habitual para um novo. A partir disso, percebe-se que existem vários fins para se fazer turismo e inúmeras motivações.

Beni (2008, p.37), ao argumentar sobre o tema, comenta:

Tenho conceituado turismo como um elaborado processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto do material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos e imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico profissional, e de expansão de negócios.

Conforme indicado, todas as pessoas viajam por algum motivo inerente. Afirmando isso, a OMT (2001 *apud* Castro, 1997, p. 63) diz que “normalmente, quando as pessoas viajam é por algum motivo, o que implica na existência de uma causa e o que pressupõe alcançar um fim determinado”.

Andrade (2002, p. 89) delimita sete motivações específicas para se fazer turismo “desejo de evasão, necessidade de evasão, espírito de aventura, aquisição de status, necessidade de tranquilidade, desejo ou necessidade cultural, desejo ou necessidade de compra. Ainda, Andrade (2002, p. 26) afirma que:

A disposição e as intenções ou motivações dos viajantes talvez se constituam nos elementos mais importantes para a determinação não apenas da classificação tipológica, mas também da própria natureza e da própria existência dos fenômenos considerados essenciais para o turismo, que passa a existir, necessariamente a partir da viagem ou do deslocamento e não a partir dos recursos, dos meios de hospedagem e dos equipamentos de lazer e de entretenimento.

O ser humano é complexo, cada pessoa tem sua personalidade, suas crenças, seus costumes que podem influenciar em suas motivações para viagens turísticas, entretanto só isso não define o motivo para uma viagem de qualquer tipo - lazer, negócios, entre outros - acontecer, existem outros inúmeros fatores, tornando as motivações turísticas um assunto amplo.

Além das motivações para a viagem já elencadas, existem outros fatores para que ela aconteça, assim se define a demanda turística, que possui algumas abordagens. Conforme Cooper et al. (2007, p. 66)

Cada abordagem tem sua utilidade. A abordagem econômica introduz a ideia da elasticidade - que descreve a relação existente entre a demanda e

o preço, ou outras variáveis. A definição dos geógrafos implica que a demanda é determinada por uma ampla gama de influências, além do preço, incluindo não apenas aqueles que de fato participam do turismo, mas também aqueles que gostariam, mas que, por alguma razão, não o fazem. Os psicólogos, por sua vez, vão investigar sob a pele do turista, examinando a interação existente entre a personalidade, o ambiente e a demanda turística.

Por ser um conceito definido de várias formas, sob perspectivas diferentes, de modo geral entende-se que a demanda é a medição do número de indivíduos que utilizam ou vão utilizar e se beneficiar dos produtos e serviços turísticos (Mathieson, 1982 apud OMT, 2001, p.16). Diante disso, Ignarra (2011, p. 33) afirma que:

A demanda turística pode ser segmentada em **demanda efetiva** e **demanda potencial**. A demanda efetiva é aquela que já consome determinado produto turístico. Já a demanda potencial é aquela que tem condições para consumir esse produto, mas não o faz por alguma razão.

Além das demandas que fazem parte dessa classificação, sabe-se que ainda existe aqueles que não desejam viajar ou que realmente não tem condições de viajar, e esses podem ser classificados como não-demanda (Cooper et al., 2007, p. 66 e 67).

A demanda pode ser separada em segmentos específicos, situação que torna mais fácil a compreensão e levantamento do número de turistas que visitam ou vão visitar determinados locais, levando os destinos turísticos a pensarem em alternativas para que a demanda aumente, se torne efetiva ou que comece a existir.

Ao tratar sobre demanda turística, vê-se necessário conhecer o outro lado, a oferta turística, que segundo Ignarra (2011, p. 50) “é constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico, os quais, isoladamente, possuem pouco valor turístico (ou nenhum) ou têm utilidade para outras atividades que não o próprio turismo”.

Ainda sobre oferta turística a OMT (2001, p.43) define como “o conjunto de produtos turísticos e serviços postos à disposição do usuário turístico num determinado destino, para seu desfrute e consumo”.

Para que haja visitantes nos locais precisa haver atrativos que chame a atenção e estruturas que os acomodem de forma que possibilite a permanência no destino, ou seja, produtos e serviços precisam ser elaborados e ofertados para que o turismo possa acontecer, a partir do momento em que há oferta é possível definir a demanda dos destinos.

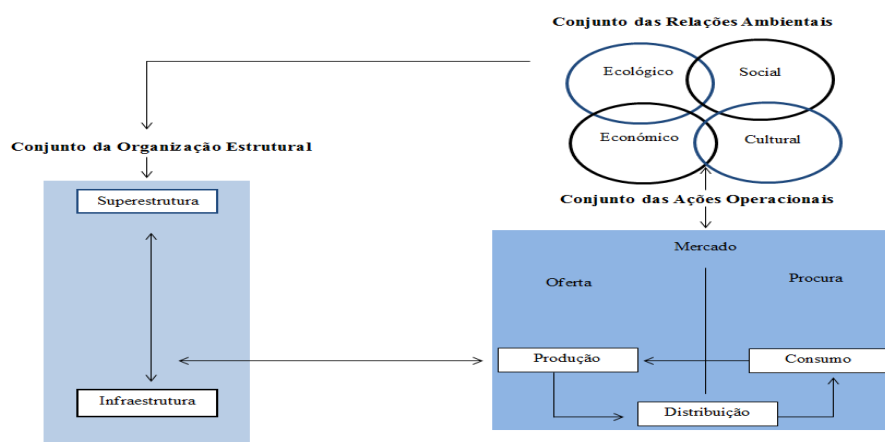
Nas destinações turísticas existem estruturas e serviços que são criados especificamente para o turista, também há aquelas que são criadas para a população, pois são necessárias para atender as situações cotidianas, e que o turista também se utiliza. Essas estruturas estão divididas em elementos tangíveis, que são a infraestrutura, os bens, recursos e equipamentos e intangíveis que são a gestão, os serviços, a imagem da marca e o preço (IGNARRA, 2011, p. 50).

O turismo, com todas as características citadas, revela-se uma atividade complexa que envolve estudos multidisciplinares. Para entendê-lo foi elaborado o SISTUR (Sistema de Turismo), que é um sistema de estudo que tem como objetivo principal:

(...) justificar posturas e princípios científicos, aperfeiçoar e padronizar conceitos e definições, e consolidar condutas de investigação para instrumentar análises e ampliar a pesquisa, com a consequente descoberta e desenvolvimento de novas áreas de conhecimento em turismo (BENI, 2008, p. 47).

Esse sistema é dividido em três conjuntos que são o das Relações Ambientais que trata das relações do homem no e com o ambiente, assim é dividido nos subsistemas ecológico, social, econômico e cultural. No conjunto da Organização Estrutural é tratado sobre os ordenamentos jurídicos do SISTUR e sobre as estruturas das destinações turísticas, sendo dividido em subsistema de superestrutura e infraestrutura. E no conjunto das Ações Operacionais que retrata o subsistema do mercado fala das relações de oferta e demanda, produção, distribuição e consumo (BENI, 2008).

Figura 1: SISTUR



Fonte: Norberto Santos. Adaptado de Beni, 1997.³

³ Disponível em: https://www.researchgate.net/figure/Figura1-Sistema-de-Turismo-SISTUR-Modelo-Referencial-de-Mario-Beni-Fonte-Adaptado_fig1_266614669 acesso em 4 de novembro de 2019

O Sistur é uma ferramenta interessante para entender o turismo de forma ampla, pois demonstra as várias áreas do turismo e como elas se interligam, indicando que envolve diversos atores (setor público, privado, trabalhadores autônomos, comunidade e visitantes) e necessita de estrutura diversificada. Demonstra também que o turismo é uma atividade que causa impactos e interfere em diferentes ambientes, situação que requer ações planejadas para melhor aproveitamento geral do desenvolvimento da atividade.

Diante do exposto, percebe-se que o Sistur se apresenta como importante material de análise para o desenvolvimento do planejamento turístico, bem como a própria importância da atividade de planejamento no turismo, buscando compreender e envolver todos os aspectos relacionados a esta atividade complexa que é o turismo, que implica na participação de pessoas em diferentes ambientes e funções.

3 TURISMO SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade, de modo geral, é conservação dos recursos existentes hoje para que as próximas gerações também possam usufruir no futuro. É suprir as necessidades humanas atuais, utilizando os recursos existentes de forma sensata, sem prejudicar as gerações futuras. Ela está relacionada aos aspectos culturais, econômicos, sociais e ambientais (ECOSSIST, 2020).

Sabe-se que o turismo utiliza o espaço, a cultura, assim como envolve as pessoas para que possa acontecer, tanto no meio natural, como no urbano. Para que esses espaços sejam usados com o devido cuidado e as culturas sejam preservadas, é necessário que seja gerido de forma sustentável. Assim pode-se destacar o Turismo Sustentável, que se utiliza dos quatro aspectos citados no parágrafo anterior para existir. Ele foca no desenvolvimento sustentável, na preservação dos atrativos turísticos, materiais e imateriais, de um local, assim como pensa no bem estar da população que ali reside e nos turistas que o visitarão. Sobre isso Masina (2002, p.111) comenta:

Para concluir, resta acrescentar que todo o mecanismo do turismo sustentável está baseado na interação de três elementos que conduzem ao equilíbrio e à sustentabilidade do sistema. São eles: a sustentabilidade econômica, entendida como o elemento que propicia o desenvolvimento equilibrado do turismo, estabelecendo níveis compatíveis de renda e emprego; a sustentabilidade ecológica, que deve assegurar o uso adequado do meio ambiente sem comprometimentos da flora e fauna locais; e a sustentabilidade cultural, que deve preservar a identidade sociocultural do destino turístico.

Petrocchi (2001, p. 60, 61) destaca quatro pontos que formam a base do turismo sustentável para proporcionar a qualidade de vida: Preservação do Meio Ambiente, que é um assunto conhecido no mundo e há uma preocupação com isso, existe legislação a esse respeito, porém é importante que aqueles que gerem o turismo sejam atentos a preservação; Preservação e Recuperação do Meio Urbano, de forma a prover saneamento básico, segurança pública, infraestruturas de apoio, a falta disso gera problemas ao turismo impedindo seu desenvolvimento; Formação Profissional, mostra a importância da profissionalização dos que trabalham com turismo, tornando os serviços especializados para que os turistas sejam bem recebidos; Conscientização da População para Importância do Turismo, destaca que as pessoas devem saber a importância que o turismo tem para o desenvolvimento das localidades sendo ele uma atividade econômica, assim é importante a conscientização, pois são elas que podem fazer as cobranças necessárias para o desenvolvimento do turismo.

Para que essas ações possam ser feitas e o turismo se desenvolva de forma sustentável é necessário um planejamento que organizará e trará êxito ao seu funcionamento.

4 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Para haver um destino turístico organizado, que causa poucos impactos negativos no meio ambiente, valoriza a cultura, ajuda a população e desenvolve os locais, é necessário um planejamento, o que significa delinear um caminho seguro ao futuro, determinar que decisão tomar. O turismo é amplo e trabalha com diversos componentes (pessoas, lugares, equipamentos, serviços, atrativos, etc.) criando um produto turístico, interferindo nos aspectos sociais, econômico, ambientais e culturais. Quanto ao planejamento do turismo, Dias (2003, p. 37) comenta que:

(...) o planejamento constitui uma técnica de planejamento imprescindível pelas administrações públicas municipais que apostam no desenvolvimento do turismo. Esse planejamento é necessário, porém o território é um elemento básico do desenvolvimento turístico, pois abriga os recursos ambientais e culturais dos destinos turísticos, além de ser o espaço físico destinado à instalação da infraestrutura e de equipamentos que irão atender ao luxo de visitantes. Por outro lado, o turismo manifesta-se como uma atividade econômica que condiciona a organização do território, pois o utiliza, consome e transforma, o que coloca o turismo, potencialmente um dos principais agentes de destruição dos recursos em que se apoia, levando-se em consideração a fragilidade destes, tanto naturais como culturais. O uso do território pela atividade turística e a fragilidade dos

recursos dos quais depende o turismo para sua continuidade justificam por si só a necessidade de recorrer-se a técnica de planejamento como forma de garantir um desenvolvimento turístico sustentável.

Assim, pode-se ver a importância do planejamento para que os destinos estejam bem estruturados para que possam receber pessoas, pois além de gerir os atrativos e estruturas turísticas, engloba as estruturas primárias de uma localidade.

Para que o turismo seja desenvolvido com sucesso existe um processo de planejamento que deve ser aplicado, com etapas a serem seguidas, incluindo análise macro ambiental, que visa conhecer o que está fora e dentro na organização e o mercado; elaboração do diagnóstico, que analisa o que foi levantado na análise macro ambiental; definir os objetivos, onde se quer chegar e atingir; determinar as prioridades, o grau de importância e em que ordem serão colocadas; identificar os obstáculos e dificuldades, fazer uma lista de quais são, sua influência nos resultados e qual a intensidade em que vão interferir; criar os meios, os mecanismos criar alternativas e reduzir os empecilhos; dimensionar os recursos necessários, definir os recursos e suas quantidades e em que ordem de necessidade serão dispostos; estabelecer responsabilidades especificar volumes, padrões, fluxos, áreas críticas, entre outros; projetar cronograma, definir os prazos de execução, os custos, etc.; e estabelecer pontos de controle escolher áreas-chave, estabelecer critérios (PETROCCHI, 2001, p.51).

Para o desenvolvimento do planejamento é necessário conhecer o destino a ser trabalhado, levando em consideração todas as características dos locais, e lembrando que não se deve atuar de forma isolada.

Para um planejamento turístico ocorrer de forma adequada para todos é necessária a participação de todos, por isso a comunidade local deve ser incluída no processo, pois também desfruta dos espaços e pode/deve ser beneficiada com o turismo; os órgãos públicos que auxiliarão nesse processo, a iniciativa privada que também será beneficiada com isso, o turista que desfrutará dos atrativos e as instituições. Sobre isso Dias (2003, p. 112) afirma:

O planejamento da atividade turística coloca de uma forma totalmente nova a participação de diversos atores no processo, pela própria característica da atividade de envolver amplos setores e que, não necessariamente estão territorialmente relacionados com a área a ser planejada. Por seu efeito multiplicador na economia o turismo envolve muitos segmentos que só indiretamente estão ligados à atividade. Dessa forma, a participação pode levar a integrar investidores, pequenos, médios e grandes, organizações não governamentais, pessoas proprietárias de casas de temporada e assim por diante, que estamos denominando de comunidade expandida.

O turismo sendo uma atividade que integra vários atores e envolve e desenvolve vários setores, necessita de políticas para sua implantação ou ampliação e direcionamento.

5 POLÍTICAS PÚBLICAS DO TURISMO

As políticas públicas do turismo são direcionamentos importantes no desenvolvimento do turismo, pois dão direcionamentos a que deve ser realizado nas localidades turísticas.

Sobre as políticas públicas, Dias (2003, p.121) define como

[...] conjunto de ações executadas pelo Estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender as necessidades de toda a sociedade. Embora política possa ser exercida pelo conjunto da sociedade, não sendo uma ação exclusiva do Estado, a política pública é um conjunto de ações exclusivas do estado. São linhas de ações que buscam satisfazer o interesse público e têm que estar direcionadas ao bem comum.

Na mesma direção, as políticas públicas do turismo são regras que irão direcionar e regulamentar as decisões que serão tomadas e que afetarão o turismo e seus destinos (GOELDNER et al 2002, *apud* DIAS, 2003, p.121 e122).

As políticas públicas do turismo são a maneira pela qual é possível o desenvolvimento do turismo de forma sustentável e apropriada, pois são pensadas de modo a beneficiar todos os setores e atores envolvidos na atividade turística.

O turismo utiliza a paisagem e territórios para que aconteça, para gerir esse uso é necessária a intervenção pública, entretanto o estado não trabalha sozinho, mas sim, em conjunto com a iniciativa privada (IGNARRA, 2011, p. 186). Para isso, no Brasil, no ano de 2003 foi criado o Ministério do Turismo (MTUR), que tem como objetivo: “Desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social” (MTUR, 2015).

Diante disso percebe-se como necessário abordar sobre a Política Nacional do Turismo do Brasil que é prevista no decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010, que regulamenta a lei nº 11.771- 2008 que determina:

normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo - PNT, institui o Sistema Nacional de Turismo, o Comitê Interministerial de Facilitação Turística, dispõe sobre o fomento de atividades turísticas com suporte financeiro do Fundo Geral de Turismo - FUNGETUR, o cadastramento, classificação e fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos e estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas (BRASIL, 2010).

Ele dispõe e estabelece as regras que precisam ser seguidas para o planejamento e desenvolvimento da atividade turística nacional, e para que o decreto se estabeleça são criados conjunto de leis e normas, diretrizes, metas e programas, sistemas, colegiado, fundo e sociedades.

Nesse meio, está inserido o planejamento turístico que se relaciona de modo a se utilizar das políticas públicas do turismo para se desenvolver, assim como pode propor políticas de acordo com as características de cada lugar.

Nesse sentido, de planejamento, têm-se o Plano Nacional de Turismo (PNT), (BRASIL, 2019) que se caracteriza como um conjunto de diretrizes, metas e programas que dirigem as ações do Ministério do Turismo em parceria com o setor privado, os setores de gestão pública nas três esferas de governo, com representantes das comunidades e terceiro setor, com o fim de desenvolver e consolidar o turismo no Brasil. Sobre o PNT o decreto n° 9.791 diz:

§ 1º O Plano Nacional de Turismo 2018-2022 será executado em regime de cooperação entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios.

§ 2º O Ministério do Turismo estimulará a elaboração de planos estaduais, distrital, regionais e municipais de desenvolvimento turístico, em conformidade com o Plano Nacional de Turismo 2018-2022, com o objetivo de fortalecer a gestão descentralizada (BRASIL,2019).

Nessa relação de planejamento e políticas públicas do turismo existem ações e programas nacionais que buscam fomentar e estruturar a atividade turística no país. Quanto aos programas existentes na gestão pública atual (ano de 2020) têm-se a Qualificação Nacional do Turismo (QTUR), um programa que busca fomentar a promoção e oferta de cursos profissionalizantes na área do turismo; Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), que apoia com recursos financeiros o setor público e privado; Cadastur, um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que visa ordenar, formalizar e legalizar os prestadores serviços turísticos; e o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), baseado no enfoque da Política Nacional do Turismo que diz que o turismo deve ser trabalhado em regiões e assim as cidades que não possuem um potencial turístico podem se beneficiar do turismo mesmo não sendo turísticas, pois podem prover produtos e mão de obra que serão utilizadas nas cidades que tem o turismo desenvolvido.

A regionalização utiliza a ideia do Turismo Sustentável para ser implantada nos municípios e regiões turísticas, pois envolve a comunidade nesse processo.

Essa inserção da população é realizada através da Sensibilização e Mobilização da comunidade, pois ela é parte importante no desenvolvimento do turismo.

6 PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO: ENVOLVENDO A COMUNIDADE LOCAL

O planejamento sustentável do turismo se caracteriza como o conjunto de ações que nortearão a estruturação e organização de todos os segmentos relacionados ao turismo sem causar impactos negativos ao meio ambiente, organizando a vida da população, assim como a envolvendo nesse processo, fazendo-a trabalhar juntamente com o setor público em prol do turismo.

A comunidade é fator importante no desenvolvimento do turismo sustentável, pois sem sua participação não há planejamento sustentável, e por isso deve estar preparada para receber visitantes, que fará as cobranças necessárias ao setor público, ela sabe o que é preciso melhorar em uma localidade, etc.

No processo de planejamento turístico para ser participativo e sustentável a comunidade deverá opinar a respeito da implantação de determinados procedimentos que poderão afetar diretamente seu modo de vida, será o momento em que a população local terá vez e voz (ABREU e COSTA, 2014, p.12).

Assim é percebida a importância de a comunidade estar ciente dos benefícios do turismo e da importância de seu papel no planejamento deste. Para isso é necessária a sensibilização⁴, pois ela “[...] representa uma das maneiras mais adequadas para informar aos moradores sobre os impactos, positivos ou não, que a atividade turística provoca na localidade” (ALMEIDA [et. al.], 2008). Também é necessária a mobilização que unirá as pessoas para atingir um objetivo comum através de projetos e ações, de forma responsável fazendo-as sentir incluídas e dividindo e demonstrando a responsabilidade de cada um para atingirem seu alvo (CIAAT, 2019).

Diante disso, o ministério do turismo, elaborou cartilhas que demonstram os módulos operacionais do PRT para a sensibilização e mobilização da comunidade na participação do planejamento turístico.

A primeira cartilha trata sobre sensibilização, apresentando conceitos, os motivos e momentos para sensibilizar e seu objetivo geral é “formar e divulgar

⁴ “Chamar a atenção ou a concentração de alguma pessoa sobre alguma coisa; despertar ou alertar alguém relativamente a algo” (LÉXICO, DICIONÁRIO DE PORTUGUÊS ONLINE)

conhecimentos para que as pessoas e instituições envolvidas na atividade turística percebam sua importância no desenvolvimento da região” (BRASIL, 2007, p. 23).

Há cinco estratégias para atingir os objetivos:

1. realizar eventos – reuniões, oficinas, seminários, dentre outros – com a participação de representantes do poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino, para que conheçam e se interessem pelas estratégias e ações do Programa;
2. identificar lideranças envolvidas com a atividade turística;
3. apresentar casos e iniciativas de sucesso para demonstrar as vantagens e a necessidade de fortalecer e aumentar a oferta dos produtos turísticos e de melhorar a qualidade dos serviços e equipamentos;
4. mostrar as vantagens e os benefícios de desenvolver a atividade turística de forma regionalizada;
5. divulgar a ideia de que é importante ter uma visão consciente da preservação do meio ambiente, das atividades econômicas e dos aspectos sociais e culturais no processo de regionalização do turismo (BRASIL, 2007, p. 23).

Logo após a cartilha aborda sobre quem deve ser sensibilizada, de modo geral, toda a população, porém importante alcançar os que trabalham no meio da hospedagem, alunos e professores, atendentes de comércio, etc. Demonstra, conforme as diretrizes do PRT, que cada setor a ser sensibilizado deve ter um representante, fala sobre papel de cada instância nesse processo; as características do mobilizador e depois segue para o desenvolvimento do processo de sensibilização.

A primeira ação a ser feita é o contato pessoal, em que há visitas e conversas informais em que o mobilizador dará informações e falará sobre o turismo e os benefícios que ele traz para a cidade e/ou região, cativando-o a participar no desenvolvimento do turismo. O segundo é trabalhos em grupos: oficinas, reuniões e seminários, esses devem conter representantes de todas as esferas, deverá levar em consideração opiniões diferentes e as características da sua região, assim poderá ser discutida as melhores ações de desenvolvimento.

Após a cartilha dá dois passos para a sensibilização dando um roteiro explicativo de todas as ações que devem ser feitas um itinerário de um evento e os assuntos que devem ser tratados neste.

Depois dessas informações a cartilha aborda os aspectos que devem ser observados como base para a sensibilização, que são estabelecer objetivo ou foco do grupo; estar preparado e aberto a mudanças; estar preparado para as resistências; manter a motivação do grupo; considerar a importância das emoções no contexto em grupo; entender o comportamento como fator de aprendizado;

adaptar-se a novas situações e à atuação em grupo; e saber utilizar os contatos presenciais. E por último traz sugestões de instrumentos e recursos a serem utilizados na sensibilização.

A segunda cartilha apresenta a mobilização, sua definição importância para o turismo. Após indica qual o momento de mobilizar e por que; os objetivos e estratégias para a mobilização; quem deve ser mobilizado para a implementação do programa; como se desenvolve o processo de mobilização; dá dois passos para a mobilização; e por último, sugestões de instrumentos e recursos a serem utilizados nas atividades de mobilização.

Esses materiais mostram-se importantes, pois detalha passo a passo e de forma simples o que deve ser feito nos locais para a sensibilização e mobilização de uma comunidade. É de extrema importância para o desenvolvimento do turismo sustentável que a comunidade esteja envolvida nesse processo, pois ela sabe as demandas das localidades e irá se sentir incluída, resultando em um turismo organizado, melhora nas infraestruturas das cidades, na qualidade de vida população, assim como no tratamento aos turistas.

7 O MUNICÍPIO DE SÃO BORJA / RS

São Borja é um município localizado no oeste do Rio Grande do Sul, faz fronteira com a Argentina, seu território é de 3.616,690 km² de extensão, tem uma população estimada de 60.671 habitantes (IBGE, 2020).

O município foi fundado pelo Padre Jesuíta Francisco Garcia em 1682, é conhecido por ser O Primeiro dos Sete Povos das Missões, a respeito disso São Borja possui um museu com peças feitas pelos índios no período das Missões Jesuíticas (PORTAL DAS MISSÕES, 2018). Tem grande valor histórico não só por sua origem, mas também por ser a terra de duas figuras notórias da história do Brasil, dois ex-presidentes da república, Getúlio Vargas (1882-1954), de quem há um museu que antes era a casa em que vivia com sua família, com um acervo rico que revela traços do cotidiano do ex-presidente; e João Goulart (1919-1976), que possui um memorial na cidade em sua homenagem, na casa onde viveu quando jovem, esta possui ambientes com mobiliário original e exposições de painéis que relembram a trajetória de Jango (como era popularmente conhecido) (SÃO BORJA, 2017).

A importância de São Borja não se dá apenas pelo seu valor histórico, mas também pelo seu valor cultural, sendo reconhecida pelo título de Capital Gaúcha do Fandango por ser uma cidade com forte cunho tradicionalista, com seus bailes nos CTGs e piquetes, rodeios e etc. (RIO GRANDE DO SUL, 2018; SÃO BORJA, 2019).

Sendo uma cidade fronteiriça, tem como atrativo o Cais do Porto com um belo pôr e nascer do sol às margens do Rio Uruguai, recurso natural que estabelece a fronteira entre o Brasil e a Argentina.

Além de todas as características citadas anteriormente, São Borja possui vários outros atrativos e espaços que mostram sua riqueza cultural e histórica como o Museu Apparício Silva Rillo, Museu da Estância- Os Angueras, Ponte da Integração, Monumento Tricentenário, Estação da Cultura, Túmulo Maria do Carmo, Cemitério Jardim da Paz, Mausoléu Getúlio Vargas, o Cemitério Paraguaio, entre outros. Quanto ao aspecto da organização pública do turismo, a cidade conta com a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer (SMCTEL), que apresenta como alguns dos seus objetivos a promoção do desenvolvimento turístico e cultural, e a proteção do patrimônio turístico, artístico - cultural e histórico do município (SÃO BORJA, 2017). Também possui um Conselho Municipal de Turismo (CMT), órgão consultivo com ampla participação de representação da sociedade, conforme determinações do Ministério do Turismo.

A partir do exposto, percebe-se que a cidade de São Borja apresenta potencial turístico. No entanto, é importante envolver a população em ações que ressaltem o quanto a cidade é importante na história e tem uma voz cultural. Por isso, é necessário mostrar às pessoas como desenvolver e utilizar todo esse material rico que existe, para trazer benefícios à comunidade, melhorando sua qualidade de vida com o desenvolvimento do turismo local.

8 METOLOGIA DA PESQUISA

O propósito deste estudo é identificar alternativas para a inserção da comunidade local no desenvolvimento sustentável do turismo. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa de finalidade exploratória, que visa “ [...] proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2002, p.41).

Acredita-se que esta é a melhor alternativa de pesquisa para este estudo, porque considera-se necessário conhecer mais sobre o assunto, afim de demonstrar a importância do tema e detectar se é possível e como podem ser atingidos os objetivos da pesquisa.

Como alternativa para formalização deste estudo, foi aplicada a pesquisa bibliográfica, que segundo Lakatos e Marconi (2003, p.183):

“[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...]”.

Esse método foi utilizado para a obtenção de informações sobre o assunto para que a temática pudesse ser analisada de forma sólida. Também foi identificada como a alternativa mais viável por conta das limitações da pesquisa nesse momento de pandemia.

Com tudo que foi descrito, percebe-se que este estudo se caracteriza como uma pesquisa de caráter qualitativo, pois

Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.70).

Acredita-se que esse método é o mais adequado, porque a curiosidade para o desenvolvimento deste estudo se originou por meio da vivência no município de São Borja, onde observou-se que é necessário desenvolver o conhecimento à população sobre os benefícios do turismo e por conseguinte maior envolvimento desta no desenvolvimento do turismo de forma sustentável, portanto envolve a subjetividade da análise de um grupo social e a interpretação dos fenômenos a ele vinculados.

O levantamento de dados foi realizado no período de dois meses (agosto e setembro de 2020), desenvolvido através de pesquisas em *sites* acadêmicos e institucionais, em artigos científicos e livros da área do turismo, além de materiais e cartilhas disponibilizadas na plataforma do Ministério do Turismo. Estes últimos serviram de base principal para esse trabalho, pois conceituam e discutem sobre a relação de turismo e sustentabilidade, chegando ao turismo sustentável, assim como indicam o caminho a ser seguido para se chegar a uma população consciente dos benefícios do turismo e disposta a trabalhar para desenvolvê-lo.

9 RESULTADOS DA PESQUISA

Durante a pesquisa foram utilizadas bibliografias que demonstravam formas de inserção da comunidade local no desenvolvimento sustentável como do Ministério do Turismo que indica primeiramente a abordagem pessoal, visitando os moradores, informando-os sobre os benefícios do turismo e como se envolver. Após isso, a indicação é que sejam realizadas reuniões, palestra, entre outras atividades, todas voltadas para que a população entenda sua importância no desenvolvimento do turismo, salientando a relevância de cada setor ter um representante, pois a partir disso, com grupos definidos, tudo será feito de forma conjunta.

Com base no que foi apontado acima, foram analisados dois casos de sensibilização da cidade para o turismo sustentável. O primeiro⁵ caso aborda o tema assegurando que a sensibilização não pode ocorrer de forma passiva por parte da população, assim antes de começarem a implantar seus métodos, foi realizada uma pesquisa de sugestão de procedimentos para realização das ações pretendidas. Os processos utilizados foram: Identificação do perfil socioeconômico e cultural da população local (entrevistas com a população local), em que foram elaboradas perguntas já estruturadas aos moradores; preparação do conteúdo e elaboração de materiais didáticos e informativos para o programa de sensibilização turística, os assuntos abordados foram conceitos fundamentais para o desenvolvimento do turismo; aplicação do programa de sensibilização turística em meios de comunicação (*spots* para veiculação em rádios, entrevistas em periódicos e rádios locais); aplicação do programa de sensibilização turística por meio de palestras destinadas à comunidade local. Essas ações partiram da percepção dos autores do projeto que as cidades não têm um envolvimento considerável da população no desenvolvimento do turismo. Foram realizadas em parceria com a gestão pública local (secretarias e diretorias de turismo e meio ambiente das prefeituras municipais) , empresários e envolvidos com o setor turístico, e meios de comunicação (jornais e rádios locais).

⁵ Programa de sensibilização sustentável do turismo: uma proposta para envolvimento e participação de comunidades locais. Disponível em:
<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14238#:~:text=O%20programa%20de%20sensibiliza%C3%A7%C3%A3o%20tur%C3%ADstica,incentivar%20o%20seu%20envolvimento%20e>

O segundo caso⁶ desenvolve ações em um projeto na escola, chegando à comunidade de um bairro ouvindo a população, realizando atividades educacionais para a conscientização, tendo sempre uma linguagem facilitadora para melhor comunicação. As intervenções foram feitas através de um Programa de bolsas de extensão da Universidade Federal da Paraíba e do Probox, a instituição de ensino onde foram desenvolvidas as ações foi a Escola Municipal Antônio Santos Coelho Neto. Portanto, as atividades aplicadas indicam a ação de uma instituição de ensino superior em conjunto com a administração municipal.

Observou-se que as propostas apresentadas seguem na mesma linha de ação: ouvir a população e envolvê-la de forma ativa. Diante disso, percebe-se que é necessário desenvolver ações que chamem atenção da comunidade e a envolvam ativamente para obtenção de resultados positivos.

Através de breve contato com a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, esporte e Lazer da cidade de São Borja, percebeu-se que, até o momento, não existem ações de sensibilização e mobilização da comunidade com visão no desenvolvimento do turismo local. No entanto, este é um município que possui potencial turístico, devido a vários atrativos históricos e culturais relevantes, além de sua localização geográfica (fronteira).

Por isso, é importante que a população perceba e entenda que o turismo é uma atividade organizada e que só acontece de forma sustentável se a comunidade estiver envolvida, bem como promover conhecimento do que é o turismo e os benefícios que pode proporcionar, se for bem planejado e estruturado, e os impactos que causa. Além disso, no planejamento do turismo deve-se pensar no que é melhor para quem vive no local, assim pode-se concluir que os moradores sabem bem o que precisa ser melhorado. É importante salientar que a sensibilização e conscientização possibilitam ao corpo social conhecimento dos benefícios do turismo tanto para as empresas do setor turístico, como para os produtores locais, podendo assim desenvolver um planejamento que beneficie a todos.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo desenvolvido e estruturado de forma sustentável traz vários benefícios a uma cidade, pois busca prever os impactos que causa com o intuito de diminuí-los,

⁶ Turismo, sensibilização e cidadania na comunidade da praia da penha. Disponível em: http://www.prac.ufpb.br/anais/xenex_xienid/x_enex/ANAIS/Area8/8CCHLADECOMPEX01.pdf

gerar empregos, dar visibilidade aos produtores locais, instigar a capacitação, entre outros, promovendo o melhoramento da qualidade de vida da população. A comunidade torna-se fator importante para que a sustentabilidade do turismo seja efetiva, pois é necessário que exista a compreensão de que o turismo é uma atividade econômica que precisa ser planejada, portanto, é necessário o conhecimento de como funciona para que possa atuar participando das tomadas de decisões, já que a comunidade é que vivencia o que se passa no dia a dia e sabe o que precisa ser melhorado na cidade, além de poder cobrar do poder público o que não estiver sendo realizado.

Diante disso, levantou-se a questão de como inserir a comunidade local no desenvolvimento sustentável em um município, especificamente em São Borja. É importante pensar em estratégias que melhor se adequam a realidade da cidade para alcançar resultado positivo no desenvolvimento do turismo.

Sendo assim, sabe-se que o turismo é uma atividade que, além de utilizar o ambiente para acontecer, também usa a identidade de um povo, por isso é importante que a população se sinta parte do turismo, tendo sentimento de pertencimento àquela comunidade e história, assim terá orgulho de falar disso para os visitantes, pois a participação efetiva da comunidade local indica a implementação do turismo sustentável. Portanto, o modo de mobilizar a população deve ser de forma simples e de fácil compreensão, através de estratégias bem elaboradas.

Assim percebe-se que é preciso, inicialmente, fazer com que a população perceba a importância de pertencer a São Borja, município que possui uma riqueza histórica e cultural que pode ser explorada para o bem da população através do turismo. Algumas das ações para esta finalidade podem ocorrer através de matérias em *sites*, jornais, páginas de redes sociais do município e rádio. Além disso, também aplicar alternativas de educação patrimonial, priorizando escolas. Acredita-se que dessa forma será possível atingir uma parcela significativa e diversificada da população.

Também é importante fazê-la sentir-se inserida, demonstrando que é necessário seu envolvimento no planejamento e desenvolvimento do turismo. Para isso, uma alternativa é através de palestras, bem divulgadas, sobre o turismo e seus conceitos, qual o papel da comunidade com o turismo, como ela pode contribuir,

porque ela deve valorizar a cidade, como cada setor se envolve nesse processo e quais os benefícios que o turismo traz.

Por isso é proposto à Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer (SMCTEL) de São Borja, como órgão responsável pelo turismo no município, que execute as ações que serão expostas nesse trabalho. No primeiro momento a ação que se sugere ser feita é pedir espaço nas rádios locais, com duração diária de dois minutos nos intervalos entre uma programação e outra para colocação de pequenos trechos informativos sobre os personagens e fatos históricos da cidade, assim como lendas. Para tal ação, serão elaborados dois pequenos textos por semana que se alternarão de segunda a sexta nas estações de rádios da cidade. Nas redes sociais serão feitas postagens sobre a história e cultura da cidade, levantando *hashtags*⁷ para compartilhamento. Isso também pode ser feito em matérias de jornais e nas plataformas da SCMTEL, a escolha dos responsáveis por escrever os textos e postagens ficam a cargo da secretaria.

Quanto à questão da educação patrimonial, é proposta uma parceria com a Secretaria de Educação e o Instituto Federal Farroupilha - Campus São Borja para que seja criado um projeto em que os professores aprendam a trabalhar educação patrimonial com seus alunos. E por último, também em parceria com o IFFar Campus São Borja, especificamente o curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, elaborar palestras e reuniões que expliquem com linguagem simples o que é o turismo, como ele acontece, qual a matéria prima do turismo e o motivo de preservá-la, com ele pode ser desenvolvido de forma sustentável e quais os benefícios que ele traz tanto à cidade quanto a seus moradores. Essas palestras devem ser bem divulgadas nas plataformas da SMCTEL, nas redes sociais da cidade, nas rádios e outros meios de comunicação disponíveis.

Acredita-se que a SMCTEL, através da participação e apoio dos representantes dos Conselhos Municipais de Cultura e de Turismo, tem possibilidade de iniciar este processo de mobilização e sensibilização da comunidade local, fortalecendo a base para o desenvolvimento do turismo sustentável local.

⁷ [Hashtag](#) é um composto de palavras-chave, ou de uma única palavra, que é precedido pelo símbolo cerquilha (#). Tags significam etiquetas e referem-se a palavras relevantes, que associadas ao símbolo # se tornam hashtags que são amplamente utilizadas nas redes sociais, onde a adesão delas as tornaram tão populares.

REFERÊNCIAS:

ABREU, Ildeneia Borges e COSTA, Sarany Rodrigues da. **Planejamento Participativo e Sua Contribuição para Desenvolvimento Sustentável da Atividade Turística**. EADB, 2014. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/43720503.pdf> . Acesso em: 31 de agosto de 2020.

ALMEIDA, Antônio Rafael Barbosa de [et. al.]. **Turismo, Sensibilização e Cidadania na Comunidade da Praia da Penha**. ENEX, 2008. Disponível em: http://www.prac.ufpb.br/anais/xenex_xienid/x_enex/ANAIS/Area8/8CCHLADECOMP EX01.pdf. Acesso em: 07 de setembro de 2020.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo - Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 14ª ed. São Paulo: SENAC, 2008.

BRASIL. **Decreto Nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm. Acesso em: 27 nov. 2019.

BRASIL. **Decreto Nº 9.791, de 14 de maio de 2019**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm. Acesso em: 02 de outubro de 2020.

BRASIL. **Módulo Operacional 1: Sensibilização**. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/sensibilizacao.pdf. Acesso em: 03 de setembro de 2020.

BRASIL. **Módulo Operacional 2: Mobilização**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_2_mobilizacao.pdf. Acesso em: 02 de setembro de 2020.

BRASIL. **Institucional**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional.html>. Acesso em: 27 de novembro de 2019.

CANALTECH. **O que é hashtag?**. Disponível em: <https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/>. Acesso em: 08 de outubro de 2020.

CIAAT. **A Importância da Mobilização Social na Implementação de Projetos**. (2019). Disponível em: <https://ciaatgv.com.br/a-importancia-da-mobilizacao-social-em-politicas-publicas/>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.

COOPER, Chris [et. al.]. **Turismo – Princípio e Práticas**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo – Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

ECOASSIST. “**Sustentabilidade**”- **A Palavra da Década**. Disponível em: <https://ecoassist.com.br/sustentabilidade-a-palavra-da-decada/>. Acesso em: 28 de agosto de 2020.

FELIPPE, Vanessa. **São Borja Recebe Título de Capital Gaúcha do Fandango**. GOV RS, 2018. Disponível em: <https://estado.rs.gov.br/sao-borja-recebe-titulo-de-capital-gaucha-do-fandango#:~:text=%C3%89%20a%20primeira%20cidade%20dos,a%20%22terra%20dos%20presidentes%22>. Acesso em: 9 de setembro de 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

IBGE. **São Borja**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-borja/panorama>. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

LÉXICO. **Sensibilizar**. Léxico Dicionário de Português Online. Disponível em: <https://www.lexico.pt/sensibilizar/>. Acesso em 07 de setembro de 2020.

MASINA, Renato. **Introdução ao Estudo do Turismo: conceitos básicos**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2001

SÃO BORJA. **Tradicionalismo faz Aquecer Economia de São Borja, a Capital do Fandango**. São Borja, 2019. Disponível em: <https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/ultimas-noticias/2179-tradicionalismo-faz-aquecer-economia-de-sao-borja-a-capital-do-fandango>. Acesso em: 9 de setembro de 2020.

SÃO BORJA. **História**. São Borja, 2017. Disponível em: <https://www.saoborja.rs.gov.br/>. Acesso em: 9 de setembro de 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

SANTOS, Norberto e GUIMARÃES, Tania. **SISTUR**. Disponível em: https://www.researchgate.net/figure/Figura1-Sistema-de-Turismo-SISTUR-Modelo-Referencial-de-Mario-Beni-Fonte-Adaptado_fig1_266614669 acesso em 4 de novembro de 2019