



Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo

ECOTROTE
CIDADANIA NOS CURSOS SUPERIORES DE TURISMO DO
DISTRITO FEDERAL

Betânia Rosa Almeida

Sandra Magda Von Tiesenhausen de Souza

Monografia apresentada ao Centro de
Excelência em Turismo da
Universidade de Brasília como requisito
parcial para a obtenção do certificado
de Especialista em Gestão e Marketing
do Turismo.

Brasília, DF, maio, 2004.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo

Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Turismo

ECOTROTE
CIDADANIA NOS CURSOS SUPERIORES DE TURISMO NO DISTRITO
FEDERAL

Betânia Rosa Almeida

Banca Examinadora

Sandra Magda Von Tiesenhausen de Souza, Mestre
Orientador

Membro da Banca

Brasília, DF, 20 de maio de 2004.

Almeida, Betânia Rosa

EcoTrote: Cidadania nos Cursos Superiores de Turismo do Distrito Federal / Betânia Rosa Almeida.

50 f.

Monografia (especialização) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo. Brasília, 2004.

Área de concentração: Gestão e Marketing do Turismo

Orientadora: Sandra Magda Von Tiesenhausen de Souza

1. Turismo 2. Voluntariado 3. Trote universitário

BETÂNIA ROSA ALMEIDA

ECOTROTE:
CIDADANIA NOS CURSOS SUPERIORES DE TURISMO NO DISTRITO FEDERAL

Comissão Avaliadora

Professor (a) Orientador (a)

Professor (a)

Professor (a)

Brasília, DF, 20 de maio de 2004.

*Agradeço a Professora Sandra pela atenção, incentivo,
carinho e paciência. Foi uma honra e um prazer tê-la como
Orientadora.*

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	6
1. TURISMO E MEIO AMBIENTE	11
1.1 TURISMO E IMPACTO AMBIENTAL	12
1.2. TURISMO SUSTENTÁVEL	15
2. TURISMO COMO INSTRUMENTO PARA EDUCAÇÃO AMBIENTAL E FORMAÇÃO DE CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA	18
2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE TURISMO	19
2.2. O PAPEL DO PODER PÚBLICO NA GESTÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	21
3. A FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO BACHAREL E SEU PAPEL COMO AGENTE MULTIPLICADOR DE CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA	24
3.1. CONSEQÜÊNCIA INEVITÁVEL: O TURISTA CONSCIENTE E ATIVISTA	26
4. O VOLUNTARIADO NO BRASIL	27
4.1. VOLUNTARIADO EM ÁREAS NATURAIS	28
5. Os NOVOS TROTES	30
5.1. O EcoTROTE	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
ANEXOS	39

INTRODUÇÃO

A escolha de um curso superior que, de preferência, determine o futuro profissional de um jovem envolve uma série de fatores que são avaliados no decorrer do que já se viveu até a data fatídica de inscrição para o vestibular.

Depois de prestar vestibular para Administração de Empresas, Ciências Políticas e Comunicação Social, resolvi investigar sobre os cursos de formação em Turismo. Era um curso ainda recente e eu entendia que ele tratava de algo que fazia parte dos desejos e da vida de muita gente. Também tinha a consciência de que era uma formação contemporânea dada a relação intrínseca com entretenimento e negócios.

Quatro anos depois, formando, estagiando e tendo participado da maior quantidade possível, e que meu orçamento pôde permitir, de congressos, encontros, seminários e tudo o que acontece na vida de um acadêmico, continuava a escutar de colegas, calouros ou não, uma quase lamentação de que, algumas vezes, ainda não sabiam o que estavam estudando ou do que exatamente se tratava o curso. Outros com quem convivi não entendiam muito bem o que haviam aprendido. Certos comentários de empresários que já possuíam seu negócio e queriam mais conhecimento demonstravam ressentimento de possíveis restrições curriculares. E uma parcela – ínfima, devo admitir – de estudantes conscientes do que aprenderam se engajaram no sentido de fazerem diferença no mercado de trabalho.

Não vou entrar no mérito dos currículos de graduação dos cursos de Turismo, estou consciente que o mercado não observa somente profissionais com essa postura, mas tenho conhecimento por investigação própria, em contato com ex-colegas de classe, de que mais da metade dos que se formaram comigo não estão trabalhando na área, e a outra parte se ressentem por não estar sendo remunerada dignamente, pois ocupa posições operacionais na área de Turismo. Assim foi nos últimos quatro, cinco anos em que tive e ainda tenho contato com alguns amigos e colegas.

Independente do panorama encontrado no mercado de trabalho, que em Brasília se torna ainda mais complicado, haja vista a indústria de cargos públicos que movimenta a cidade, esse percentual de universitários indecisos ainda acontece nas faculdades de Turismo do Distrito Federal, que hoje somam onze cursos superiores. Tal fato se torna relevante dado que acontece em uma cidade predominantemente urbana, ainda sem políticas efetivas para a atividade turística e sem projeção no cenário internacional de viagens que tenham como destino o Brasil.

Como exercício de hipótese a este quadro ainda ambíguo, se fizermos um simples cálculo multiplicando o número de cursos – onze – pelo número médio de formandos por ano por turma (desconsiderando os cursos que abrem vagas no meio do ano) – quarenta – isso nos dá o resultado nada animador de quatrocentos e quarenta formandos por ano. Torna-se quase inevitável perguntar: mas onde todas essas pessoas irão trabalhar? O que faz exatamente um Bacharel em Turismo? O que se aprende nestes cursos?

São perguntas que, certamente, muitos estudantes escutam, e grande parte deles está alheio a qualquer tipo de provocação. Acabam desempenhando uma atividade por necessidade financeira até que vire rotina e não nutrem nenhuma preocupação em exercitar a profissão efetiva de planejador em Turismo. Creio que um das maneiras de se mudar este quadro é por meio de ações do governo e de entidades ligadas ao Turismo no Brasil e com a eventual projeção que a atividade tem tido nos últimos anos como algo que mereça atenção e, conseqüentemente, estudo, haja vista os diferentes cursos de especialização na área, oferecidos por grandes instituições educacionais em todo país.

Atualmente o foco da maioria dos cursos superiores de Turismo se detém em conhecer as causas desta atividade, em disciplinas como Psicologia e Sociologia; as conseqüências, em disciplinas como Turismo Sustentável e Geografia; as formas de gerir e promover, em disciplinas como Administração e Comunicação; e os impactos sociais, em disciplinas como Antropologia.

São cursos que se embasam no princípio da multidisciplinaridade, embora sem muita prática efetiva em planejamento e pesquisa. Grande parte da experiência prática se dá em visitas técnicas e em estágios supervisionados. No primeiro caso o tempo geralmente é curto para se pensar em planejamento ou desenvolver algum tipo de pesquisa. No caso dos estágios, o espaço em Brasília é bastante restrito no que se refere ao planejamento da atividade turística, a maioria deles ocorre em áreas operacionais, desviando-se do foco principal.

Nas minhas leituras, pesquisas e conversas posso levantar ainda a hipótese de que existe uma espécie de corporativismo em profissões já fundamentadas e organizadas como Administração e Comunicação Social que dificultam a atuação do Bacharel em Turismo como planejador. Em Administração, talvez por não admitirem outro tipo de formação que possa abranger planejamento e gestão mesmo que seja com outro foco, que no Turismo se detém em aspectos mais humanos, sociais e culturais que mercadológicos. Em Comunicação, talvez porque o Turismo tenha uma ligação muito estreita com relações públicas, publicidade, propaganda, marketing e outras alçadas predominantes da comunicação, mas que são freqüentemente atribuídas a profissionais de Turismo.

Diante desse quadro, formada e desempregada, resolvi pesquisar outras formas de exercer a atividade além das que já conhecia em estágios que quase não me acrescentaram experiência em planejamento e gestão de Turismo. Assim, tomei conhecimento do Programa de Educação Ambiental do Parque Nacional de Brasília, que conta com um Corpo de Voluntários atuando diretamente com a sensibilização da comunidade, prestação de informações aos visitantes e guiando visitas.

Depois de passar por todo processo de inscrição, avaliação e aceitação, comecei o treinamento e conheci outros colegas, quase todos do curso de Engenharia Ambiental. Nossa atividade constava basicamente em educar os visitantes do parque, fornecer informações quando solicitados, acompanhá-los nas trilhas e no Centro de Visitantes, fazer coleta de lixo e colaborar para a

manutenção, preservação e conservação das instalações e do parque de forma geral.

Ao meu ver, são atividades diretamente relacionadas com as de um guia de turismo ou de um condutor de visitantes, por exemplo, e eu era a única pessoa com formação na área de Turismo, o que, ao meu ver é um sintoma do desperdício e do desvio que pode estar ocorrendo nas faculdades de Turismo do Distrito Federal.

Era uma atividade prazerosa, que durava quatro horas dos meus sábados e domingos, na qual eu conhecia pessoas, contribuía para a manutenção do parque, obtinha conhecimento no que considero profissional no campo do turismo e ainda adquiria uma experiência importante e cada vez mais valorizada por empresas que assumem sua responsabilidade social, que é o voluntariado.

Nesta monografia me coloquei, então, o desafio de apresentar uma proposta de atividades que complementem o currículo dos cursos superiores de Turismo desde o ingresso na faculdade.

No primeiro momento contextualizarei o Turismo no meio ambiente, suas vertentes e alternativas para a preservação da matéria-prima da atividade turística e a oportunidade de promover educação ambiental e formação de consciência ecológica que está por trás da atividade profissional do Bacharel em Turismo.

Posteriormente irei introduzir concepções de voluntariado como um dos componentes que ajudam na formação profissional, e que, aliado aos rituais de ingressos nas faculdades – os trotes – podem se tornar um instrumento de sensibilização e conscientização social.

Após esse breve panorama, pretendo analisar as diferentes oportunidades de se utilizar uma atividade que possa ser incorporada pelos estudantes de faculdades de Turismo do Distrito Federal e que possa contribuir para a formação de um Bacharel em Turismo consciente, maduro e profissional.

Uma atividade que redimensione aquilo que acho que deveria fazer parte da formação do Bacharel.

Finalmente, irei demonstrar as resultantes pretendidas deste tipo de atividade, as conseqüências que ela pode acarretar e exemplos similares de ações sociais que façam parte de uma espécie de “currículo alternativo” de estudantes universitários.

Uma iniciativa que nem sempre parte do indivíduo, mas que pode ser despertada por propostas das entidades educacionais responsáveis pela formação destes profissionais.

1. TURISMO E MEIO AMBIENTE

“Por outro lado, talvez não seja demais lembrar que toda ação do homem transforma o espaço natural e provoca algum grau de destruição sobre o ambiente; a sobrevivência do homem como ser social, que atua naturalmente em grupo, sempre modifica o meio de alguma forma e não poderia ser diferente: não se pode imaginar o ser humano pairando sobre a Terra para não derrubar árvores, não plantar, etc. Entretanto, é igualmente evidente que a intensidade dessa transformação varia ao longo do tempo, do espaço e também em função das diferentes características dos vários grupos humanos e que a atual sociedade urbano-industrial acelera demasiadamente esse processo” afirma RODRIGUES (2002, 31).

Como se pode ver, grande parte das atividades humanas provoca impactos positivos e negativos no meio ambiente. O Turismo é uma atividade econômica na qual, inevitavelmente, se utilizam áreas naturais, seja o atrativo em si, ou o entorno de determinados atrativos e que, por isso, não foge desse rol de atividades.

O movimento turístico no mundo, assim como em outros setores da economia, passou por transformações significativas. Se anteriormente o deslocamento de viajantes se dava por interesses comerciais – como compra e venda de bens e mercadorias – ou geopolíticos – como as navegações, a conquista e colonização de novas terras, hoje esse movimento acontece, em sua grande parte, pela simples vontade que as pessoas nutrem em conhecer novos lugares, novas culturas e novos ambientes. Posteriormente, com meios de transporte evoluídos, tecnologias acessíveis, aumento da qualidade de vida no mundo e o progresso inevitável, as viagens foram se sofisticando até chegar ao nível que se pode ver atualmente: até viagens ao espaço são possíveis.

Atualmente o Turismo tem outra conotação, que abrange aspectos culturais, sociais e econômicos, movimentando uma série de setores no mercado e promovendo o desenvolvimento de algumas nações.

Segundo ANDRADE (2002, p. 38) o Turismo é o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de

viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais.

O Turismo é um fenômeno que movimenta não só a economia e a geração de empregos, é também um movimento, na maioria das vezes periódico, de pessoas que buscam sair do cotidiano visitando outros lugares, outras pessoas, outras línguas, outras paisagens e outras culturas.

Neste contexto, se torna importante a preocupação com as formas de se manter os recursos necessários à exploração desta atividade tão lucrativa e atraente. De forma que seja possível gerar receita e, ao mesmo tempo, preservar o ambiente no qual está inserida a atividade.

1.1. TURISMO E IMPACTO AMBIENTAL

“(...) é importante lembrar que na exploração turística dos recursos ambientais se considere o impacto que esse processo irá acarretar sobre o meio, procurando-se atenuar ao máximo os conseqüentes prejuízos e calculando-se a capacidade de absorção do ambiente para se evitar seu irremediável comprometimento. Porque a transformação da paisagem, a poluição das águas, do ar, o acúmulo do lixo, etc., vão comprometer não só a qualidade de vida num futuro nem tão distante (como se pode constatar através das muitas informações a respeito veiculadas pelos meios de comunicação), como no caso da exploração turística do meio, comprometer a ‘matéria-prima’ dessa exploração”, afirma RODRIGUES (2002, p.68).

Nota-se, portanto, a necessidade de ações efetivas para que cada vez mais sejam viabilizados empreendimentos e atividades turísticas que não agridam o meio e que possibilitem a exploração ordenada dos espaços. Os impactos negativos da atividade turística se refletem basicamente na ocupação desordenada e sem planejamento, o que acarreta destruição e degradação do ambiente e seu entorno, além de prejudicar a qualidade de vida dos agentes envolvidos na atividade (turista, ambiente e comunidade receptora).

De acordo com RUSCHMANN (1997, p.21), um dos exemplos mais conhecidos desta ação degradante do Turismo e do descaso que pode ocorrer quando interesses econômicos suprimem a necessidade de manutenção dos

recursos foi o fenômeno do Turismo de Massa, que ocorreu a partir dos anos 50 e teve seu apogeu entre os anos 70 e 80, quando muito pouco era feito em relação ao meio ambiente e urbanização e demandas turísticas cresceram vertiginosamente por todo mundo.

Segundo MAGALHÃES (2001) paralelamente ao desenvolvimento do turismo surgem efeitos que afetam negativamente a vida das comunidades, sendo necessárias ações específicas para combatê-los ou minimizá-los.

“(...) Esses efeitos se tornam ainda mais preocupantes quando incidem sobre áreas de frágil equilíbrio ambiental ou onde se encontram atrativos de grande valor biológico ou cultural que são, em geral, os ambientes propícios ao ecoturismo”, afirma MAGALHÃES (2001, p. 18).

Ou seja, ao mesmo tempo em que a atividade turística gera divisas e promove o desenvolvimento econômico de determinado destino, também pode acarretar uma série de danos naturais e culturais. O Turismo, então, ultrapassa o mero conceito relacionado ao deslocamento de indivíduos e passa a apresentar uma “dualidade estrutural” (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001, p. 9) na qual ele é o resultado de uma cultura universal e ao mesmo tempo transcende as culturas locais nas quais se manifesta. Compreender isso é fundamental para qualquer planejamento que pretenda promover um autêntico processo de desenvolvimento.

Segundo os mesmos autores, que contextualizam prioritariamente o Turismo na América Latina, a corrente tradicional que estuda a indústria turística encontra suas bases em definições e estudos escassos realizados há cerca de sessenta anos, e ainda sugere que o Turismo possui um caráter singular que exige modelos de planejamento adequados à sua realidade (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001, p.11). O que denota a necessidade de profissionais adequados, visto que as peculiaridades de cada área devem ser respeitadas, não devendo ser tratadas de maneira semelhante.

Dada a complexidade estrutural e conceitual que a atividade turística ganha, cresce a preocupação em determinar limites e critérios que possam garantir o desenvolvimento de destinos minimizando ao máximo os danos que

possam ocorrer. Ou seja, conforme o que MOLINA e RODRIGUEZ (2001, p. 40) consideram como a essência do planejamento: promover a modificação de um estado de coisas para níveis de uma ordem maior, com base nos interesses próprios da região. O planejamento, então, serve de ferramenta básica para se chegar a níveis mais elevados de evolução econômica e social.

O planejamento do Turismo no Brasil conta, hoje, com uma série de atividades relacionadas à educação, gestão e promoção da atividade dentro e fora do país; tais atividades são desenvolvidas tanto pelo governo como por iniciativas privadas.

A mídia e os veículos de comunicação responsáveis pela divulgação destas atividades apontam o surgimento de uma vertente alternativa, em constante crescimento, para se realizar a atividade turística: o Ecoturismo, e com ele, a possibilidade de se alcançar a sustentabilidade dos destinos por meio do Turismo e das conseqüências positivas que ele pode gerar.

Como exemplo destas conseqüências positivas da atividade turística sobre o meio-ambiente, pode-se citar a criação de planos de conservação, investimento em preservação, disseminação de consciência ecológica para turistas e empreendedores, utilização racional e ordenada dos espaços, conversão da renda obtida pela atividade em investimento na preservação da área explorada, entre outros.

“O Ecoturismo é uma maneira de assegurar a conservação da natureza e aumentar o valor das terras deixadas em estado natural; os lucros financeiros dele provenientes devem reverter para assegurar a conservação ambiental, garantir o seu sucesso como empreendimento econômico e proporcionar reais benefícios às populações residentes”. MAGALHÃES (2001, p. 32).

1.2. TURISMO SUSTENTÁVEL

Aliado ao Ecoturismo, tão em voga nos dias de hoje, um novo tipo de gestão também se desenvolve com certa rapidez: o Desenvolvimento Sustentável. Trata-se de um desenvolvimento ecológico no qual todos os agentes adquirem naturalmente a capacidade de interagir com o meio, fazendo parte dele e contribuindo para sua manutenção.

Segundo Capra (1996, p. 24) a partir do ponto de vista sistêmico, as únicas soluções viáveis são as soluções “sustentáveis”. Ele defende a existência de um novo paradigma na sociedade atual, o qual conta com uma visão de mundo ecológica que enfatiza a cooperação, a conservação e a parceria; ao contrário da visão puramente econômica que enfatiza a competição, a expansão e a dominação.

A palavra ecologia vem do grego – *oikos* (lar) – e significa o estudo do lar, da casa Terra, o estudo das relações que interligam todos os membros deste lar. E o Turismo é uma das atividades humanas responsáveis pela intensificação destas relações. Mas como promover estas relações sem descaracterizar povos e ambientes?

“A tendência atual não é mais adaptar os lugares às expectativas dos visitantes e modificar profundamente os ambientes com a construção de grandes complexos hoteleiros e serviços luxuosos. Parece não ser mais só isso o que os turistas almejam; talvez seja melhor estimular os visitantes a se adaptarem aos lugares, ao invés de exigir que os lugares se adaptem a eles”, afirma MAGALHÃES (2001, p. 11).

Ou seja, o Turismo Sustentável se dá por meio da exploração, manutenção, preservação e conservação conscientes dos recursos naturais. Apesar disso ainda há muito conflito afinal, empreendimentos e atividades turísticas devem gerar receita e, em alguns casos, interesses econômicos entram em choque com interesses preservacionistas. Por outro lado, se não houver, por parte dos empreendedores, preocupação em considerar a conservação do ambiente, em pouco tempo os recursos existentes não serão suficientes para a realização de qualquer atividade econômica.

Atualmente até o mercado consumidor pode desempenhar papel importante na criação de novos modos de condução e de um novo olhar de consciência afinal, a cada geração conceitos de ecologia e preservação do meio-ambiente são mais comuns e difundidos, o que torna o consumidor alguém exigente e atento. Em matérias de veículos especialistas, percebe-se que o turista não busca apenas conforto, limpeza, comodidade, cordialidade e segurança, ele também quer contato com a natureza, em condições de apreciação suficientemente compatíveis com o preço que se paga por ela.

Mas não é qualquer profissional, ou empreendedor ou turista que adquire esse tipo de consciência facilmente em alguns casos são necessárias medidas severas para garantir a preservação de ecossistemas, espécies e cultura nativa.

Não só para atividade turística, mas uma consequência dela e para garantir a preservação dos diversos ecossistemas, ameaçados ou não, são criadas pelo Governo uma série de medidas pra controle e manejo de populações em áreas naturais, dentre elas destacam-se as Áreas de Proteção Ambiental (APAs) e Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs).

Devido a toda essa proteção, certamente imprescindível, o número de visitantes de certo destino tende a diminuir sensivelmente, pois se deve limitar os impactos do homem respeitando-se a capacidade de carga de cada destino, além de disponibilizar infra-estrutura necessária, tecnologia, fiscalização, sinalização adequada e guias especializados.

Ou seja, acaba restando à classe trabalhadora de renda razoável viajar a preços acessíveis para lugares pouco confiáveis no que se refere a padrões de conservação e preservação ambiental, pois destinos com alto padrão de confiabilidade, provavelmente implicam em preços não tão acessíveis a grande parte da população brasileira. O chamado Turismo de Massa acontece nesse contexto de desinformação e padrões de qualidade duvidáveis.

Segundo MONTORO (2003) a ausência de políticas culturais claras acarreta a compreensão do Meio Ambiente como mercadoria turística, como um *souvenir*.

“(...) qualquer possibilidade de alteração dessa tendência dominante deverá passar por uma nova visão não só da necessidade de um planejamento sustentável, mas por reeducação dos indivíduos (...)” afirma MONTORO (2003, p. 29).

Pode-se ver, portanto, que existe a necessidade de reeducar os cidadãos para a manutenção e conservação dos recursos que irão garantir não só a atividade turística, mas também a própria sobrevivência.

Isso se torna ainda mais grave quando se trata de países em desenvolvimento como o Brasil, nos quais muito pouco é feito efetivamente no sentido de alertar a população para a importância da manutenção do meio. Conforme MOLINA e RODRIGUEZ (2001, p. 57) pode-se dizer que o planejamento para a mudança na América Latina surge como uma necessidade histórica. São países que sofrem de grande especulação imobiliária, negligência na gestão pública, educação precária e disparidades enormes no que se refere às infra-estruturas das cidades.

O Turismo como atividade que propicia o intercâmbio entre culturas, hábitos e costumes se torna então um grande aliado para a mudança deste quadro, ao promover a possibilidade de propagação de consciência por meio de políticas públicas direcionadas a habitantes e visitantes, bem como a ação de profissionais engajados em dispor de tempo e conhecimento para atuar em conjunto com comunidades em projetos ligados ao desenvolvimento.

2. TURISMO COMO INSTRUMENTO PARA EDUCAÇÃO AMBIENTAL E FORMAÇÃO DE CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA

A formação do profissional em Turismo pode variar de acordo com a natureza da atividade que ele desempenha. Existem os que trabalham na chamada 'linha de frente' que é o atendimento, agente de viagens, guia de turismo, emissor de passagem, atendente de hotel, etc.; os que trabalham na chamada 'retaguarda' que vai desde camareira, atendente de 0800 de companhia aérea até pessoal do suporte de sistemas de emissão de passagens; e os que trabalham com o planejamento, com a gestão do Turismo (seja na iniciativa privada ou da pública) que são os Bacharéis em Turismo e em Administração. Para cada uma destas atividades existe uma formação específica, algumas certificadas, outras não.

Para TRIGO (1998) o setor turístico tem passado por constantes etapas de profissionalização em virtude da nova conjuntura internacional e do crescente grau de exigência dos seus clientes na maior parte do mundo desenvolvido.

“(...) Atualmente é inconcebível alguém fazer um planejamento em lazer ou turismo e não pensar na formação da mão-de-obra especializada que vai trabalhar na área” afirma TRIGO (1998, p. 17).

Além de envolver tantos profissionais, o Turismo é uma atividade que possibilita que ao mesmo tempo empresários, profissionais, governo e turistas sejam personagens importantes no desenvolvimento de ações ligadas à temática da sustentabilidade, como foi visto no capítulo anterior.

E a importância de um desenvolvimento que seja sustentável consiste em trazer benefícios para todos os envolvidos. O empresário, porque depende do meio para perdurar na atividade econômica que escolheu. Em alguns casos há até a possibilidade de promover educação ambiental por meio de parcerias com a comunidade, bem como em materiais de divulgação para seus clientes e, assim, disseminar conceitos e ações preservacionistas.

O governo, porque é um dos maiores gestores de áreas naturais do Brasil, e por meio de órgãos como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e do Ministério do Meio Ambiente (MMA) desenvolve políticas e restrições às atividades em áreas naturais, estabelecendo limites à exploração indiscriminada e predatória especialmente em áreas naturais.

Os profissionais, porque é a manutenção do meio que irá garantir a existência de empreendimentos e atividades turísticas, e por consequência também é o que irá garantir trabalho para todos envolvidos e espaço para pesquisa e desenvolvimento de planejamentos estratégicos. E, por fim, o turista, porque se sente bem em contato com a natureza e está cada vez mais envolvido com temas ligados à ecologia.

2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE TURISMO

“A impossibilidade de dissociar o consumo da cidadania impõe que a empresa atenda, simultaneamente, à realização de lucros e aos impactos não negativos sobre os valores sociais. Tal postura, antes considerada apenas academicismo ou vertente secundária para o marketing, vem ganhando força; isto porque pode interferir diretamente na imagem da instituição ou até levar a impasses jurídicos, inclusive envolvendo custos indenizatórios, nos casos extremos em que o conflito com o cliente se torna irreversível” afirma LAGE e MILONE (2000, p. 63).

Sob a perspectiva de mundo globalizado, sabe-se que parte da imagem que uma empresa passa a seus clientes vem dos resultados que ela apresenta ao governo, aos seus colaboradores, à receita federal, aos próprios clientes e aos órgãos fiscalizadores em geral.

Aos poucos, os gestores se dão conta de que, para garantir a existência de um empreendimento, não basta ter lucro o ano todo, deve-se ter compromisso social, e isso se traduz em condições ideais de trabalho e políticas trabalhistas justas para colaboradores; prestação de contas e geração de receita para o país; relacionamentos com fornecedores idôneos e no fornecimento de um produto ou serviço que atenda ou supere as expectativas do cliente.

Segundo LAGE e MILONE (2000) é inimaginável uma instituição buscar sustentabilidade comercial sem conciliar-se com as instituições, culturas e estruturas sociais. Quer seja um serviço de hotelaria, quer seja um pacote aéreo, há um direto envolvimento com a privacidade e expectativa pessoal de quem o adquira ou consuma.

“A empresa turística, como tantas outras, ao abrir-se para o mercado, assume funções sociais diretas, à medida que seus produtos, serviços e ações repercutem diretamente na sociedade e nas pessoas” afirmam LAGE e MILONE (2000, p. 63).

Há cada vez menos lugar no mercado para empresas com planejamentos de curto prazo e lucro imediato a qualquer preço. Hoje em dia esse cliente potencial não aceita mais esse tipo de postura. Atualmente o cliente dita as regras, está cada vez mais exigente e quer empresas sérias e responsáveis. As agências e operadoras de Turismo demonstram que aumenta a procura de alternativas para o Turismo de Massa, seja pela acessibilidade financeira em períodos com menos viagens, ou pela comodidade de conhecer os destinos sem passar por qualquer tipo de transtorno relacionado ao grande número de pessoas, ou até pela possibilidade de vivenciar o destino em sua realidade cotidiana que os pacotes montados não permitem.

O planejamento estratégico no sentido de estabelecer políticas públicas em si é algo consideravelmente recente no Brasil, e no que se refere a Turismo, então, uma ação que data de 1966, ano em que foi criada a primeira Política Nacional de Turismo. BARRETO (1991, p. 88).

“Gerir uma atração turística é, efetivamente, prever sua evolução em relação ao número de visitantes, aos problemas causados pela sua presença e ao grau de autenticidade que se pretende para esse recurso” afirma TRIGO (1998, p. 137).

Nota-se, portanto, que o gestor nessa área deve ter uma formação multidisciplinar, que lhe dê subsídios para lidar com constantes mudanças no mercado emissor e receptor, e que o convoque para uma consciência maior de sua responsabilidade no sentido de minimizar os impactos inevitáveis da atividade

no meio. Ou seja, ao mesmo tempo educar para o mundo em mudança e educar para transformar esse mundo que está em mudança.

Além dos mecanismos legais de fiscalização e acompanhamento da atividade turística desenvolvidos pelo governo e entidades civis organizadas, devem estar arraigados, desde a formação do gestor, conceitos claros de preservação e conservação do meio ambiente; metodologias de exploração do meio tendo por base a sustentabilidade e uma estratégia de comunicação que demonstre a preocupação com a ecologia.

2.2. O PAPEL DO PODER PÚBLICO NA GESTÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

“Nos documentos da Embratur vê-se que o Estado transfere muito de suas atribuições anteriores para os municípios – quase todos pobres e endividados – com sugestões para que se criem ‘parcerias’ com a iniciativa privada, uma maneira de delegar à esfera privada atribuições próprias da esfera pública” afirma MONTORO (2003, p. 45)

A autora se refere, entre outras coisas, ao antigo Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur.

A partir do ano de 2002, as complexidades das interfaces encontradas na atividade turística e na gestão por parte do governo desencadearam a criação do Ministério do Turismo, que antes era vinculado ao Ministério do Esporte, e a criação do Conselho Nacional de Turismo. Além da manutenção do Instituto Nacional de Turismo (EMBRATUR).

Antes, o único órgão responsável pelo fomento e promoção do Turismo no Brasil era a Embratur (subordinada ao extinto Ministério do Esporte e Turismo). Ela era a responsável por promover e projetar o Brasil como destino em feiras internacionais, ao mesmo tempo fiscalizar e regularizar a atividade no país e também desenvolver programas de desenvolvimento como o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil (PRODETUR/NE) e o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), atualmente reestruturado como Programa de Regionalização.

Com a criação do Ministério do Turismo, cabe à Embratur apenas promover o Brasil, captar eventos e projetar o país nacional e internacionalmente, sendo agora o Ministério o responsável pelas políticas públicas de desenvolvimento do Turismo.

Ainda assim, provavelmente devido ao pouco tempo de existência, os resultados ainda são muito tímidos no que se refere a políticas relacionadas Turismo Sustentável. Espera-se que com a criação do Ministério do Turismo esse quadro possa ter alguma perspectiva de mudança e que a responsabilidade do poder público possa ser legitimada por meio de ações ligadas ao planejamento sustentável dos diversos destinos brasileiros.

É desejável, não só no Turismo, uma visibilidade significativa da atuação do poder público em questões relacionadas à qualidade de vida da população e à manutenção de condições mínimas de sobrevivência. É impensável comercializar destinos cujas gestões não conseguem atender ao básico do que a comunidade necessita.

Os Estados não podem pensar pelos povos. Aqueles que atuam desta maneira são os menos capacitados para dirigir uma sociedade (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001, p.65). E aqui surge outra vertente do Planejamento Sustentável: a Gestão Participativa, a abertura de um canal que possibilite a participação das comunidades em alguns processos de decisão que estejam relacionados ao futuro de determinado destino. Segundo Molina, enquanto subsistir o paternalismo estatal, os países da região [latino-americana] não poderão superar sua situação pelas vias desejáveis.

Outro aspecto relacionado à ação do Estado se refere ao acompanhamento das atividades turísticas. Grande parte do que acontece em relação à fiscalização e apuração da atividade turística em meios naturais se deve a órgãos como o Instituto do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e a organizações civis como ONGs e Associações, ações nem sempre efetivas para controlar o impacto da ação degradante do homem no meio ambiente.

“Ainda que a intervenção das instâncias especializadas do poder público aconteça, tem sido insuficiente para, no mínimo, disciplinar a ocupação dos solos e deter a depredação ambiental, incentivar a transmissão de práticas culturais e promover o desenvolvimento sustentável” afirmam MOLINA e RODRIGUEZ (2001, p. 65)

Haja vista o crescimento e a complexidade da atividade turística no Brasil, e sua projeção inevitável em meios de comunicação dentro e fora do país, o Estado e os empresários devem assumir o compromisso com a autofiscalização e a promoção do desenvolvimento da área.

Nesse contexto, deve-se ressaltar o papel estratégico que o Bacharel em Turismo desempenha, no sentido de desenvolver projetos, planos e campanhas. Vale citar que o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) realizou apenas um Concurso Público e que empresas privadas geralmente contratam o Bacharel para desempenhar atividades operacionais.

Ao mesmo tempo em que existe uma necessidade real de profissionais com formação específica, existe também uma certa negligência ao se reportarem a profissionais não habilitados por vícios de gestão ou por desconhecimento. Nos dois casos, o Turismo no Brasil corre riscos, pois atualmente é quase inadmissível gerir uma atividade sem a especialização adequada e desconhecimento é uma denotação de desatualização no mercado.

3. A FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO BACHAREL E SEU PAPEL COMO AGENTE MULTIPLICADOR DE CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA

“Depois que as pessoas adquirem uma consciência histórica, política e cultural, é mais fácil passar os conceitos de mudança social, revolução, necessidade de combater mazelas antiquíssimas como preconceitos e racismo. Consciência da necessidade do conhecimento e consciência dos prejuízos causados pelo ‘fundamentalismo’ em todos os níveis devem permear os processos educacionais, especialmente nos cursos superiores destinados aos novos mercados” afirma TRIGO (1998, p. 191)

Como já citado anteriormente, a formação do Bacharel em Turismo conta com uma gama considerável de disciplinas, que vai desde Psicologia, Sociologia, Antropologia, até Administração, Comunicação e Contabilidade.

Independente do caráter naturalmente multidisciplinar que o curso de Turismo tem, ainda existe uma carência em atividades práticas relacionadas a planejamento que possam ir além do restrito estágio e pouco espaço no que se refere a sensibilizar o universitário para as questões ambientais e sociais.

Grande parte dos cursos superiores do Distrito Federal é realizada em faculdades particulares, as quais são freqüentadas, em sua maioria, por jovens e adultos da classe média que em alguns casos realizam algum tipo de atividade remunerada, haja vista o custo que um curso desse apresenta. Como, então, sensibilizar essa parcela considerável da população economicamente ativa para um movimento cidadão?

O Turismo é uma atividade que trabalha diretamente as relações entre as pessoas, desde a aquisição de um pacote turístico em uma agência, até um passeio com guias, uma compra de *souvenirs*, um atendimento telefônico, uma prestação de serviço aqui e outra ali. São relações que contam com dois momentos congruentes, no primeiro o Turismo é um agente criador de outros modos de relações humanas no que se refere ao conhecimento do outro, no segundo as relações se dão por meio da prestação de serviços.

Conforme TRIGO (1998, p. 38) qualquer pessoa interessada em desenvolver ou aprimorar outras pessoas para o setor terciário, especialmente o turismo, entende que é uma tarefa relativamente nova e que seus pressupostos não estão totalmente estabelecidos.

Ou seja, é necessário criar. Desde alternativas para o ensino do Turismo como ciência, até estratégias de sensibilização dos turistas e da sociedade de consumo. É necessário criar modelos mais atuais de ensino que se adequem ao novo panorama mundial de tecnologia e informação.

“Temos de criar em nosso continente condições para que a atividade turística possa se desenvolver com um padrão próprio, protegendo globalmente o homem e sua cultura, dando-lhe, a cada passo nosso, as condições para seu próprio crescimento” afirma BARRETO (1991, p. 98).

Esta criação parte de uma transformação ideológica interna, na qual cada ser humano se dá conta de que não só faz parte do meio, mas que interage com ele a todo tempo e que pode fazer disso um aliado para o seu próprio bem-estar, por meio de qualquer atividade, inclusive do Turismo. Essa criação não se dá apenas no nível informacional, mas também nas experiências vividas.

Portanto, com essa formação multidisciplinar que o Bacharel em Turismo tem acesso, com as várias comodidades do mundo moderno em se obter informação em tempo real, resta às instituições responsáveis pela formação destes profissionais providenciar a mobilização para assuntos sociais e ambientais na forma de atividades práticas que não contem meramente com o direcionamento tradicional, mas com a visão de sustentabilidade que o Turismo mostra ser a mais adequada.

“A educação é importante como finalidade para melhorar a vida humana. É um fim, e ao mesmo tempo, um meio para atingir patamares mais altos de cultura e civilização. Não a educação bancária já decantada por milhares de estudiosos, mas a educação integral, proporcionada por todos os meios e espaços da sociedade” afirma TRIGO (1998 p. 153).

3.1. CONSEQÜÊNCIA INEVITÁVEL: O TURISTA CONSCIENTE E ATIVISTA

Diante desse quadro potencialmente promissor para a atividade turística no Brasil, resta aos profissionais ligados a ela, desenvolver estratégias que sejam capazes de sensibilizar também o Turista, principal protagonista deste fenômeno mundial. Conforme BARRETO (1991, p.47) para cada tipo de turismo há um tipo de planejamento específico e, quanto mais o profissional se especializar, maiores serão os benefícios para o usuário e para a ciência do Turismo.

Segundo RUSCHMANN (1997: 75),

“A educação para o turismo ambiental deverá ser desenvolvida por meio de programas não formais, chamando o ‘cidadão-turista’ a uma participação consciente na proteção do meio-ambiente não apenas durante suas férias, mas também no cotidiano, no local de residência permanente. Entretanto, não só o turista terá de ser educado para proteger a natureza dos locais que visita; as ações de conscientização ambiental devem, indispensavelmente, voltar-se para o poder público que, como ‘dono’ dos recursos naturais, é responsável pelas leis de zoneamento para uso e ocupação do solo, e muitas vezes atua permissivamente, e para o poder econômico, quase sempre interessado no lucro a curto prazo e a qualquer preço. A postura de empresários do setor com relação à proteção do meio ambiente constitui o primeiro estágio para a conscientização ambiental de seus clientes”.

O que pode acontecer em decorrência da disseminação de uma consciência ecológica por parte dos futuros empresários no setor – que se espera serem assessorados por Bacharéis em Turismo – e pelas entidades responsáveis pela formação profissional dos envolvidos na atividade é uma espécie de reação em cadeia, na qual a comunidade receptora e os indivíduos visitantes possam interagir e trocar experiências não só culturais, mas também relacionadas à preservação e conservação do meio ambiente.

Ou seja, como diz Rubem Alves (2000, p.72): “Educação é o processo pelo qual aprendemos uma forma de humanidade.”

4. O VOLUNTARIADO NO BRASIL

Em um levantamento de campo, executado pelo IBOPE em 1998 para o ISER – Instituto de Estudos da Religião – foi concluído que as instituições que mais absorvem voluntários são as religiosas (com 75%), seguidas das de assistência social (17%), e houve um destaque para um percentual de 8% de voluntários que doam seu tempo para instituições de defesa de direitos e ação comunitária.

No Brasil, apesar de muito tímidas, as atividades de voluntariado vêm-se multiplicando consideravelmente. Em 1996 foi criado o Programa de Voluntários do Conselho da Comunidade Solidária com o objetivo de formar um novo padrão de voluntariado que fosse visto como participativo e cidadão.

A concepção atual de voluntariado não é somente socorrer comunidades em situações precárias, prestar assistencialismo, mas, além disso, é promover cidadania. Populações em situação de risco continuarão precisando de muita ajuda e muito cuidado, mas a intenção da atividade voluntária agora é sensibilizar um número maior de adeptos para questões ligadas à cidadania, à responsabilidade que cada um tem na sociedade e a contribuição que pode ser dada de acordo com condições pessoais de tempo, dinheiro, grau de instrução e profissionalismo (CORRULLÓN, 2002, p. 26).

Ao mesmo tempo, os voluntários começaram a perceber na atividade que além de ser benéfico para quem recebe, também o é para quem faz.

Por esses motivos, novos temas começam a ser abordados nas atividades voluntárias em todo o mundo como preservação ambiental, cultura e defesa de direitos, e profissionais que antes não tinham muita aptidão para lidar com voluntariado têm a chance de atuar em áreas relacionadas até com sua formação.

4.1. VOLUNTARIADO EM ÁREAS NATURAIS

Alguns parques naturais no Brasil formam grupos de voluntários para realizar atividades de prestação de informações a visitantes, auxílio em projetos, manutenção de trilhas e instalações, apoio às populações do entorno e aos serviços administrativos.

A resolução nº. 003 de 16 de março de 1988, do Conselho nacional do Meio Ambiente (CONAMA), regulamenta a participação voluntária de associações civis sem fins lucrativos na fiscalização de unidades de conservação. E a Lei nº 9.608 de 18 de fevereiro de 1998 trata do voluntariado de forma geral.

Para participar, deve-se entrar em contato com o parque ou unidade de conservação na qual se deseja atuar. Depois se deve fazer um cadastro e aguardar convocação para entrevista. Depois da entrevista, o selecionado assina um Termo de Adesão e faz um rápido treinamento, cuja duração pode variar de acordo com o número de selecionados e a disponibilidade das instalações. Quando o voluntário cumpre 70 (setenta) horas de atividade recebe um certificado da unidade.

Em Brasília, uma área que vem levando a sério essa atividade é o Parque Nacional de Brasília, conhecido como Parque da Água Mineral. Desde 1995, o Parque conta com o apoio de voluntários, embora a regulamentação da lei do voluntariado ter acontecido apenas em 1998. Em 1999 a Organização Não Governamental (ONG) Associação Amigos do Parque Nacional de Brasília reuniu os primeiros voluntários num curso de formação.

Atualmente, no cenário mundial, já existem pacotes turísticos que englobam atividades de voluntariado, como é o caso do Programa Ecovoluntários, que trabalha no mundo todo e já atinge três áreas de preservação no Brasil: Parque da Lagoa do Piri (em Santa Catarina), Baía de Sepetiba (no Rio de Janeiro) e o Parque Nacional de Abrolhos (na Bahia). Por meio deste programa, o turista tem a oportunidade de conhecer o destino turístico de uma forma diferente: participando da preservação dele.

O Ecovoluntário contribui financeiramente, por meio do investimento necessário para realizar tal viagem, e socialmente, por meio da atividade que desenvolve no destino. É uma atividade que permite ao turista conhecer lugares destinados à preservação – verdadeiros paraísos naturais – e, ao mesmo tempo, desenvolver conceitos de sustentabilidade na prática.

Uma nova vertente de voluntariado tem sido o chamado Trote Solidário. Grupos organizados de estudantes, com o apoio das instituições de ensino e de algumas organizações, se unem para fazer do ritual de entrada dos novos estudantes de nível superior um evento descontraído, para integrar os calouros e ao mesmo tempo praticarem cidadania.

5. Os NOVOS TROTES

Como parte dos rituais que acompanham grandes acontecimentos, o ingresso de alguém na vida acadêmica também tem suas comemorações. No Brasil essas festas são conhecidas como ‘trote’ e são organizadas por estudantes veteranos. A organização conta com brincadeiras, jogos, festas, atividades que permitam o entrosamento do calouro com o novo mundo.

Essas brincadeiras vão desde pintar os calouros, fazê-los pedir esmola em sinais de trânsito, promover leilões, até provas de habilidade física, dança ou música, têm duração variável de uma semana a um mês. É uma forma divertida e lúdica de promover a integração de um número considerável de novos estudantes ao mundo acadêmico.

A origem desta prática ainda é contradição entre os estudiosos do assunto, mas sabe-se que ela surgiu na Idade Média, nas classes nobres da Europa como uma forma de provocar os estudantes de baixa renda. Há notícias de diversos tipos de brincadeiras, que vão desde vexames até torturas e mortes.

Passados alguns séculos, episódios desagradáveis continuam a acontecer. Algumas brincadeiras acabam ultrapassando o limite do simples vexame público, esbarram em humilhação e violência, e já foram noticiados uma série de negligências ocorridas nesse tipo de comemoração. A mídia já tornou famosos os casos de calouros que sofrem agressões físicas e até chegam à morte graças a esse ato irresponsável.

Por motivos como esse e pela crescente consciência desenvolvida acerca da necessidade de uma sociedade mais solidária e participativa que cursos superiores em todo Brasil estão se voltando para uma nova modalidade de trote: o chamado Trote Solidário.

Um Trote Solidário é uma atividade na qual os calouros realizam uma atividade comunitária – como doação de sangue, alimentos, agasalhos,

livros, realização de mutirões, visitas a asilos, creches, hospitais, etc. É uma opção que visa não somente à integração dos novos estudantes, mas um resultado efetivo na sociedade.

Além do mais, empresas, instituições de ensino e estudantes que tenham interesse e participação em atividades sociais adquirem uma certa credibilidade por parte da opinião pública. Indiretamente, é até uma oportunidade para que as instituições e os profissionais que serão formados por ela construam uma imagem sólida no mercado de trabalho.

No Rio de Janeiro existe desde 1997 a campanha Calouro Humano, que desenvolve atividades de trotes solidários. Em São Paulo, instituições de ensino fazem doação de livros. Em Brasília, calouros fazem doação de sangue e alimentos. Em Joinville, participam de projetos ecológicos como Coleta Seletiva de Lixo. Cada vez mais instituições e universitários se conscientizam do papel cidadão que devem desenvolver e para o qual o Trote Solidário pode contribuir.

Aos poucos é difundida a idéia que o envolvimento social do profissional estimula a criatividade e uma visão ética do mundo. O empreendedorismo aliado à educação para cidadania acaba criando uma grande reação em cadeia de mobilização social, na qual todos saem ganhando.

5.1. O EcoTROTE

Neste contexto de mudanças no panorama da formação do Bacharel em Turismo e na forma de admissão de estudantes na carreira acadêmica surgiu a idéia de unir duas tendências que juntas podem dar um bom resultado.

A idéia principal é que seja realizada uma atividade em área natural, que promova integração de calouros e veteranos e ao mesmo tempo propicie o esclarecimento de algumas questões fundamentais de sustentabilidade e tendências do mercado de trabalho em Turismo.

Por se tratar de uma atividade que provavelmente será realizada em alguma área de conservação, é indispensável um pequeno curso de formação para que os veteranos (agentes que irão aplicar o EcoTrote) tenham embasamento científico e possam desempenhar a atividade com o mínimo de profissionalismo de que ela necessita.

A proposta consiste em um trote universitário no qual os calouros dos cursos de Turismo irão desenvolver atividades voluntárias em áreas naturais que possuem considerável visitação no Distrito Federal, como por exemplo o Parque Nacional de Brasília, o Parque Olhos D'Água, o Jardim Botânico, entre outros, pois além do grande número de visitantes, boa parte deles tem pouca ou nenhuma educação ambiental.

O roteiro conta com dois finais de semana de atividade efetiva. O primeiro, destinado à formação dos veteranos, com exposição da área abrangida pela atividade, instruções de como lidar com o visitante e informações gerais sobre o local e sobre educação ambiental. O segundo, destinado à atividade em si, com aulas para os calouros no sábado e atividade de voluntariado no domingo.

A idéia de um trote é apenas o início de uma grande mobilização que pode se estender a todos os cursos superiores de Brasília, não só de Turismo. Mobilização esta que não necessita de gastos consideráveis e que não exige humilhação de ninguém.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo no Brasil está passando por mais uma fase de mudanças, que ultrapassam o cenário político-econômico tradicional e diz respeito a um novo panorama no planejamento de forma geral, em que modelos de gestão importados de outras ciências são substituídos por outros, mais modernos e adaptados à atual necessidade do mercado nacional e internacional.

Entretanto, com o avanço da consciência dos estudantes de Turismo, embora ainda muito incipiente, não basta ter conhecimentos em idiomas, informática, gestão e novas tecnologias para se destacar no mercado. Deve-se também entender que cumpre a qualquer profissional, independente da área, desenvolver consciência crítica e atuação nos campos sociais carentes de políticas efetivas e que também é possível enriquecer o currículo e a formação pessoal com práticas sociais. Não basta apenas a simples aprendizagem informacional sem a oportunidade de uma aprendizagem relacionada a experiência vivida (ADORNO, Educação e Emancipação: 47).

Pesquisas e publicações em meios de comunicação como no site de empregos Catho Online revelam uma nova exigência das grandes empresas: experiência em voluntariado. Uma alternativa complementar que acrescenta, além de experiência em adversidades, humanidade aos currículos dos recém-formados e que inclusive é tema constante de cursos de pós-graduação com ênfase no Terceiro Setor.

Paralelamente existe a necessidade de se conscientizar que a utilização ordenada dos espaços naturais garante a manutenção do ambiente para as gerações futuras. Este é um objeto de preocupação freqüente no estudo da atividade turística.

Por esses motivos, sugere-se a inserção de uma atividade prática que complemente a formação do Bacharel em Turismo e que contemple, ao mesmo tempo, a temática do voluntariado, trabalhando conceitos humanitários de

práticas sociais para a criação de uma nação mais solidária; e a temática do trote cidadão, opção alternativa de se festejar o ingresso na faculdade e ao mesmo tempo promover benefícios nas comunidades e nas entidades educacionais. O EcoTrote.

Já está na hora dos estudantes de Turismo demonstrarem compromisso com temas sociais desde o início do curso, sem, obrigatoriamente deixarem de lado o espírito de brincadeira e descontração característico dessa prática tradicional nas faculdades. É uma forma divertida de entrosamento que pode também demonstrar a realidade em vivências que contemplem o voluntariado desde o início da vida acadêmica, fase em que se formam conceitos e valores importantes para o indivíduo.

Há a possibilidade de nem todos os calouros se tornarem voluntários efetivos, mas sensibilizar aproximadamente quatrocentos e quarenta estudantes por ano já é um começo considerável. Além do mais, há um efeito multiplicador por trás desta ação que é a possibilidade de se trabalhar a cada ano com cada vez mais pessoas, haja vista a periodicidade de realização de vestibulares para preenchimento de vagas.

No caso específico do curso de Turismo, surge uma vertente importante que é a oportunidade de trabalhar a imagem que se tem dos cursos, dos estudantes e até das entidades, pois trabalhos sociais denotam, na sua maior parte, seriedade e profissionalismo. Ou seja, demonstrar compromisso com o bem-estar da população e com a manutenção do meio ambiente não necessita constar apenas em trabalhos científicos, mas em práticas e vivências cotidianas.

Ultrapassando a barreira do simples assistencialismo, o voluntariado acaba se tornando uma formação complementar, sem anular a importância e necessidade de outras disciplinas, mas que desempenha papel fundamental na formação humana do cidadão, independente da área de atuação.

Mais do que profissionais que atendam à demanda do mercado de trabalho, os cursos superiores de Turismo devem formar profissionais para

planejar e desenvolver uma das atividades mais noticiadas na atualidade e que tem um potencial enorme no país: o Turismo. Mas não deve-se ignorar os impactos sócio-ambientais que a atividade provoca e que é tema de discussões entre várias áreas do conhecimento humano.

Torna-se imprescindível sensibilizar os profissionais da área no que tange a sustentabilidade e gestão consciente de espaços naturais neste aspecto de crescimento e transformação. Para que o mercado de trabalho também se torne um espaço democrático que assimile os profissionais certos nos lugares certos.

Parafraseando Molina (2001, p. 65) a autogestão ou autodesenvolvimento constitui a única possibilidade das sociedades latino-americanas se elevarem a níveis superiores de bem-estar. E esta autogestão se dá por meio do aprendizado constante e do aprofundamento das relações humanas em prol de nações mais justas e dignas.

O Bacharel em Turismo é o protagonista do “pensar em turismo”. Dele deve partir a iniciativa, o que em alguns casos já é latente, de se posicionar, com ousadia se for o caso, perante o mercado profissional e mostrar a que veio. Mas não é uma ação isolada que vai transformar a imagem do profissional, há que se ter apoio efetivo das instituições de ensino em formar cidadãos conscientes e não apenas mais um “esquadrão de agentes de viagens com diploma”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rubem. Conversas com quem gosta de ensinar: (+ qualidade total na educação). Campinas: Papirus, 2000.

ANDRADE, José Vicente de. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2002.

BARRETO, Margarita. Manual de Iniciação do estudo do Turismo. 2. ed. Campinas: Papirus, 1997.

_____. Planejamento e Organização em Turismo. 5. ed. Campinas: Papirus, 1991.

CAPRA, Fritjof. A teia da vida: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução de Newton Roberval Eichenberg. São Paulo: Cultrix, 1996.

CORULLÓN, Mônica Beatriz Galiano, MEDEIROS, Barnabé. Voluntariado na empresa: gestão eficiente da participação cidadã. São Paulo: Peirópolis, 2002.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo César. Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LEAL, Lúcia. Trote – Quase coisa do passado. Disponível em: http://www.unb.br/informativos/a2002/trote_passado.htm. Acesso em 05 jul. 2002.

LINDBERG, Kreg, HAWKINS, Donald E. Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão. 4. ed. Tradução de Leila Cristina de M. Darin. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

MAGALHAES, Guilherme Wendel de. Pólos de Ecoturismo: Planejamento e Gestão. São Paulo: Terragraph, 2001.

MAR, Carolina. Trotes mudam rotina na Univille. Disponível em: <http://www.an.com.br/2001/mar/13/0cid.htm>. Acesso em 19 jul. 2002.

MOLINA, Sergio, RODRÍGUEZ, Sergio. Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina. Tradução de Carlos Valero. Bauru: EDUSC, 2001.

MONTORO, Tânia Siqueira. Cultura do turismo: desafios e práticas socioambientais. Brasília: Thesaurus, 2003.

OMT – Organização Mundial do Turismo. Código Mundial de Ética do Turismo. Out. 1999.

PETROCCHI, Mario. Turismo: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998.

REGO, Fausto. Trote solidário. Disponível em: <http://www.sentidos.com.br>. Acesso em 19 jul. 2002.

REJOWSKI, Mirian. Turismo e pesquisa científica: Pensamento internacional x situação brasileira. Campinas: Papirus, 1996.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

_____. Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. 6. ed. Campinas: Papirus, 1997.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo. 3. ed. Campinas: Papirus, 1998.

YÁZIGI, Eduardo. Turismo: uma esperança condicional. 3. ed. São Paulo: Global, 2003.

<http://www.parquesdobrasil.com.br>. Acesso em 22 mar. 2004.

<http://br.ecovoluntarios.org>. Acesso em 19 jul. 2002.

<http://www2.uerj.br/~calouro/>. Acesso em 13 mar. 2004.

ANEXO A - CÓDIGO MUNDIAL DE ÉTICA DO TURISMO

Nós, Membros da Organização Mundial do Turismo (OMT), representantes da indústria turística mundial, delegados dos Estados, territórios, empresas, instituições e organismos reunidos em Assembleia Geral, em Santiago do Chile, em 01 de outubro de 1999;

Reafirmando os objetivos enunciados no artigo 3º dos Estatutos da Organização Mundial do Turismo, e conscientes do papel “decisivo e central”, reconhecido a esta Organização pela Assembleia Geral das Nações Unidas, na promoção e desenvolvimento do turismo, visando contribuir para a expansão econômica, a compreensão internacional, a paz e a prosperidade dos países, bem como para o respeito universal e a observância dos direitos do homem e das liberdades fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião;

Profundamente convencidos de que, por permitir contatos diretos, espontâneos e imediatos entre homens e mulheres de culturas e modos de vida diferentes, o turismo representa uma força viva a serviço da paz, bem como um fator de amizade e compreensão entre os povos do mundo;

Atendo-nos aos princípios encaminhados para conciliar de forma sustentável a proteção ambiental, o desenvolvimento econômico e a luta contra a pobreza, como a formulada pelas Nações Unidas, em 1992, quando a “Cimeira da Terra”, no Rio de Janeiro, expressada no Programa de Ação 21, adotado naquela ocasião;

Tomando em consideração o crescimento rápido e contínuo, não só passado como o previsível, da atividade turística, resultante de motivações de lazer, negócios, cultura, religião ou saúde, e que produz poderosos efeitos, positivos e negativos, no meio ambiente, na economia e na sociedade dos países emissores e receptores de fluxos turísticos, nas comunidades locais e populações autóctones e nas relações e trocas internacionais;

Tendo por finalidade promover um turismo responsável e sustentável, acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar o seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos;

Persuadidos de que a indústria turística mundial, no seu conjunto, tem muito a ganhar ao desenvolver-se no meio que favoreça a economia de mercado, a empresa privada e a liberdade de comércio, permitindo-lhe otimizar os seus efeitos benéficos em termos de criação de atividade e empregos;

Intimamente convencidos de que respeitados alguns princípios e observadas certas regras, um turismo responsável e sustentável não resulta incompatível com a crescente liberação das condições reinantes no comércio de serviços e ao abrigo das quais operam as empresas deste setor, sendo possível, neste domínio, conciliar a economia e ecologia, ambiente e desenvolvimento, e abertura às trocas internacionais e proteção das identidades sociais e culturais;

Considerando que neste processo todos os agentes do desenvolvimento turístico – administrações nacionais, regionais e locais, empresas, associações profissionais, trabalhadores do setor, organizações não-governamentais e outros organismos da indústria turística, bem como as comunidades receptoras, os órgãos de informação e os próprios turistas, exercem responsabilidades diferenciadas, mas independentes, na valorização individual e social do turismo, e que a identificação dos direitos e deveres de cada um contribuirá para a realização deste objetivo;

Interessados em promover uma verdadeira colaboração entre os setores públicos e privados do desenvolvimento turístico, conforme a Organização Mundial do Turismo vem executando, com base na Resolução 364 (XII) adotada pela Assembléia Geral de 1997, Istambul, e desejando ver uma associação e uma cooperação da mesma natureza estender-se, de modo aberto e equilibrado, às relações entre países emissores e receptores e seus respectivos setores turísticos;

Expressando a nossa vontade de dar continuidade às Declarações da Manila de 1980 sobre o turismo mundial e de 1997 sobre o impacto do Turismo na sociedade, bem como da Carta do Turismo e do Código do Turista, adotados em Sofia, em 1985, sob a égide da OMT;

Utilizando para efeitos do presente instrumento, as definições e classificações aplicáveis às viagens e em especial às noções de “visitante”, “turista” e “turismo”, adotadas pela Conferência Internacional de Ottawa, realizada de 24 a 28 de junho de 1991, e aprovada em 1993, pela Comissão de Estatística das Nações Unidas em sua 27ª Sessão;

Fazendo referência nominal aos seguintes instrumentos:

- Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 10 de dezembro de 1948;
- Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, de 16 de dezembro de 1966;
- Pacto Internacional dos Direitos Civis e Públicos, de 16 de dezembro de 1966;
- Convenção de Varsóvia, sobre o transporte aéreo, de 12 de outubro de 1929;
- Convenção Internacional da Aviação Civil de Chicago de 07 de dezembro de 1944, bem como às Convenções de Tóquio, Haia e Montreal com ela relacionadas;
- Convenção sobre as facilidades alfandegárias para o turismo, de 4 de julho de 1954 e o Protocolo associado;
- Convenção sobre a proteção do patrimônio cultural e natural mundial, de 23 de novembro de 1972;
- Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial, de 10 de outubro de 1980;
- Resolução da 6ª Assembléia Geral da OMT (Sofia) adotando a Carta do Turismo e o Código do Turista de 26 de setembro de 1985;
- Convenção relativa aos direitos da Criança, de 26 de janeiro de 1990;
- Resolução da 9ª Assembléia Geral da OMT (Buenos Aires) relativa às matérias de facilidades das viagens e segurança dos turistas, de 4 de outubro de 1991;

- Declaração do Rio de Janeiro sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, de 13 de junho de 1992;
- Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços, de 15 de abril de 1994;
- Convenção sobre a Diversidade Biológica, de 6 de janeiro de 1995;
- Resolução da 11ª Assembléia Geral da OMT (Cairo) sobre a prevenção do turismo sexual organizado, de 22 de outubro de 1995;
- Declaração de Estocolmo contra a exploração sexual de crianças com fins comerciais, de 29 de agosto de 1996;
- Declaração de Manila sobre os Efeitos Sociais do Turismo, de 22 de maio de 1997;
- Convenções e recomendações adotadas pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) em matéria de convenções coletivas, de proibição do trabalho forçado e do trabalho infantil, de defesa dos direitos dos povos autóctones, de igualdade de tratamento e de não discriminação no trabalho;

Afirmamos o direito ao turismo e à liberdade dos deslocamentos turísticos;

Expressamos a nossa vontade em promover uma ordem turística mundial, eqüitativa, responsável e sustentável, em benefício mútuo de todos os setores da sociedade, num contexto de uma economia internacional aberta e liberalizada, e

Proclamamos solenemente com esse objetivo os princípios do Código Mundial de Ética do Turismo.

PRINCÍPIOS

1. CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO PARA A COMPREENSÃO E O RESPEITO MÚTIO ENTRE HOMENS E SOCIEDADES

1.1 A compreensão e a promoção dos valores éticos comuns à humanidade, num espírito de tolerância e de respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais, são ao mesmo tempo fundamento e consequência de um turismo responsável. Os agentes do desenvolvimento e os próprios turistas devem ter em conta as tradições e práticas sociais e culturais de todos os povos, incluindo as das minorias e populações autóctones, reconhecendo a sua riqueza.

1.2 As atividades turísticas devem conduzir-se em harmonia com as especificidades e tradições das regiões e países receptores, observando as suas leis, seus usos e costumes.

1.3 As comunidades receptoras de turistas por um lado, e os agentes profissionais locais por outro, devem aprender a conhecer e a respeitar os turistas que os visitam, e informarem-se sobre os seus modos de vida, gostos e expectativas. A educação e a formação ministradas aos profissionais contribuem para uma colhimento hospitaleiro dos turistas.

1.4 As autoridades públicas têm por missão assegurar a proteção dos turistas e visitantes, bem como dos seus bens. Neste sentido, devem conceder especial atenção à segurança dos turistas estrangeiros, devido a sua particular vulnerabilidade. Assim, devem disponibilizar meios específicos de informação,

prevenção, proteção, seguro e assistência específica que corresponda às suas necessidades. Os atentados, agressões, raptos ou ameaças visando os turistas ou os trabalhadores da indústria turística, bem como as destruições voluntárias de instalações turísticas ou de elementos do patrimônio cultural ou natural, devem ser severamente condenadas e reprimidas, em conformidade com as respectivas legislações nacionais.

1.5 Os turistas e visitantes devem evitar, quando de seus deslocamentos, praticar atos criminosos ou considerados delituosos pelas leis do país visitado, bem como comportamentos considerados chocantes ou que firam as populações locais, ou ainda suscetíveis de atentar contra o meio ambiente local. Eles também, devem abster-se de todo o tráfico de drogas, armas, antiguidades, espécies desprotegidas, bem como de produtos ou substâncias perigosas ou proibidas pelas legislações nacionais.

1.6 Os turistas e visitantes têm a responsabilidade de obterem informações, antes mesmo da sua partida, sobre as características dos países que pretendem visitar. Devem ainda, ter consciência dos riscos em matéria de saúde e segurança inerentes a todo deslocamento para fora do seu meio habitual, e ter um comportamento de modo a minimizar estes riscos.

2. TURISMO, INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO INDIVIDUAL E COLETIVO

2.1 O turismo, atividade geralmente associada ao repouso, à diversão, ao desporto, ao acesso à cultura e à natureza, deve ser concebido e praticado como meio privilegiado de desenvolvimento individual e coletivo. Praticado com a necessária abertura de espírito, constitui-se em um fator insubstituível de auto-educação, de tolerância mútua e de aprendizagem das diferenças legítimas entre povos e culturas, e da sua diversidade.

2.2 As atividades turísticas devem respeitar a igualdade entre homens e mulheres, devem tender a promover os direitos humanos e, especialmente, os particulares direitos dos grupos mais vulneráveis, especificamente as crianças, os idosos, os deficientes, as minorias étnicas e os povos autóctones.

2.3 A exploração dos seres humanos sob todas as suas formas, principalmente sexual, e especialmente no caso das crianças, vai contra os objetivos fundamentais do turismo e constitui a sua própria negação. Portanto, e em conformidade com o Direito Internacional, ela deve ser rigorosamente combatida com a cooperação de todos os Estados envolvidos e sancionadas sem concessões pelas legislações nacionais, quer dos países visitados, quer dos países de origem dos atores desses atos, mesmo quando estes são executados no estrangeiro.

2.4 Os deslocamentos por motivo de religião, de saúde, de educação e de intercâmbios culturais ou lingüísticos constituem formas particularmente interessantes de turismo que merecem ser encorajadas.

2.5 A introdução do conteúdo relativo ao valor dos intercâmbios turísticos, dos seus benefícios econômicos, sociais e culturais, e também dos seus riscos, deve ser incentivada nos programas de educação.

3. O TURISMO, FATOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

3.1. É dever de todos os agentes envolvidos no desenvolvimento turístico, salvaguardar o ambiente e os recursos naturais, na perspectiva de um crescimento econômico sadio, contínuo e sustentável, capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e as aspirações das gerações presentes e futuras.

3.2. Todos os tipos de desenvolvimento turístico que permitam economizar os recursos naturais raros e preciosos, principalmente a água e a energia, e que venham a evitar, na medida do possível, a produção de dejetos, devem ser privilegiados e encorajados pelas autoridades públicas nacionais, regionais e locais.

3.3. Deve ser equacionada a distribuição no tempo e no espaço dos fluxos de turistas e de visitantes, especialmente a que resulta das licenças de férias e das férias escolares, e buscar-se um melhor equilíbrio na frequência, de forma a reduzir a pressão da atividade turística sobre o meio ambiente e a aumentar o seu impacto benéfico na indústria turística e na economia local.

3.4. As infra-estruturas devem estar concebidas e as atividades turísticas programadas de forma a que seja protegido o patrimônio natural constituído pelos ecossistemas e a biodiversidade, e que sejam preservadas as espécies ameaçadas da fauna e da flora selvagens. Os agentes do desenvolvimento turístico, principalmente os profissionais, devem permitir que lhes sejam impostas limitações ou obstáculos às suas atividades quando elas sejam exercidas em zonas particularmente sensíveis: regiões desérticas, polares ou de altas montanhas, zonas costeiras, florestas tropicais ou zonas úmidas, propícias à criação de parques naturais ou reservas protegidas.

3.5. O turismo de natureza e o ecoturismo são reconhecidos como formas de turismo especialmente enriquecedoras e valorizadoras, sempre que respeitem o patrimônio natural e as populações locais se ajustem à capacidade de carga dos locais turísticos.

4. O TURISMO, FATOR DE APROVEITAMENTO E ENRIQUECIMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DA HUMANIDADE

4.1. Os recursos turísticos pertencem ao patrimônio comum da humanidade. As comunidades dos territórios onde eles se situam têm, face a eles, direitos e obrigações especiais.

4.2. As políticas e atividades turísticas serão desenvolvidas respeitando o patrimônio artístico, arqueológico e cultural, que devem ser preservados e transmitidos às gerações futuras. Uma atenção especial deve ser concedida à preservação e restauração dos monumentos, santuários e museus, bem como de

locais históricos e arqueológicos, que devem estar abertos à freqüência turística. Deve ser encorajado o acesso do público aos bens e monumentos culturais privados, respeitando-se os direitos dos seus proprietários, bem como aos templos religiosos, sem prejudicar as necessidades de culto.

4.3. Os recursos obtidos pela freqüência dos locais e monumentos culturais devem ser empregados, pelo menos em parte, preferencialmente, na manutenção, salvaguarda, valorização e enriquecimento desse patrimônio.

4.4. A atividade turística deve ser concebida de forma a permitir a sobrevivência e o desenvolvimento de produções culturais e artesanais tradicionais, bem como do folclore, e que não provoque a sua padronização e empobrecimento.

5. O TURISMO, ATIVIDADE BENÉFICA PARA OS PAÍSES E PARA AS COMUNIDADES DE DESTINO

5.1. As populações e comunidades locais devem estar associadas às atividades turísticas e participar eqüitativamente nos benefícios econômicos, sociais e culturais que geram, e sobretudo na criação de empregos diretos ou indiretos resultantes.

5.2. As políticas turísticas devem ser conduzidas de tal forma que contribuam para a melhoria do nível de vida das populações das regiões visitadas e respondam às suas necessidades. A concepção urbanística e arquitetônica e o modo de exploração das estâncias e alojamentos turísticos devem visar a sua melhor integração no contexto econômico e social local. Em caso de igualdade de competências, deve ser dada prioridade à contratação de mão-de-obra local.

5.3. Uma particular atenção deve ser dada aos problemas específicos das zonas costeiras e aos territórios insulares, bem como às zonas rurais e serranas, frágeis, onde o turismo representa, muitas vezes, uma das raras oportunidades de desenvolvimento face ao declínio das tradicionais atividades econômicas.

5.4. Os profissionais do turismo, especialmente os investidores, devem, conforme regulamentação estabelecida pelas autoridades públicas, proceder a estudos sobre o impacto dos seus projetos de desenvolvimento em relação ao entorno e aos meios naturais existentes. Devem, na mesma forma prestar informações quanto aos seus futuros programas e aos impactos previstos, com a maior transparência e objetividade requerida, abrindo-se ao diálogo, nessas matérias, com as populações interessadas.

6. OBRIGAÇÕES DOS AGENTES DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

6.1. Os agentes profissionais do turismo têm por obrigação fornecer aos turistas uma informação objetiva e sincera sobre os destinos, as condições de viagem, de receptivo e de estadia. Devem ainda assegurar uma transparência perfeita das cláusulas dos contratos propostos aos seus clientes, tanto no que se refere a sua natureza, preço e qualidade dos serviços que se comprometem fornecer, como das contrapartidas financeiras que lhes incumbem em caso de ruptura unilateral, por sua parte, dos referidos contratos.

6.2. Os profissionais do turismo, quando lhes couber, irão dar assistência, em cooperação com as autoridades públicas, quanto à segurança, prevenção de acidentes, proteção sanitária e higiene alimentar dos que recorrerem aos seus serviços. Zelarão pela existência de sistemas de seguro e de assistência apropriados. Da mesma forma, aceitam a obrigação de prestar contas, segundo as modalidades previstas nas regulamentações nacionais e, se necessário, pagar uma indenização eqüitativa no caso do não cumprimento de suas obrigações contratuais.

6.3. Os profissionais do turismo, enquanto deles depender, contribuirão para o pleno desenvolvimento cultural e espiritual dos turistas e permitirão o exercício de suas práticas religiosas durante os deslocamentos.

6.4. As autoridades públicas dos Estados de origem e dos países de destino, em coordenação com os profissionais interessados e suas associações, zelarão pelo estabelecimento de mecanismos necessários ao repatriamento dos turistas, no caso do não cumprimento das empresas organizadoras de suas viagens.

6.5. Os Governos têm o direito – e o dever - , especialmente em caso de crise, de informar aos seus cidadãos das condições difíceis, e mesmo dos perigos que eles possam encontrar, por ocasião de seus deslocamentos ao exterior. No entanto, incumbe-lhes fornecer tais informações sem prejudicar, de forma injustificada ou exagerada, a indústria turística dos países receptores de fluxos turísticos e os interesses dos seus próprios operadores. O conteúdo de eventuais avisos deve, portanto, ser previamente discutido com as autoridades dos países de destino e com os profissionais interessados. As recomendações que sejam formuladas serão estritamente proporcionais à gravidade real das situações e limitadas às zonas geográficas onde a insegurança estiver comprovada; estas recomendações devem ser atenuadas ou anuladas logo que o retorno à normalidade o permitir.

6.6. A imprensa, sobretudo a imprensa especializada em turismo, e os outros meios de comunicação, incluindo os modernos meios de comunicação eletrônica, devem fornecer uma informação honesta e equilibrada sobre os acontecimentos e situações suscetíveis de influência na frequência turística. Igualmente, devem ter por missão o fornecimento de indicações precisas e fiáveis aos consumidores de serviços turísticos. As novas tecnologias de comunicação e o comércio eletrônico devem ser desenvolvidos e utilizados para esse fim, não devendo, de forma alguma, assim como a imprensa e os outros meios de comunicação, incentivar o turismo sexual.

7. DIREITO DO TURISMO

7.1. A possibilidade de acesso direto e pessoal à descoberta das riquezas de nosso mundo constituirá um direito aberto, igualmente, a todos os habitantes do planeta. A participação cada vez mais ampla no turismo nacional e internacional deve ser considerada como uma das melhores expressões possíveis do crescimento contínuo do tempo livre, e não deve ser dificultada.

7.2. O direito ao turismo para todos deve ser visto como consequência ao direito ao descanso e aos tempos livres, e, em particular, a uma razoável limitação da duração do trabalho e licenças periódicas pagas, conforme é garantido no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e no artigo 7.1 do Pacto Internacional relativo aos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.

7.3. O turismo social, sobretudo o turismo associativo que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao lazer, às viagens e às férias, deverá ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas.

7.4. O turismo das famílias, dos jovens e estudantes, das pessoas idosas e dos deficientes deverá ser encorajado e facilitado.

8. LIBERDADE DO DESLOCAMENTO TURÍSTICO

8.1. Os turistas e visitantes se beneficiarão, respeitando-se o Direito Internacional e as legislações nacionais, da liberdade de circulação, quer no interior do seu país, quer de um Estado para outro, em conformidade com o artigo 13 da Declaração Universal dos Direitos Humanos; e poderão ter acesso às zonas de trânsito e de estada, bem como aos locais turísticos e culturais, sem exageradas formalidades e sem discriminações.

8.2. Os turistas e visitantes devem ter reconhecida a faculdade de utilizar todos os meios de comunicação disponíveis, interiores ou exteriores, devem beneficiar-se de um pronto e fácil acesso aos serviços administrativos judiciais e de saúde locais, bem como ao livre contato com as autoridades consulares do seu país de origem, em conformidade com as convenções diplomáticas vigentes.

8.3. Os turistas e visitantes serão beneficiados com os mesmos direitos dos cidadãos do país visitado quanto à confidencialidade dos dados e informações pessoais que lhes respeitem, sobretudo as armazenadas sob forma eletrônica.

8.4. Os procedimentos administrativos do cruzamento de fronteira, estabelecidos pelos Estados ou resultantes de acordos internacionais, como os vistos, ou as formalidades sanitárias e alfandegárias, devem ser adaptados de modo a facilitar ao máximo a liberdade de viajar e o acesso do maior número de pessoas ao turismo internacional. Os acordos entre grupos de países visando harmonizar e simplificar tais procedimentos devem ser encorajados. Os impostos e os encargos específicos que penalizem a indústria turística e atentem contra a sua competitividade turística, devem ser progressivamente eliminados ou reduzidos.

8.5. Desde que a situação econômica dos países de origem o permita, os turistas devem dispor do crédito de divisas conversíveis necessário aos seus deslocamentos.

9. DIREITO DOS TRABALHADORES E DOS EMPRESÁRIOS DA INDÚSTRIA TURÍSTICA

9.1. Os direitos fundamentais dos trabalhadores assalariados e autônomos da indústria turística e das atividades afins devem ser assegurados pelas administrações, quer dos Estados de origem, quer dos países de destino, com

especial atenção, tendo em vista as limitações específicas vinculadas à sazonalidade da sua atividade, à dimensão global de sua indústria e à flexibilidade muitas vezes imposta pela natureza do seu trabalho.

9.2. Os trabalhadores assalariados e autônomos da indústria turística e das atividades afins têm o direito e o dever de adquirir uma formação ajustada, inicial e contínua. A eles será assegurada uma proteção social adequada e a precariedade do emprego deve ser limitada ao máximo possível. Deverá ser proposto aos trabalhadores sazonais do setor um estatuto especial, visando a sua proteção social.

9.3. Toda a pessoa física e jurídica, sempre que demonstrar possuir as disposições e qualificações necessárias, deve ser reconhecido o direito de desenvolver uma atividade profissional no âmbito do turismo, de acordo com a legislação nacional vigente. Os empresários e os investidores – especialmente das pequenas e médias empresas – devem ter reconhecido o livre acesso ao setor turístico com um mínimo de restrições legais ou administrativas.

9.4. As trocas de experiência oferecidas aos quadros de trabalhadores de diferentes países, assalariados ou não, contribuem para o desenvolvimento da indústria turística mundial. Assim, devem ser incentivadas sempre que possível, de acordo com as legislações nacionais e as convenções internacionais aplicáveis.

9.5. Fator insubstituível de solidariedade no desenvolvimento e de dinamismo nas trocas internacionais, as empresas multinacionais da indústria turística não devem abusar das situações de posição dominante que por vezes detêm. Estas devem evitar tornarem-se modelos culturais e sociais artificialmente impostos às comunidades receptoras de fluxos turísticos. Em troca da liberdade de investir e operar comercialmente, que lhes deve ser plenamente reconhecida, devem comprometer-se com o desenvolvimento local evitando, pelo repatriamento excessivo dos seus benefícios ou pelas importações induzidas, reduzir a contribuição que dão às economias de onde estão instaladas.

9.6. A colaboração e o estabelecimento de relações equilibradas entre empresas dos países emissores e receptores contribuem para o desenvolvimento sustentável do turismo e para uma distribuição eqüitativa dos benefícios do seu crescimento

10. APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DO CÓDIGO MUNDIAL DE ÉTICA DO TURISMO

10.1. Os setores públicos e privados do desenvolvimento turístico cooperaram na aplicação dos presentes princípios e devem zelar pelo controle da sua efetivação.

10.2. Os agentes do desenvolvimento turístico reconheceram o papel dos organismos internacionais, na primeira linha das quais a Organização Mundial do Turismo, e das organizações não governamentais competentes em matéria de promoção e desenvolvimento do turismo, na proteção dos direitos humanos, do

meio ambiente e da saúde, respeitando os princípios gerais do Direito Internacional.

10.3. Os mesmos agentes manifestam a intenção de submeter, para efeitos de conciliação, os litígios relativos à aplicação ou interpretação do Código Mundial de Ética do Turismo a um terceiro organismo imparcial denominado: Comitê Mundial de Ética do Turismo.

ANEXO B – LEI DO VOLUNTARIADO

Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1. Considera-se serviço voluntário, para fins desta Lei, a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade. Parágrafo Único. O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

Art. 2 . O serviço voluntário será exercido mediante a celebração de termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições do seu exercício.

Art. 3. O prestador do serviço voluntário poderá ser ressarcido pelas despesas que comprovadamente realizar no desempenho das atividades voluntárias. Parágrafo Único. As despesas a serem ressarcidas deverão estar expressamente autorizadas pela entidade a que for prestado o serviço voluntário.

Art. 4. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de fevereiro de 1998; 177 da Independência e 110 da República

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Paulo Paiva

(Publicado no Diário Oficial da União, de 19/02/98).

ANEXO C – Resolução do CONAMA

O Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA, no uso da atribuição que lhe confere o Artigo 48, do Decreto 88.351, de 19 de junho de 1983, resolve:

Art. 1º - As entidades civis com finalidades ambientalistas, poderão participar na fiscalização de Reservas Ecológicas, Públicas ou Privadas, Áreas de Proteção Ambiental, Estações Ecológicas, Áreas de Relevante Interesse Ecológico, outras Unidades de Conservação e demais Áreas protegidas.

Art. 2º - A participação na fiscalização, prevista nesta Resolução será feita mediante a constituição de Mutirões Ambientais, integrados no mínimo por três pessoas credenciadas por Órgão Ambiental competente.

§ 1º - Para maior proteção de seus participantes, a entidade responsável pelo Mutirão Ambiental poderá solicitar a presença e o acompanhamento de pelo menos um servidor pertencente a uma corporação policial.

§ 2º - Se não for atendida a solicitação prevista no parágrafo anterior, nesse caso a realização do Mutirão Ambiental será efetuada apenas se houver a participação mínima de 05 (cinco) pessoas.

§ 3º - Sempre que possível o Mutirão Ambiental contará com a participação de servidor público com experiência em fiscalização, de médico ou de pessoa com experiência no campo de assistência social.

§ 4º - Para o credenciamento, a autoridade ambiental competente deverá instruir os participantes do Mutirão Ambiental sobre os aspectos técnicos, legais e administrativos, fornecendo-lhes inclusive a identificação.

Art. 3º - Os participantes do Mutirão Ambiental, quando encontrarem infrações à legislação, lavrarão autos de constatação, circunstanciados, devidamente assinados pelos presentes sobre as ocorrências verificadas.

§ 1º - O auto de constatação será enviado à entidade credenciadora do Mutirão Ambiental, para aplicação da legislação, devendo quando couber, ser encaminhado ao Ministério Público.

§ 2º - Se as autoridades locais não se pronunciarem sobre os autos de constatação, caberá aos órgãos federais competentes atuar em caráter supletivo.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

João Alves Filho
Ministro do Interior.