

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS, ESTRATÉGIAS E
DESENVOLVIMENTO (PPED)

Área de Concentração 4 – Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade (EDS)

Tese de Doutorado

**Promoção Turística e Sustentabilidade:
Desafios para Políticas Públicas no Brasil**

Aluno: André Meyer Coelho

Orientadora: Prof. Dra. Marta de Azevedo Irving

Rio de Janeiro

2024

André Meyer Coelho

**Promoção Turística e Sustentabilidade:
Desafios para Políticas Públicas no Brasil**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Políticas Públicas.

Orientadora: Prof. Dra. Marta de Azevedo Irving

Rio de Janeiro

2024

Ficha Catalográfica

C675p Coelho, Andre Meyer.

Promoção Turística e sustentabilidade: desafios para políticas públicas no Brasil / Andre Meyer Coelho. – 2024.

385 f.

Orientadora: Marta de Azevedo Irving.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2024.

Bibliografia: f. 301 – 331.

1. Turismo sustentável. 2. Promoções turísticas. 3. Políticas públicas. I. Irving, Marta de Azevedo, orient. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Economia. III. Título.

CDD 338.4791

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária: Luiza Hiromi Arao CRB 7 – 6787

Biblioteca Eugênio Gudín/CCJE/UFRJ

André Meyer Coelho

Promoção Turística e sustentabilidade: desafios para políticas públicas no Brasil.

O presente trabalho em nível de Doutorado foi avaliado e aprovado, em 05/12/2024, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof.(a) Dr.(a) JOÃO FELIPPE CURY MARINHO MATHIAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)

Prof.(a) Dr.(a) SAULO BARROSO ROCHA
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

Prof.(a) Dr.(a) MARIA CANDIDA DE MIRANDA MOUSINHO
INSTITUTO FEDERAL DA BAHIA (IFBA)

Prof.(a) Dr.(a) JOÃO EVANGELISTA DIAS MONTEIRO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutor em Políticas Públicas.

Insira neste espaço a
assinatura digital

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Insira neste espaço a
assinatura digital

Prof.(a) Prof. Dra. Marta de Azevedo Irving

Orientadora

Rio de Janeiro, 2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus o dom a vida e a possibilidade de estar no mundo e construir laços com pessoas, família, amigos e todo os seres que vem e vão. Tudo isso proporciona um valor incomensurável à realidade humana.

Agradeço à minha família, que sofreu (e por quem sofreu) as consequências e angústias de construção de uma tese, sem sequer terem sido consultados antes. Minha esposa Carla, em especial, razão da minha vida, por toda a paciência, antes, durante e depois da tese. Aos meus filhos, Daniel e Bianca, aos quais espero legar os valores da construção do conhecimento. À minha irmã, Mariana, quem apoiou o processo de inspiração do doutorado em suas idas e vindas. Aos meus pais e sogros, por sua por sua dedicação e suporte à nossa família. E meus cunhados, tios e primos que por várias vezes se ofereceram para dar apoio quando necessário.

À professora Marta Irving, que foi mais do que orientadora, oferecendo seu suporte e carinho, e por ser responsável por me conduzir à finalização de uma tese de doutorado. Por sua incansável disponibilidade de leitura dos meus argumentos “pirantes” e inúmeras revisões de texto. Por me apoiar junto aos processos administrativos e por conduzir um grupo de pesquisa que considero referência como comunidade acadêmica, o GAPIS. Em seu nome, agradeço às amigas e amigos deste modelo de grupo de estudos, inspirado em cooperação, produção de artigos e eventos, que faz ciência em sua mais profunda essência.

Ao professor Luiz Gustavo Barbosa, amigo, chefe, incentivador de todo o processo de execução do doutorado, responsável pelo ponto de inflexão em algumas decisões da curva da vida, por sua presença no meu cotidiano, como mentor incondicional, sem o qual eu não teria finalizado esta tese. Em seu nome, agradeço o apoio e comprometimento das amigas e amigos da FGV, por suas propostas de debates teóricos e sugestões de linhas de pesquisa. Por me ensinarem e me permitirem contribuir, todos os dias, com a construção de variados conhecimentos pelos quais passamos entre os projetos que coordenamos.

Agradeço também à Coordenação de Pós-Graduação do PPED, da UFRJ e, em seu nome, aos colegas técnicos da Secretaria, por seus aconselhamentos, suporte e orientação nos processos administrativos necessários para a conclusão deste estudo. Também estendo os agradecimentos aos professores que, direta ou indiretamente, participaram da elaboração deste trabalho de pesquisa.

Por fim, agradeço aos que cuidaram da minha organização mental e da minha produção acadêmica. Em especial, Juliana Carneiro, quem me acompanhou no processo psicológico e operacional, nos vários fios condutores de organização do pensamento para a tese. Também às amigas e amigos que tanto me alegram com suas críticas diárias da vida cotidiana, que me permitem manter a sanidade neste formato multitarefas em que vivemos hoje. Não obstante, agradeço ao Flamengo, meu time do coração, que, entre maiores e menores alegrias, me permitiu extravasar emoções de raça, amor e paixão.

*“And the men who hold high places
Must be the ones who start
To mold a new reality
Closer to the heart
Closer to the heart...”*

Closer to the Heart - Rush

RESUMO

Essa tese parte do pressuposto de que o turismo é um importante fenômeno global contemporâneo e, sendo assim, as estratégias de Promoção Turística deveriam estar alinhadas ao compromisso de sustentabilidade uma premissa central diante do atual contexto de crise civilizatória. Com base nessa premissa, a tese teve como objetivo investigar como se expressa o compromisso de sustentabilidade em políticas públicas de Promoção Turística no contexto brasileiro. A proposta de pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem metodológica qualitativa apoiada em pesquisa bibliográfica e documental, complementada por entrevistas a especialistas de referência no tema em foco. Embora a importância das premissas de sustentabilidade seja reconhecida nas narrativas de políticas públicas de Promoção Turística, elas são, em geral, ainda abordadas de maneira periférica, ou com viés claramente econômico, não sendo alinhadas a estratégias efetivas de implementação. No caso brasileiro, especificamente, essas narrativas reconhecem a importância do tema, mas não traduzem a complexidade envolvida no debate, bem como não abordam a sua transposição para a implementação de políticas públicas de turismo. Assim, importantes desafios precisam ser equacionados, nos próximos anos, para que o compromisso de sustentabilidade seja reconhecido como caminho integrador para a Promoção Turística.

Palavras-chave: turismo sustentável; Promoção Turística; políticas públicas; sustentabilidade; Brasil.

ABSTRACT

This thesis is based on the premise that tourism is a significant contemporary global phenomenon, and as such, Tourism Promotion strategies should align with the commitment to sustainability, which is a central premise in the current context of civilizational crisis. Based on this premise, the thesis aims to investigate how the commitment to sustainability is expressed in public policies of Tourism Promotion within the Brazilian context. The research proposal was developed through a qualitative methodological approach supported by bibliographic and documentary research, complemented by interviews with specialists who are experts in the field. Although the importance of sustainability premises is acknowledged in public policy narratives for Tourism Promotion, they are generally approached in a peripheral manner or with a clear economic bias, not being aligned with effective implementation strategies. In the Brazilian case specifically, these narratives recognize the importance of the topic but do not convey the complexity involved in the debate, nor its translation into the implementation of public tourism policies. Therefore, significant challenges need to be addressed in the coming years for the commitment to sustainability to be recognized.

Keywords: sustainable tourism; tourism promotion; public policies; sustainability; Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fluxo Metodológico da Pesquisa	29
Figura 2 - Chegadas Internacionais de Turistas no mundo entre 2005 a 2017 (em milhões)	87
Figura 3 - Chegadas Internacionais de Turistas no Mundo: Variação Percentual sobre o Ano Imediatamente Anterior (2008 a 2018).....	88
Figura 4 - % de fluxo turístico por Grandes Regiões – 2017	89
Figura 5 - Total das Chegadas Internacionais de Turistas por Macrorregiões – 2015 a 2017 (Variação Percentual com relação ao ano imediatamente anterior)	91
Figura 6 - Receitas do Turismo no Mundo: Variação Percentual sobre o Ano Imediatamente Anterior – 2008 a 2018	91
Figura 7 - Distribuição das receitas internacionais do turismo por Grandes Regiões (2017)	92
Figura 8 - Crescimento das receitas internacionais do turismo por Grandes Regiões 2008-2017	93
Figura 9 - Chegadas e receitas internacionais de Países Selecionados – 2017.....	95
Figura 10 - Evolução de entrada de turistas Internacionais no Brasil: 2003-2017 (Por 1.000 viagens).....	99
Figura 11 - Evolução da receita do turismo internacional no Brasil: 2003-2017	100
Figura 12 - Evolução da entrada de turistas internacionais no Brasil	101
Figura 13 - Chegadas (<i>inbound</i>) e partidas (<i>outbound</i>) internacionais – Brasil – 2015 a 2022 (previsão – viagens por 1.000).....	102
Figura 14 - Gastos e receitas internacionais no Turismo brasileiro (2015 a 2022) (previsão – US\$ Milhões)	103
Figura 15 – Chegadas Internacionais de Turistas no mundo entre 2017 e 2024 (em milhões)	107
Figura 16 – Variação Percentual – Chegadas Internacionais no mundo (de 2010 a 2024)	108
Figura 17 – Recuperação do número das chegadas de turistas internacionais pós- pandemia em relação à 2019 (em porcentagem)	108
Figura 18 – Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil (de 2010 a 2023)	109
Figura 19 – Recuperação do fluxo da chegada de turistas internacionais por Grandes Regiões em 2024 (em relação à 2019 – em %)	110
Figura 20 – Receitas do Turismo no Mundo: Variação Percentual sobre o ano Imediatamente Anterior e comparativo com as chegadas internacionais de turistas (de 2010 a 2024 – em milhões)	111
Figura 21 - Estrutura Jurídica dos DMO – 2014 e 2017	161
Figura 22 - Principais Fontes de Receita dos Orçamentos dos DMO's em 2017 – por região do globo.....	162

Figura 23 - Síntese de orçamento dos DMO (US\$ milhões) – 2014 e 2017	162
Figura 24 - Principais Expectativas de Atribuições dos DMO – por região do globo	163
Figura 25: Expectativa de métrica de sucesso em 5 a 10 anos.....	164
Figura 26: Distribuição Orçamentária dos ITOs (%) – 2017	169
Figura 27 - Barreiras para Eficiência do Marketing	170

LISTA DE QUADROS

Quadro 1– Matriz-Síntese dos documentos analisados como referência de políticas públicas, no plano global, dirigidas à sustentabilidade	34
Quadro 2 – Matriz-Síntese dos documentos de políticas públicas, no plano global, na conexão entre turismo e sustentabilidade	35
Quadro 3 – Matriz Síntese dos documentos de referência analisados sobre DMOs	38
Quadro 4 – Matriz de Síntese de Especialistas contatados para a seleção de DMOs.....	40
Quadro 5 – Matriz Síntese dos DMOs selecionados pelos especialistas	42
Quadro 6 – Relação de DMOs escolhidos, na perspectiva global e respectivos sites de busca – abrangência nacional	43
Quadro 7 – Relação de DMO escolhidos para a perspectiva global e respectivos sites de busca – abrangência subnacional.....	43
Quadro 8 – Relação de documentos analisados, em esfera nacional.....	44
Quadro 9 – Relação de documentos em esfera subnacional levantados	45
Quadro 10 – Relação de Documentos de referência em políticas públicas de turismo no Brasil	46
Quadro 11 – Relação de DMO definidos a partir de painel com especialistas, no contexto brasileiro.....	48
Quadro 12– Relação de DMO selecionados, e respectivos sites oficiais, a partir de painel de especialistas	49
Quadro 13 – Relação de documentos de políticas públicas selecionados para análise documental, no caso brasileiro	49
Quadro 14 – Relação de entrevistados para a pesquisa qualitativa.....	52
Quadro 15 – Listagem de entrevistados codificada e respectivo perfil	53
Quadro 16 – Bases para a Construção da Matriz Analítica - Geral/Institucional - Pesquisa Documental Planos de Promoção Turística	55
Quadro 17 - Matriz Analítica - Planos de Promoção Turística	56
Quadro 18 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)	131
Quadro 19 – Síntese dos documentos internacionais na conexão entre turismo e sustentabilidade.....	172
Quadro 20 - Matriz síntese das referências em políticas públicas em âmbito global, perspectiva nacional	204
Quadro 21 - Documentos referenciais de políticas públicas em âmbito global (nível subnacional)	225
Quadro 22 - Documentos referenciais de políticas públicas em âmbito brasileiro, nível nacional e subnacional	240

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Matriz-síntese de chegadas e receitas internacionais de Países Selecionados – 2017	96
Tabela 2 - Contribuição atual e futura do Turismo para a economia brasileira	104

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV	Associação Brasileira de Agentes de Viagens
ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
DMO	<i>Destination Marketing Organizations</i>
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EBT	Escritório Brasileiro de Turismo
ITO	<i>International Tourism Offices</i>
Mtur	Ministério do Turismo
ODM	Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OECD	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMS - WHO	Organização Mundial da Saúde - <i>World Health Organization</i>
OMT - UNWTO	Organização Mundial do Turismo - <i>World Tourism Organization</i>
ONU - UN	Organização das Nações Unidas - <i>United Nations</i>
PIB	Produto Interno Bruto
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Política Nacional de Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura
VBO	<i>Visit Brazil Office</i>
WTTC	<i>World Travel & Tourism Council</i>

Sumário

INTRODUÇÃO: BUSCANDO CAMINHOS PARA A CONSTRUÇÃO DE SUSTENTABILIDADE EM POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA	18
1. OBJETIVOS, ABORDAGEM METODOLÓGICA E ETAPAS DA PESQUISA	25
1.1 OBJETIVOS	25
1.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA	25
1.3 ETAPAS DA PESQUISA	30
1.3.1 Pesquisa bibliográfica	30
1.3.2 Pesquisa documental	33
1.2.3 Planejamento e realização de entrevistas	50
1.2.4 Sistematização e análise de dados	54
2. TURISMO COMO FENÔMENO COMPLEXO DA CONTEMPORANEIDADE	59
2.1 DA CIÊNCIA CARTESIANA AO PENSAMENTO INTERDISCIPLINAR COMO CAMINHO PARA INTERPRETAR O TURISMO	61
2.2 SIGNIFICADOS DO TURISMO PELA PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA: UM DEBATE EM CONSTRUÇÃO	73
2.2.1 Base conceitual para interpretar o turismo na contemporaneidade	73
2.1.2 Panorama do turismo no contexto global pré-pandêmico	86
2.1.3 Panorama do turismo no contexto global pós-pandêmico	105
3. A POLISSÊMICA NOÇÃO DE SUSTENTABILIDADE E A CONEXÃO COM O TURISMO	116
3.1 A POLISSÊMICA NOÇÃO DE SUSTENTABILIDADE: UM DEBATE EM CONSTRUÇÃO	116
3.2 POLÍTICAS PÚBLICAS GLOBAIS DE SUSTENTABILIDADE RUMO À AGENDA 2030	128
3.3 TURISMO E SUSTENTABILIDADE NO HORIZONTE DA AGENDA 2030: CAMINHOS POSSÍVEIS E CONTRADIÇÕES	143
4. PROMOÇÃO TURÍSTICA E SUSTENTABILIDADE	152
4.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA	152
4.2 SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA: CONTEXTOS GLOBAL E NACIONAL	159
4.2.1 Institucionalização de Promoção Turística no Plano Global	160

4.2.2 Promoção Turística e sustentabilidade: âmbito global.....	171
4.2.3 Institucionalidades, políticas públicas de Promoção Turística no Brasil	183
4.2.4 Políticas Públicas de turismo e sustentabilidade no Brasil.....	196
5. INTERPRETANDO NARRATIVAS DE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA NA PERSPECTIVA GLOBAL.....	203
5.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA: ESCALA NACIONAL	203
5.2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA: ESCALA SUBNACIONAL	224
5.3 UMA SÍNTESE CRÍTICA.....	233
6. INTERPRETANDO NARRATIVAS DE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA: O CASO BRASILEIRO	239
6.1 NARRATIVA DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM ESCALA NACIONAL	239
6.2 NARRATIVA DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM ESCALA SUBNACIONAL ..	249
6.3 VISÃO DOS ESPECIALISTAS SOBRE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA.....	254
6.3.1 Significado de Sustentabilidade em Promoção Turística	254
6.3.2 Desafios para a Promoção Turística no Brasil sob a ótica de Sustentabilidade: Sintetizando a Análise	263
7. UMA VISÃO DE FUTURO PARA A PROMOÇÃO TURÍSTICA NO CONTEXTO BRASILEIRO	268
7.1 GESTÃO E REDES PELA PERSPECTIVA DE SUSTENTABILIDADE	278
7.2 GESTÃO ESTRATÉGICA SUSTENTÁVEL	281
7.3 VISIBILIDADE INSTITUCIONAL BASEADA EM DIRETRIZES SUSTENTÁVEIS.....	284
7.4 PROMOÇÃO TURÍSTICA E OS ODS DA AGENDA 2030	286
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	295
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	301
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	332
APÊNDICE B - MATRIZ ANALÍTICA – MODELO DE PESQUISA	333

APÊNDICE C – MATRIZ ANALÍTICA – RESULTADOS PREENCHIDOS E SINTETIZADOS	336
--	------------

INTRODUÇÃO: BUSCANDO CAMINHOS PARA A CONSTRUÇÃO DE SUSTENTABILIDADE EM POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

Os efeitos das atividades humanas no ambiente de viagens vêm sendo estudados, nos últimos anos, com foco no interesse coletivo e na condução de políticas públicas dirigidas ao desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, a pesquisa em turismo no século XXI tende a transcender a leitura economicista sobre o tema, usualmente adotada para interpretá-lo. O debate sobre sustentabilidade, vem sendo considerado tema de primeira ordem nos estudos sobre o turismo, abrindo uma privilegiada oportunidade para reflexões críticas sobre as práticas vigentes de consumo de recursos naturais, e buscando o engajamento das comunidades locais para a formulação e implementação de políticas públicas que possam favorecer caminhos sustentáveis para a dinâmica de viagens.

Segundo uma visão mercadológica convencional, o turismo tem sido traduzido como uma atividade econômica em expansão no mundo e os dados de alcance global atestam o seu alcance em, aproximadamente, 9% no PIB mundial, gerando 280 milhões de empregos, com base em informações pré-pandêmicas do ano de 2017 (UNWTO, 2017)¹, que vem se confirmando em patamares semelhantes ao período pós-COVID-19 (UNWTO, 2024). Por outro lado, os deslocamentos de viagem, por lazer ou a negócios, têm tido um peso significativo e crescente nas emissões de carbono e na pressão sobre o patrimônio natural, uma vez que o turismo ainda depende significativamente, de transporte rodoviário e aéreo, além de se utilizar de recursos naturais e cultural para o seu desenvolvimento (UNWTO, 2016).

Mas apesar de global em sua natureza, o turismo é promotor de impactos significativos, principalmente na dinâmica territorial onde se desenvolve, na escala local. No plano do território, à medida em que regiões turísticas atraem visitantes de todo o mundo, tais locais tendem a experimentar uma série de impactos socioeconômicos, culturais e ambientais. Esse movimento na dinâmica socioambiental dos territórios envolvidos não apenas estimula a economia local, mas também transforma o tecido cultural e a própria realidade das comunidades envolvidas.

¹ A referência ao dado de 2017 é relevante para mostrar a pujança econômica do campo de estudo. O uso do valor atualizado, no ambiente econômico pós-pandêmico, ainda em recuperação, pode dar uma impressão menor da relevância mercadológica.

Além disso, a demanda por experiências únicas e/ou vivências culturais distintas do cotidiano vivido pelos turistas pode contribuir para a construção de estereótipos dos lugares turísticos e dos costumes locais, impactando as identidades e práticas locais tradicionais. O aumento no fluxo de visitantes, especialmente no caso de áreas ambientalmente frágeis, pode contribuir para intensificar problemas como poluição, degradação de ecossistemas e sobrecarga dos sistemas naturais. Nessa dinâmica pulsante e contraditória para acomodar o crescente fluxo de turistas, tende a ser também necessário o investimento em infraestrutura, como estradas, aeroportos, hotéis e restaurantes. Embora esses investimentos possam trazer, em tese, melhorias para a qualidade de vida da população local, eles também aumentam a pressão sobre os recursos disponíveis e a infraestrutura já existente. Na prática, a ampliação da pressão turística sobre uma determinada região tende a promover o desenvolvimento, por meio de soluções de problemas que frequentemente nem existiriam sem o turismo.

Nesse sentido, é importante reconhecer que, além dos benefícios econômicos frequentemente defendidos em planejamento turístico, o turismo representa um fenômeno muito mais amplo do que uma mera via para o desenvolvimento regional. Ele envolve uma equação na qual operam não apenas os interesses de mercado, mas também diversas outras dimensões, como a ambiental, cultural, social, econômica, ética e política, que precisam ser melhor abordadas para que seja viável um caminho para o desenvolvimento equilibrado e sustentável.

Assim, o turismo pode ser compreendido como um vasto campo de estudo, que envolve um conjunto de conhecimentos ancorado na dinâmica social que se estabelece, permanentemente, entre turistas e anfitriões. Compreendendo este campo em sua complexidade, o turismo pode assim ser interpretado como prática social, e, portanto, como objeto de análise também das Ciências Humanas e Sociais, sendo, nesse contexto, fundamental a compreensão dos aspectos interpessoais envolvidos (Mattos, 2018).

Nesse sentido, esta tese defende que o turismo deve ser estudado enquanto fenômeno contemporâneo complexo, que modifica e é modificado pelo ambiente, nele envolvida a própria dinâmica socioambiental. Um fenômeno de alcance global, a ser estudado também sob a lente das questões de políticas públicas, diante do desafio sem precedentes de ser assegurado o compromisso de sustentabilidade para o seu

desenvolvimento diante do grave contexto de crise global. De acordo com Irving (2018), esse debate traduz uma questão ética, que se exprime na própria leitura da noção de desenvolvimento, e seus rebatimentos em políticas públicas.

Assim, a abordagem sobre o turismo que alimenta essa tese tem como base o interesse público, ao se buscar o questionamento sistemático de tudo o que envolve o saber-fazer turístico. Esse campo, por essa via interpretativa, constitui objeto de desconstrução permanente, entendendo-se a realidade turística, portanto, de maneira orgânica, sempre em mutação (Beni; Moesch, 2017). Nessa linha de pensamento, o turismo na contemporaneidade se configura como um fenômeno global, com variadas faces e nuances, produzido a partir da articulação de dinâmicas econômicas, mas também sociais, culturais, ambientais, políticas e simbólicas (Fragelli, 2018).

Ao conceituar-se o turismo a partir de uma visão plural e multifacetada, com o foco em políticas públicas, pressupõe-se que, para que ele ocorra, é necessário que haja deslocamento de sujeitos, em tempo e espaço, produzidos de forma objetiva, que resultem de afastamentos simbólicos do cotidiano, permeados por subjetividades e interações voluntárias e involuntárias com outras realidades. Por essa via de análise, na pesquisa acadêmica, isso implicaria no compromisso do pesquisador em posicionar-se sobre o tema, apoiado em um percurso interdisciplinar e engajado.

A importância deste debate vem se reafirmando pela crescente preocupação da academia com a produção de conhecimento inovador e crítico sobre o tema. Mas esse campo de conhecimento enfrenta ainda diversas limitações teóricas e metodológicas, principalmente em relação ao viés predominantemente econômico e mercadológico que predomina em estudos turísticos no contexto atual (Witjes; Lozano, 2016).

Assim, um argumento a se considerar em defesa de uma análise multifacetada sobre o turismo é o fato desse fenômeno se configurar a partir do intercâmbio, entre os que recebem e os que são recebidos, vivenciado em um espaço de interação (Irving, 2018). E esta relação constitui, portanto, matéria-prima para políticas públicas que possam favorecer uma visão sistêmica e estratégica sobre o tema, reconhecendo-se, de fato, a sua relevância socioeconômica. Contudo, os caminhos para se desenvolver esse tipo de olhar interpretativo ainda precisam ser trilhados segundo novas abordagens em pesquisa.

Especificamente para o caso de políticas públicas de turismo, esse movimento poderia em tese, contribuir para transcender o modelo simplista de monitoramento de indicadores de chegadas e partidas pelo mundo. Assim, a leitura predominantemente econômica associada ao turismo precisaria ser ampliada para envolver um viés mais complexo de análise, que comporte suas reais dimensões.

Pensar o turismo como um fenômeno complexo contemporâneo, tende a abrir um leque de possibilidades para se analisar políticas públicas. Essa abordagem permite ainda um pensamento crítico em relação à usual fragmentação de saberes, incentivando a adoção de uma proposta mais abrangente a respeito de como se constrói o conhecimento.

A abordagem teórica aqui adotada contesta, portanto, a visão racional ancorada em um único mundo estável e estático, que durante muito tempo foi imposta como última verdade na ciência moderna, mas que não dá mais conta de explicar os problemas globais atuais. Para as políticas públicas de turismo, especificamente, contesta-se a visão hermética e mercadológica sobre o tema, baseada na premissa de crescimento a qualquer preço, por meio da promoção de “produtos turísticos”, como se as relações entre visitantes e visitados representassem meros processos operacionais de consumo de bens e serviços. Por essa razão, a necessidade de uma nova abordagem sobre o turismo como defendido por vários autores (Irving, 2014; Lima; Irving; Fragelli; Nasri; Faico, no prelo; Ferreira, 2022; Lima, 2019).

Nesse movimento de reflexão, o campo de estudo da Promoção Turística, sob novas perspectivas de análise, emerge como uma via possível para interpretar as múltiplas possibilidades de compreensão do turismo em sua tradução prática. Isso porque, por meio da Promoção Turística, manifesta-se uma das dimensões mais relevantes da relação entre visitados e visitantes ou, sob uma ótica de mercado, entre oferta e demanda.

Em geral, as políticas públicas dirigidas à Promoção Turística são desenvolvidas por meio de planos de metas, segundo um modelo lógico e hermético, com foco na projeção de aumento do número de visitantes e de sua capacidade financeira. Em uma visão de mercado, são comuns referências às políticas públicas de Promoção Turística com foco no desenvolvimento econômico e no estabelecimento de relações duráveis com mercados consumidores, priorizando a infraestrutura para

receber os visitantes e investimentos em serviços públicos que atendam aos turistas (Ely, 2013)

O risco desse tipo de abordagem tende a se manifestar justamente pelo foco excessivo na perspectiva econômica do turismo, sem considerar as implicações culturais, sociais e ambientais envolvidas. Nesse caso, o debate que se busca construir com essa tese não incide simplesmente na oposição a um holismo global rumo à ampliação da estratégia de promoção das viagens, mas no combate ao reducionismo sistemático sobre o tema, no plano de políticas públicas.

Com essa intenção, busca-se contribuir para a produção de conhecimento em políticas públicas de Promoção Turística, tendo como premissa o compromisso de sustentabilidade, a partir de uma perspectiva interdisciplinar de análise. Entende-se, assim, a relevância da dimensão econômica do fenômeno turístico, mas considera-se também como essenciais, outras dimensões que o caracterizam. Parte-se do princípio de que o objeto de estudo, as políticas públicas de Promoção Turística, estão ainda em construção, uma vez que o fenômeno turístico é dinâmico, e tem como motor as práticas sociais em seu tempo sócio-histórico. Isso porque o turismo, enquanto fenômeno complexo, está profundamente condicionado pelas práticas sociais e se vincula aos contextos históricos nos quais se desenvolve, o que significa dizer que os desafios e oportunidades para sua concretização mudam com o tempo e o contexto sociopolítico – e vem se transformando, cada vez mais, em um curto espaço de tempo, sobretudo, pelo desenvolvimento de tecnologia (Urry, 2002). Por isso, as políticas públicas para o setor não podem ser estáticas. Precisam ser adaptáveis e flexíveis para acompanhar essa dinâmica, influenciadas por questões culturais, tecnológicas, econômicas e sociais. Essas políticas exigem, portanto, uma análise contínua e interdisciplinar de contexto que possa, de fato, promover um desenvolvimento equilibrado e sustentável.

Esse é o argumento que perpassa a análise de políticas públicas de turismo nessa tese e que busca contribuir para o delineamento de novos caminhos para se pensar a ação pública, dirigida ao turismo, a partir de premissas de sustentabilidade, reconhecendo-se a importância da dinâmica socioambiental em escalas local e global. Neste sentido, defende-se, também, que as políticas públicas necessitam assegurar o envolvimento de um conjunto de atores governamentais e não governamentais para que esses possam estar em sintonia com a legislação vigente, com sensibilidade para

apreender as especificidades locais, para harmonizar prioridades conflitantes, ou ainda para otimizar o uso de recursos públicos cada vez mais escassos (Neves, 2012).

Do ponto de vista metodológico, esta tese se orienta pela abordagem qualitativa. O processo envolveu o tradicional tripé de pesquisa qualitativa aplicada, baseado em Bardin (2011) e Minayo (2001), com base em pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e, a realização de entrevistas com especialistas de referência sobre o tema em foco.

Por meio da análise das narrativas de políticas públicas de Promoção Turística, em sua conexão com as premissas de sustentabilidade, buscou-se, assim, contribuir, no plano acadêmico, de maneira aplicada, para o debate sobre caminhos possíveis para se fazer face à grave crise civilizatória da modernidade. Essa crise envolve desafios profundos que a sociedade contemporânea precisará enfrentar, nos próximos anos, como a degradação ambiental, as desigualdades sociais, a descaracterização das identidades culturais, o hiperconsumo e as inúmeras crises éticas e políticas e geopolíticas. Tais desafios podem também ser abordados sob o prisma da gestão pública e dos compromissos dirigidos ao campo da sustentabilidade, podendo gerar caminhos concretos para uma ação pública engajada e para o melhor entendimento dos impactos e oportunidades associadas ao turismo.

Com essa inspiração, a tese está estruturada em oito capítulos, além dessa introdução. O capítulo inicial aborda os objetivos e a metodologia da investigação acadêmica. No capítulo dois, se busca abordar o turismo como fenômeno contemporâneo, a partir da transição do viés interpretativo sobre o tema de uma perspectiva cartesiana para uma leitura interdisciplinar que reconhece a interconexão das dimensões sociais, ambientais, econômicas e culturais.

O capítulo três problematiza o campo da sustentabilidade, sua natureza polissêmica e suas implicações práticas na conexão com o turismo, traçando e analisando seu significado tendo como horizonte a Agenda 2030. O capítulo quatro aborda, especificamente, o tema da Promoção Turística, foco central dessa tese. O capítulo cinco sistematiza a análise nas narrativas de políticas públicas de Promoção Turística, no âmbito global. No capítulo seis se buscou sistematizar a análise para o contexto brasileiro, identificando os principais desafios para políticas públicas de Promoção Turística. O capítulo sete buscou avançar em uma leitura prospectiva sobre

o tema. E o capítulo final, objetivou concluir os argumentos defendidos nessa tese de doutorado, propondo caminhos possíveis para futuras estratégias de Promoção Turística no Brasil, defendendo a necessidade de integração das premissas de sustentabilidade em todas as fases de planejamento e execução de políticas públicas de turismo, no contexto do país.

1. OBJETIVOS, ABORDAGEM METODOLÓGICA E ETAPAS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta os objetivos da pesquisa e a abordagem metodológica adotada, a partir da premissa de compreensão do turismo como fenômeno contemporâneo complexo. Com base nessa compreensão, foram formulados os objetivos da investigação acadêmica, apresentados a seguir.

1.1 OBJETIVOS

Esta tese se ancorou no seguinte objetivo geral:

- Interpretar, criticamente, sob a perspectiva de sustentabilidade, o contexto das políticas públicas globais dirigidas à Promoção Turística e seus desdobramentos no contexto brasileiro.

Para tal, as seguintes questões foram formuladas para orientar a pesquisa.

- A. Como se expressam as narrativas de políticas públicas de Promoção Turística em âmbito global sob a perspectiva de sustentabilidade?
- B. Como se expressam as narrativas de políticas públicas de Promoção Turística no contexto brasileiro sob a perspectiva de sustentabilidade e quais os seus desdobramentos em termos de desafios a serem superados?

Com esse direcionamento, os seguintes objetivos específicos compuseram presente tese:

- Gerar subsídios aplicados para políticas públicas de Promoção do Turismo no Brasil, em bases sustentáveis, tendo como inspiração o horizonte da Agenda 2030;
- Contribuir para a construção de um arcabouço metodológico inovador para análise documental dirigida à sustentabilidade em Promoção Turística.

1.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Na literatura especializada, os estudos sobre políticas públicas reafirmam que os problemas contemporâneos demandam atenção aos detalhes, às informações e

experiências vividas por cada sujeito, seja este impactado ou tomador de decisão da política (Nazari; Hrazdil; Mahmoudian, 2017). Nessa linha de pensamento, os métodos de análise de políticas públicas de turismo demandam também um processo de reavaliação permanente da proposta metodológica de pesquisa. Por essa razão, esta tese buscou a identificação de novas abordagens de estudo para as ações públicas, para além dos caminhos tradicionais de formação e avaliação de indicadores turísticos.

Importante problematizar, nesse sentido que, apesar de sua normatividade, a ciência é permeada por conflitos internos, exemplificados pelo debate sobre a cientificidade das propostas de pesquisa. Minayo (2001), por exemplo, em defesa da necessidade de métodos abrangentes para explicar as complexidades do mundo, destaca a tensão entre a busca por uniformidade metodológica, visando equiparar o estudo do natural e do social, e a defesa da especificidade do campo humano. Já Bruyne et al. (1991), argumentam que a cientificidade abrange unidade e diversidade, reconhecendo tanto a tradição de autorregulação na construção do conhecimento quanto a multiplicidade de métodos possíveis.

Para a autora², a pesquisa qualitativa representa, portanto, uma alternativa para se estudar a contemporaneidade porque se apoia na abordagem das Ciências Sociais no sentido de enfrentar o desafio particular de analisar uma realidade na qual os pesquisadores também são agentes, levantando questões sobre a possibilidade de objetivação e sobre a importância de considerar o significado subjetivo dos fenômenos sociais. Como complementa Minayo (2001), a pesquisa qualitativa busca transcender as demandas técnico-tecnológicas do desenvolvimento, mantendo a construção de uma linguagem e metodologia rigorosas para a produção de conhecimento.

Em geral, os métodos quantitativos de análise e avaliação de políticas públicas seguem uma lógica linear, baseando-se em testes de hipóteses e na mensuração do objeto de estudo para obter respostas às questões formuladas. Sua validação ocorre, normalmente, por meio de verificação de uma hipótese previamente formulada. Do ponto de vista crítico, no entanto, esse caminho tende a ser limitador para o

² BRUYNE, P. et al. Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os polos da prática metodológica. 5. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

entendimento do objeto estudado, na medida em que predetermina o modo de análise e os parâmetros que serão avaliados em um período específico de investigação.

Alternativamente, métodos qualitativos oferecem a possibilidade de um maior leque de opções para a análise de um determinado tema. Sem ter foco na comprovação de uma única pergunta formulada, permitem a composição de uma matriz analítica que tende a ampliar o contexto de investigação. Conseqüentemente, demandam uma maior complexidade de análise, mas podem contribuir para a interpretação de um maior espectro de subtemas, de acordo com as categorias de interpretação propostas (Denzin; Lincoln, 2018).

Assim, para esta pesquisa, optou-se por uma abordagem metodológica de cunho qualitativo, baseada em análise bibliográfica e documental, complementada por entrevistas com especialistas de referência sobre o tema estudado.

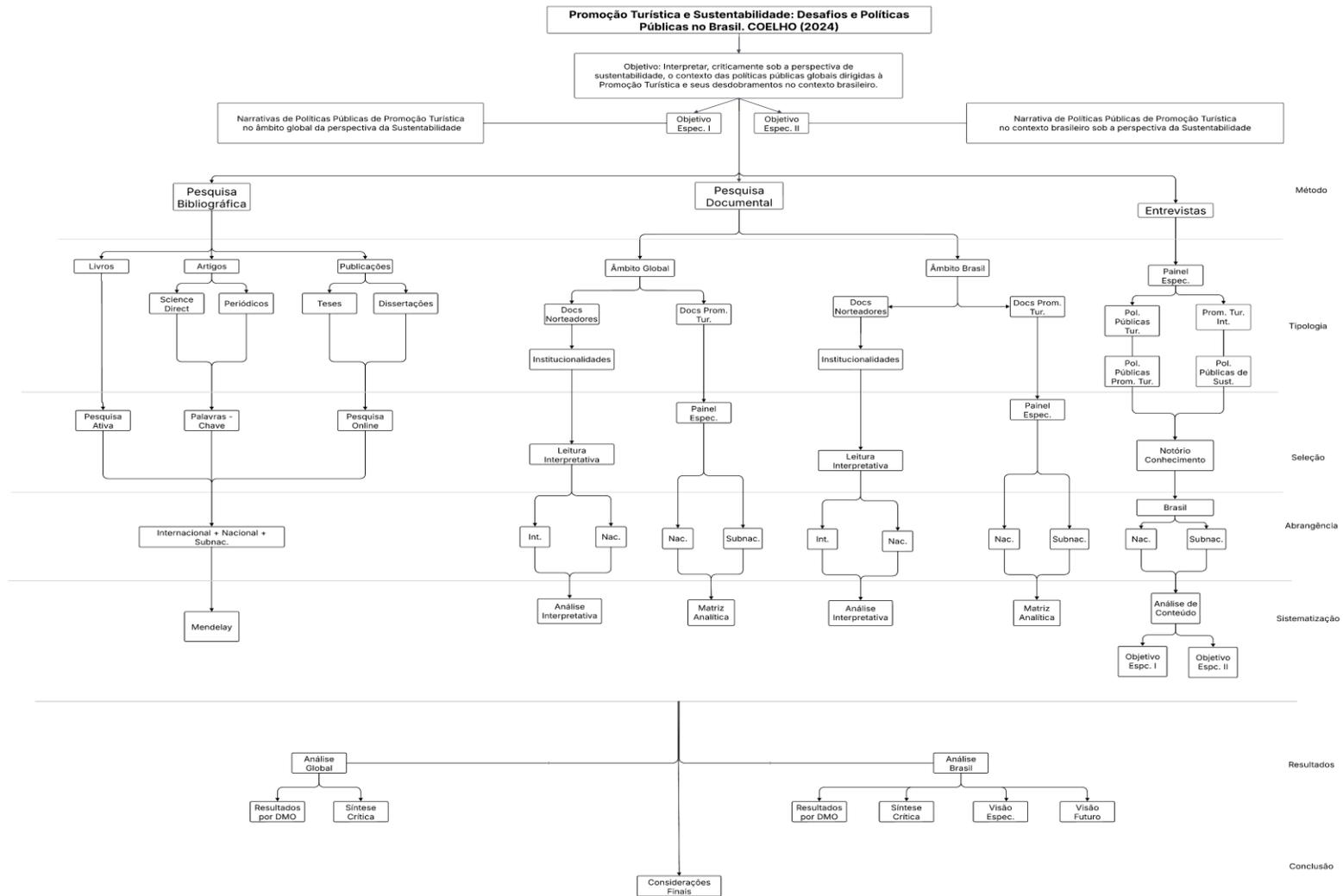
Para o caso particular do turismo, esta perspectiva tende a permitir uma compreensão ampla do fenômeno, partindo do princípio de que as informações obtidas de diferentes abordagens de conhecimento podem ser relevantes para responder às questões propostas. Por meio da interação com diferentes atores na configuração dos “turismos” (Irving; Coelho; Arruda, 2020), esse arcabouço metodológico representa, também, uma oportunidade de identificação das nuances associadas ao planejamento, organização e implementação de políticas públicas de Promoção Turística que não se revelariam se tivessem sido utilizadas apenas variáveis mensuráveis.

Assim, o método qualitativo tende a se constituir como um diferencial para a abordagem desta pesquisa porque inspira o pesquisador no uso de variados instrumentos metodológicos. Ademais, permite a revisão contínua da base conceitual, das teorias estudadas e métodos adotados diante da problemática pesquisa proposta.

A investigação proposta nesta tese, se organiza com base em um recorte temporal de 58 anos, de 1966, ano de lançamento do primeiro Plano de Turismo da, então, Embratur, entidade de gestão do Turismo, até 2024, ano do lançamento do mais atual Plano Nacional do Turismo, editado pelo Ministério do Turismo. E se estrutura, metodologicamente, a partir de processos interdependentes: (1) pesquisa bibliográfica, (2) pesquisa documental, (3) planejamento e realização de entrevistas,

e (4) sistematização e análise de resultados obtidos, conforme fluxograma apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Fluxo Metodológico da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo Autor

1.3 ETAPAS DA PESQUISA

1.3.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica foi iniciada efetivamente em 2017, por meio da participação direta nas disciplinas do doutorado em Políticas Públicas, Estratégia e Desenvolvimento (PPED-UFRJ). Durante as atividades curriculares, além das leituras obrigatórias, houve um interesse particular em direcionar os trabalhos finais de cada uma das disciplinas para o debate teórico sobre políticas públicas de turismo, na articulação com a temática da sustentabilidade.

A base teórica da tese ganhou corpo a partir da disciplina de Metodologia de Tese. Nesse contexto, foi debatida a evolução do processo científico, sendo possível apreender o embate entre os modelos lógicos de produção de conhecimento frente aos novos processos de busca da verdade científica por meio de variadas leituras e metodologias, bem como pela influência de variadas áreas de conhecimento. Em seguida, mergulhou nas perspectivas polissêmicas de sustentabilidade, aprofundando o caminho metodológico para as políticas públicas de Promoção Turística em âmbitos global e brasileiro.

A pesquisa se desenvolveu, na origem, a partir do próprio campo do Turismo, buscando-se na bibliografia especializada a articulação com o campo das Políticas Públicas, da Administração e da Economia. Para tal, foram levantados e analisados artigos acadêmicos e livros nas bases do banco de dados da Elsevier, por meio da plataforma *Science Direct*.

Em uma primeira fase (nos primeiros 2 anos) desenvolveu-se buscas de termos-chave, independentes ou combinadas, a saber: Turismo, Políticas públicas, Agenda 2030, Planejamento Turístico, Plano de promoção/marketing turístico e variações de combinações destas. Em um segundo momento, a partir de sugestões combinadas do *Science Direct* para artigos de mesma temática, expandiu-se a pesquisa por meio de sugestões originadas por inteligência artificial ou citações cruzadas. Foram considerados artigos em português, inglês ou espanhol, revisados

por pares em revistas de conceito A1 a B2, organizados por meio do software *Mendelay*³.

Além disso, o uso de plataformas digitais para a obtenção e seleção de informações sobre turismo, articulado com políticas públicas, proporcionou uma oportunidade para a pré-seleção de artigos publicados a partir da década de 1960, começo dos debates sobre turismo no Brasil e, em seguida, na década de 1970, de sustentabilidade no plano global, o que culminou a Agenda 2030.

A decisão de aceitar as sugestões digitais de artigos correlatos ao tema em foco implicou em um caminho ainda mais amplo para o estudo teórico, com base em artigos desenvolvidos sob novas lentes, os quais permitiram estudar os problemas complexos associados ao turismo. Na linha do que é proposto por Beni e Moesch (2017), defende-se que novas pesquisas puderam ser consideradas segundo diferentes pontos de vista ou interesses na perspectiva do turismo como fenômeno complexo.

A obra de Edgar Morin foi também basilar para a construção do conhecimento sintonizado ao que se denomina Paradigma da Complexidade da Contemporaneidade (Morin, 2015a, 2015b). Essa via de pensamento se afirmou como uma proposta de resposta às limitações do pensamento linear e reducionista da ciência cartesiana. Sua argumentação principal reafirma a realidade como um mosaico de sistemas interconectados e interdependentes, que não podem ser compreendidos plenamente através de uma análise fragmentada. A revisão da obra de Morin enfatizou, para esta tese, a importância de se considerar as interações e retroalimentações entre os componentes de um sistema, bem como a imprevisibilidade e a emergência de novos fenômenos.

A transposição do Paradigma da Complexidade ao campo do turismo permitiu uma compreensão mais holística e integrada deste campo de estudo. O turismo, para além da visão econométrica que domina o debate, representa um sistema complexo que envolve uma rede de atores sociais e territórios, incluindo turistas, comunidades locais, empresas, governos e a própria dinâmica socioespacial envolvida.

³ Mendeley é um software de gerenciamento de referências desenvolvido pela Elsevier. O programa facilita a organização de pesquisas, colaboração e descoberta de literatura acadêmica. Com uma interface intuitiva, permite que os usuários importem e organizem documentos, recebam informações de publicações dentro da mesma rede de conhecimento, anexam PDFs e gerem citações e bibliografias automaticamente em diversos formatos.

Nesse sentido, a imprevisibilidade representa também um elemento central no turismo, entendido como sistema complexo. Como recentemente vivenciado, no plano global, eventos inesperados, como pandemias, desastres naturais, crises econômicas ou mudanças nas preferências dos turistas, podem alterar drasticamente o funcionamento do sistema. Além disso, novos fenômenos podem emergir dessas interações. Por todas essas razões, a obra de Edgar Morin ofereceu, portanto, uma inspiração central para compreender turismo como fenômeno contemporâneo.

Contudo, para se compreender a crise paradigmática em curso, bem como para ser possível apreender as propostas advogadas por Edgar Morin, foi necessário revisitar obras de referência envolvendo, por exemplo, a leitura crítica com relação ao pensamento científico (Popper, 2005) e ao cientificismo (Kuhn, 2000).

A crítica ao pensamento científico, sob a ótica de Karl Popper, trouxe à tese a possibilidade de se agregar valor à proposta de se pensar a pesquisa científica sob novos formatos. Segundo Popper (2005), uma teoria científica deve ser formulada de maneira que possa ser testada e potencialmente refutada por observações ou experimentos. Essa premissa é central para distinguir a ciência de pseudociências, que muitas vezes formulam hipóteses irrefutáveis e, portanto, não científicas.

A contribuição de Popper para a Filosofia da Ciência e sua insistência na necessidade de rigor e ceticismo no processo científico ajudaram a moldar a prática científica moderna, incentivando também a abordagem crítica sobre os fenômenos contemporâneos, essencial na construção desta tese.

Já a pesquisa desenvolvida por Thomas Kuhn complementou a compreensão de evolução do pensamento e do conhecimento científico, considerando que ciência não progride de maneira linear e acumulativa, mas através de uma série de revoluções paradigmáticas. Essas revoluções ocorrem quando um paradigma existente é substituído por um novo, após um período de crise em que as anomalias não podem mais ser ignoradas ou resolvidas dentro do paradigma vigente.

O autor também desafiou a visão positivista tradicional dando relevância a fatores socioculturais e históricos na formação e aceitação dos resultados científicos, já que um resultado de pesquisa não é apenas uma questão de lógica ou de evidência empírica, mas também envolve elementos subjetivos e comunitários. Essa

perspectiva abriu novas linhas de investigação sobre a natureza da ciência e o papel dos cientistas como agentes sociais (Kuhn, 2000)⁴.

Apesar dessa base de inspiração, o processo de pesquisa bibliográfica foi, no entanto, contínuo, e o material bibliográfico obtido foi classificado (após a leitura) de acordo com seu grau de aderência à tese, por meio do uso do software *Mendeley*, sendo os artigos de baixa aderência à tese descartados do processo.

Complementarmente ao processo de leitura e análise de livros e artigos acadêmicos mapeados, foi realizada uma nova busca de referências, com foco em teses de doutorado no Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Esse encaminhamento foi desenvolvido, principalmente, na busca pela conexão das políticas públicas de turismo com o debate sobre sustentabilidade.

As bases da teoria da pesquisa científica e o conjunto de pesquisas acadêmicas sobre os temas pesquisados deram base para o entendimento sobre a importância de se investigar, mais profundamente, as políticas públicas de Promoção Turística, partindo também de um levantamento documental extenso, ancorado no processo investigativo moderno, como será resumido no próximo item do arcabouço metodológico adotado.

1.3.2 Pesquisa documental

A pesquisa documental foi construída com base em duas fases interdependentes: a primeira, dirigida ao foco global de políticas públicas e, a segunda, com foco no caso brasileiro, ambas envolvendo os planos nacionais e subnacionais.

⁴ Importante mencionar, nessa linha de raciocínio, que a contribuição do pensamento de Kuhn vem impactando diversas disciplinas além da Filosofia da Ciência, incluindo a Sociologia, a História e os estudos culturais em geral. Seu conceito de mudança paradigmática já foi adotado para análise das transformações em campos tão diversos quanto a economia, a política e meio ambiente, guardando relação direta com as propostas desta investigação.

1.3.2.1 Fase 1: Plano Global

Esta primeira fase teve como fontes de análise documentos diversos sobre o campo da sustentabilidade e sobre as políticas públicas de turismo em âmbito global. Nessa etapa, foram levantados documentos de fontes primárias e secundárias, envolvendo um conjunto de políticas públicas relevantes para a temática da tese.

i. Documentos de Referência em Sustentabilidade

Para esta etapa da tese, foram compilados documentos de referência no debate sobre sustentabilidade e temas afins, para a definição de uma linha temporal de base para a reflexão, no plano global.

Esse movimento se orientou pelas pesquisas já realizadas por Lima (2019), Irving (2018), Irving e Oliveira (2018) e Irving, Coelho & Arruda (2020). A partir desses estudos, foi possível a composição de um rol de documentos orientadores de políticas públicas globais sobre sustentabilidade, cruciais para o entendimento do processo histórico de formação do pensamento sobre desenvolvimento sustentável.

O Quadro 1 sistematiza os documentos de políticas públicas, no plano global, que incidem sobre sustentabilidade, investigados nessa fase.

Quadro 1– Matriz-Síntese dos documentos analisados como referência de políticas públicas, no plano global, dirigidas à sustentabilidade

Documento	Ano	Entidade Responsável	Título
Declaração de Estocolmo	1972	Organização das Nações Unidas (ONU)	"Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano"
Relatório Brundtland	1987	Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD)	"Our Common Future"
Agenda 21	1992	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento	"Agenda 21"

Documento	Ano	Entidade Responsável	Título
Declaração do Milênio	2000	Nações Unidas	"Declaração do Milênio"
Declaração de Tamanrasset	2001	UNESCO	"Declaração de Tamanrasset sobre a Educação para a Sustentabilidade"
O Futuro que Queremos	2012	Nações Unidas	"O Futuro que Queremos – Agenda de Desenvolvimento Sustentável"
Transformando o nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável	2015	Nações Unidas	"Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável"

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Lima (2018) e Irving, Coelho & Arruda (2020)

O Quadro 2, a seguir, sistematiza os documentos de políticas públicas, no plano global, na conexão entre turismo e sustentabilidade, investigados na tese.

Quadro 2 – Matriz-Síntese dos documentos de políticas públicas, no plano global, na conexão entre turismo e sustentabilidade

Documento	Ano	Entidade Responsável	Título
Código de Ética Mundial para o Turismo	1999	OMT (Organização Mundial do Turismo)	"Código de Ética Mundial para o Turismo"
Declaração de Manila	1980	Organização Mundial do Turismo (OMT)	"Manila Declaration"
Agenda 21 Para a Indústria de Viagens e Turismo: Em Direção a um Desenvolvimento Ambientalmente Sustentável	1993	WTTC, OMT & Earth Charter	"Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo"
Carta para o Turismo Sustentável de Lanzarote	1995	Organização Mundial do Turismo (OMT)	"Carta de Turismo Sustentável de Lanzarote"
Código Global de Ética para o Turismo	1999	Organização Mundial do Turismo (OMT)	"Código Global de Ética para o Turismo"

Documento	Ano	Entidade Responsável	Título
Declaração de Amã sobre o Turismo e a Paz	2000	International Institute for Peace Through Tourism (IIPT)	“Declaração de Amã sobre Turismo e Paz”
Acordo de Mohonk	2000	Rainforest Alliance	“Acordo Mohonk”
Declaração de Haia sobre Turismo	2000	OMT (Organização Mundial do Turismo)	"Declaração de Haia sobre Turismo Sustentável"
Declaração de Québec sobre Ecoturismo	2002	Organização Mundial do Turismo (OMT)	“Declaração de Quebec sobre Ecoturismo”
Declaração de Cape Town sobre Turismo Responsável	2002	Organização Mundial do Turismo (OMT)	“Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável”
Diretrizes para o Turismo Sustentável da Organização Mundial do Turismo	2003	Organização Mundial do Turismo (OMT)	“Diretrizes para o Turismo Sustentável”
Critérios Globais para o Turismo Sustentável	2007	OMT (Organização Mundial do Turismo)	"Critérios Globais para o Turismo Sustentável"
Declaração de Lusaka sobre Desenvolvimento de Turismo Sustentável, Mudança Climática e Paz	2011	Organização Mundial do Turismo (OMT)	“Declaração de Lusaka sobre o Desenvolvimento do Turismo Sustentável, Alterações Climáticas e Paz”
Carta Mundial para o Turismo Sustentável	2015	Organização Mundial do Turismo (OMT)	“Carta Global de Turismo Sustentável”

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Lima (2018) e Irving, Coelho & Arruda (2020)

A partir da fase descrita, conduziu-se a pesquisa para o levantamento de informações sobre Promoção Turística, em âmbito global.

ii. Documentos de Referência em Promoção Turística, em âmbito global

Complementando a etapa anterior, foram levantados documentos de referência no debate sobre Promoção Turística no plano global, com o objetivo de se decodificar a leitura das narrativas das organizações responsáveis pela divulgação do turismo. Inicialmente, os documentos do *DestinationNext*, publicados pela *Destinations International* foram considerados para a análise, complementados por aqueles dos

Destination Marketing Organizations (DMOs)⁵, como será detalhado, posteriormente no capítulo sobre Promoção Turística.

Sob a perspectiva da pesquisa aplicada, DMOs são frequentemente analisados em termos de sua eficácia organizacional e impacto socioeconômico, incluindo modelos de governança, práticas de gestão de crises e resiliência, bem como políticas de inclusão social e econômica. Porém, DMOs não são mais do que ferramentas de marketing ou gerenciamento operacional, mas entidades com capacidade de lançar luz sobre debates globais complexos, como o desenvolvimento sustentável e estratégico de destinos turísticos, integrando de formas interdisciplinares os princípios de políticas públicas, em Promoção Turística (Calantone, R. J.; Cavusgil, S. T.; Zhao, Y, 2002).

Os relatórios gerados pelo *DestinationNext* foram particularmente relevantes para a pesquisa, pois forneceram uma base empírica para a compreensão dos processos de formulação de políticas e estratégias de Promoção Turística. Através de uma análise de dados quantitativos e qualitativos, os documentos oferecem uma visão aprofundada sobre as preferências e comportamentos dos turistas, refletidas pelos DMOs, além de práticas emergentes em sustentabilidade e inovação. Os relatórios emitidos com esse objetivo são desenvolvidos a partir de investigação dos planos estratégicos divulgados pelos DMOs. Para esta pesquisa, foram pensados inicialmente como fonte de referência de DMOs, mas passaram a ser utilizados, também, como meios de aprendizado e de interpretação para os processos metodológicos qualitativos para a análise de Promoção Turística, como foi o caso da seleção de especialistas para a validação das informações obtidas.

5 A sigla DMO pode referir-se a duas concepções distintas no contexto do turismo: "Destination Management Organization", ou em português, "Organização de Gestão de Destinos", e "Destination Marketing Organization", ou "Organização de Marketing de Destinos". Ambas desempenham papéis cruciais na promoção, planejamento e gerenciamento de destinos turísticos, sendo atores chave tanto no campo do marketing quanto no gerenciamento estratégico.

Do ponto de vista do marketing, as DMOs, como Organizações de Marketing de Destinos, são responsáveis por desenvolver e implementar estratégias que aumentem a atratividade do destino, atuando na construção e promoção de sua imagem. Por meio de campanhas de marketing que utilizam diversos meios, incluindo digital, impresso e eventos promocionais, essas organizações buscam alinhar as ofertas do destino com as expectativas dos visitantes. Isso envolve pesquisas sobre comportamento do consumidor e tendências turísticas, visando à melhoria da experiência do turista e à competitividade do destino.

No que diz respeito ao management, as DMOs, como Organizações de Gestão de Destinos, operam como coordenadoras entre as diversas partes interessadas no destino, incluindo autoridades governamentais, o setor privado, organizações da sociedade civil e a comunidade local. Elas são responsáveis por promover uma gestão integrada do destino, que não apenas sustente o desenvolvimento econômico, mas também preserve os recursos culturais e naturais. Essa abordagem holística requer um planejamento e gerenciamento que incorporem princípios de sustentabilidade e inovação, além de influenciar políticas públicas que afetam o turismo, como infraestrutura e regulamentações.

Essa busca inicial por documentos de Promoção Turística foi complementada por dois documentos da Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (UNWTO, 2011) e da Comissão de Turismo da Europa (ETC, 2020) que também se constituíram em fontes de bases de identificação sobre DMOs, sendo as mesmas comumente citadas nos relatórios do *DestinationNext*. Assim, para a tese, foram considerados quatro documentos do *DestinationNext* e quatro documentos complementares publicados pela UNWTO e pela ETC.

No Quadro 3, a seguir, estão sistematizados os documentos utilizados para leitura de base e construção de processo metodológico para escolha de DMOs para posterior análise. Ou seja, a escolha dos escritórios de representação de destinos turísticos de referência, para posterior definição de Planos de Promoção Turística a serem investigados, em maior nível de detalhamento.

Quadro 3 – Matriz Síntese dos documentos de referência analisados sobre DMOs

Responsável pelo Documento	Título do Relatório	Ano
Destinations International	Destination Marketing Study	2017
	Destination Marketing Study	2018
	DestinationNext: Insights and Recommendations for DMOs	2021
	Destination Marketing Trends	2022
Organização Mundial do Turismo (UNWTO)	Tourism Towards 2030: Global Overview	2011
	Global Report on Destination Management	2018
Publicações da European Travel Commission (ETC)	European Tourism Trends: A European Perspective	2020
	Insights on Tourism Recovery: Lessons from 2021	2021

Fonte: Elaborado pelo autor

Uma vez definidas as fontes relevantes para compreensão dos DMOs, avançou-se no processo de delineamento de caminhos metodológicos para análise de planos de Promoção Turística, publicados por DMOs de referência.

- iii. Levantamento de DMOs de referência, em âmbito global - o caminho para a análise de Planos de Promoção Turística, a partir da visão de especialistas do setor.

A partir da leitura dos documentos de referência em políticas públicas de sustentabilidade e dos documentos de referência sobre os DMOs, em sua relação com a Promoção Turística, segundo os objetivos da tese, esta etapa dedicou-se ao aprofundamento dos processos de definição das organizações (DMOs) a serem utilizadas na investigação sobre Promoção Turística, na articulação com o compromisso de sustentabilidade.

O foco dessa etapa foi a organização de um processo que resultasse na composição de uma lista de referência de DMOs, os quais pudessem ter as narrativas de seus respectivos Planos de Promoção Turística analisadas em conexão com o tema de sustentabilidade.

A leitura e análise dos documentos anteriormente mencionados trouxeram pistas sobre destinos de referência em Promoção Turística. Para a seleção dos DMOs, buscou-se os respectivos planos dirigidos à promoção turística, em políticas públicas.

A tese partiu do pressuposto de que a investigação sobre o turismo precisaria ser capaz de apreender a complexidade envolvida no debate e não poderia se restringir a uma lista de indicadores. Por essa razão, a possibilidade de eleição de planos de Promoção Turística a partir de uma lista de DMOs proposta por especialistas e gestores pareceu o caminho mais adequado para a investigação.

Minayo (2001) destaca que a leitura de especialistas na pesquisa qualitativa tende a proporcionar qualidade aos estudos, permitindo um entendimento mais aprofundado e contextualizado sobre a realidade investigada. Segundo a autora, a utilização de especialistas em pesquisa qualitativa é especialmente relevante pela possibilidade de contextualização atualizada, validação de informações sobre uso

prático dos dados na tomada de decisão e pela possibilidade de formação de redes de conhecimento para incremento da pesquisa.

Assim, o processo de levantamento de DMOs partiu, também, da eleição de especialistas, para que, a partir de sua opinião, fosse possível a definição de Planos de Promoção Turística de referência, para posterior análise.

Segundo proposta de Minayo (2011), buscou-se, nesse encaminhamento, interlocutores especializados em tomada de decisão em relevantes campos de conhecimento relacionados a temática de pesquisa, a saber: políticas públicas de turismo, políticas públicas de Promoção Turística e, políticas públicas de sustentabilidade na articulação com o turismo.

Os especialistas selecionados foram convidados, a partir de sua especialização nos temas considerados relevantes, a participaram individualmente da pesquisa, de forma remota, não identificada, por livre e espontânea vontade e com liberdade de escolha de DMOs segundo critérios pré-definidos. Além disso, a seleção dos especialistas foi pautada por sua diversidade de experiências, para que fosse possível uma abordagem multidimensional sobre o tema em foco.

Considerando a proposta de pesquisa, após a rodada de convites, foram definidos quatro interlocutores para a composição de painel inicial de especialistas para a seleção de DMOs. O Quadro 4 sistematiza o perfil dos especialistas selecionados nesse primeiro momento, e suas respectivas credenciais de especialização.

Quadro 4 – Matriz de Síntese de Especialistas contatados para a seleção de DMOs

Especialista	Área de Conhecimento	Experiência em Políticas de Turismo
Especialista em Promoção Turística internacional	Promoção Turística Internacional	Diretor(a) de Grande empresa de Promoção Turística internacional, reconhecida no mercado por ser agente de promoção de grandes países e destinos turísticos como Chile, Peru e Costa Rica.
Especialista em políticas públicas de turismo	Políticas Públicas de turismo	Ex-Ministro(a) de Estado de Turismo, corresponsável pelo processo de formação do arcabouço legislativo sobre políticas públicas de turismo.

Especialista	Área de Conhecimento	Experiência em Políticas de Turismo
Especialista em políticas públicas de Promoção Turística	Políticas Públicas de Promoção Turística	Ex-Secretário(a) Nacional de Políticas Turismo do Ministério do Turismo e Ex-Diretor de Políticas Públicas de Promoção Turística na Embratur.
Especialista em políticas públicas de sustentabilidade em turismo	Políticas Públicas de sustentabilidade	Diretor(a) de empresa de Promoção Turística nacional (Embratur), responsável pela diretoria de Sustentabilidade.

Fonte: Elaborado pelo autor

A escolha desses especialistas foi fundamental para o processo de definição de DMOs de referência e destinos turísticos associados, como também para dar prosseguimento ao processo de escolha de seleção dos planos nacionais e subnacionais de Promoção Turística, etapa seguinte do processo.

iv. Levantamento de DMOs de referência, em âmbito global – a busca pela visão dos especialistas

A partir dos processos de escolha de especialistas na etapa anterior, passou-se para a definição dos DMOs e respectivos destinos turísticos de referência. A partir destes, foram posteriormente pesquisados documentos de referência para análise sobre políticas públicas de Promoção Turística em articulação com o compromisso de sustentabilidade.

Segundo a proposta de Minayo (2001), foi solicitada a cada especialista a seleção de dois DMOs, de referência que poderiam ter seus Planos de Promoção Turística analisados pela pesquisa, em diferentes continentes geográficos. Adicionalmente, solicitou-se que esses mencionassem um terceiro DMO qualquer, desde que fosse de alcance internacional.

A síntese dessas escolhas em âmbito global está apresentada no Quadro 5.

Quadro 5 – Matriz Síntese dos DMOs selecionados pelos especialistas

DMO de referência 1	DMO de referência 2	DMO de referência 3	Especialista	Área de Conhecimento
Costa Rica	Fiji	Filipinas	Especialista em Promoção Turística internacional	Promoção Turística Internacional
Peru	Espanha	Paris	Especialista em políticas públicas de turismo	Políticas Públicas de turismo
África do Sul	Portugal	Miami	Especialista em políticas públicas de Promoção Turística	Políticas Públicas de Promoção Turística
Nova Zelândia	Califórnia	Londres	Especialista em políticas públicas de sustentabilidade em turismo	Políticas Públicas de sustentabilidade

Fonte: Elaborado pelo autor

Nesta etapa, cada um dos quatro especialistas elencou três escolhas e foram, ao final do processo, mapeados doze DMOs de variadas regiões do planeta. A partir dessa seleção deu-se continuidade ao processo para a busca de documentos de Promoção Turística nos DMOs selecionados.

- v. Levantamento de documentos de referência (Planos de Promoção Turística) para os DMOs selecionados

Segundo a linha metodológica adotada, a partir da escolha dos destinos de referência e respectivos DMOs por parte dos especialistas, foi realizada a busca por documentos de referência dos destinos indicados.

Esse levantamento foi realizado no ano de 2021, a partir de busca em sites oficiais dos DMOs. Foram considerados para a pesquisa os documentos mais

recentes encontrados. Os DMOs levantados para a análise proposta e respectivos sites de busca estão listados nos Quadros 6 e 7, a seguir:

Quadro 6 – Relação de DMOs escolhidos, na perspectiva global e respectivos sites de busca – abrangência nacional

Localidade	DMO	Website
África do Sul	National Department Of Tourism	www.southafrica.net
Costa Rica	Instituto Costarricense de Turismo	www.visitcostarica.com
Espanha	Turespaña	www.tourspain.es
Fiji	Tourism Fiji	www.fijime.com
Filipinas	Department of Tourism	www.philippines.travel
Nova Zelândia	Tourism New Zealand	www.newzealand.com
Peru	Promperú	www.peru.travel
Portugal	Turismo de Portugal	www.visitportugal.com

Fonte: Elaborado pelo Autor

O Quadro 7, a seguir, identifica os DMOs de abrangência subnacional selecionados.

Quadro 7 – Relação de DMO escolhidos para a perspectiva global e respectivos sites de busca – abrangência subnacional

Localidade	DMO	Website
Califórnia	Visit California	www.visitcalifornia.com

Localidade	DMO	Website
Londres	Visit London	www.visitlondon.com
Miami	Greater Miami Convention & Visitors Bureau	www.miamiandbeaches.com
Paris	Mairie de Paris	www.en.parisinfo.com

Fonte: Elaborado pelo Autor

A lista de documentos a serem utilizados para análise está sintetizada no Quadro 8, a seguir.

Quadro 8 – Relação de documentos analisados, em esfera nacional

Título do documento	Referência	Destino
NATIONAL TOURISM SECTOR STRATEGY (NTSS) 2016-2026	Department of Tourism, 2016	África do Sul
National Tourism Development Plan 2016-2022	National Department of Tourism, 2016	Filipinas
Plan Nacional De Desarrollo Turístico De Costa Rica 2017 - 2021	Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo, 2017	Costa Rica
Destination Stewardship & Sustainable Travel. DRAFT PLAN February 2020	Visit California, 2020	California
PENTUR Plano Estratégico Nacional de Turismo 2025 - turismo com futuro	PromPeru, 2020	Peru
Fijian Tourism 2021	Minister for Industry, Trade and Tourism, 2021	Fiji
Tourism New Zealand. FOUR YEAR STRATEGIC PLAN	Tourism New Zealand, 2021	Nova Zelândia

Título do documento	Referência	Destino
Estratégia Turismo 2027	Portugal Turismo, 2021	Portugal

Fonte: Elaborado pelo Autor

A lista de documentos selecionados para a análise, em esfera subnacional, está sintetizada no Quadro 9, a seguir.

Quadro 9 – Relação de documentos em esfera subnacional levantados

Título do documento	Referência	Destino
A tourism vision for London	Visit London, 2018	Londres
Destination Miami. Greater Miami and beaches. Strategic Plan 20220 - 2025	Miami Tourism, 2020	Miami
Tourism Strategy Development Plan 2021-2022	Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, 2021	Paris

Fonte: Elaborado pelo Autor

Após a definição dos documentos de políticas públicas de Promoção Turística em âmbito global, foi iniciado ao processo de levantamento de documentos no contexto brasileiro, conforme os objetivos da tese.

1.2.2.2 Fase 2: Contexto Brasileiro

Na segunda fase de levantamento de documentos de Promoção Turística, para o contexto brasileiro de análise, adotou-se um conjunto de etapas análogas às utilizadas no processo de levantamento de documentos, em âmbito global.

Inicialmente, foram levantados documentos de referência sobre as políticas públicas de turismo no Brasil. A partir desse processo, conduziu-se a pesquisa para o

levantamento de DMOs brasileiros em âmbito nacional ou subnacional, considerados referência para os estudos de Promoção Turística, utilizando-se para tal o mesmo processo metodológico já descrito na fase anterior.

a) Levantamento de políticas públicas de turismo brasileiro, em âmbito nacional

Nesta etapa foram identificados os documentos de políticas públicas de Promoção Turística, a partir da Embratur e do Ministério do Turismo.

Esta proposta foi orientada pelas pesquisas já realizadas por Lima (2019) e Irving, Coelho & Arruda (2020). A partir desses estudos, compôs-se um rol de documentos orientadores de políticas públicas no contexto brasileiro, essenciais para o entendimento do processo histórico de formação desse campo em termos de eventuais desdobramentos em Promoção Turística.

O Quadro 10, a seguir, sintetiza os documentos de políticas públicas de turismo no Brasil.

Quadro 10 – Relação de Documentos de referência em políticas públicas de turismo no Brasil

Título	Ano	Entidade Responsável
Plano de Desenvolvimento do Turismo	1966	Embratur
Plano Nacional de Turismo (PNT)	1972	Embratur
Plano Nacional de Turismo	1988	Embratur
Plano de Ação Integrada de Desenvolvimento do Turismo - PAIDT	1992	Embratur
Plano Aquarela - Plano de Marketing Turístico Internacional	2003	Embratur

Título	Ano	Entidade Responsável
Plano Nacional de Turismo 2003-2001: Nosso Próximo Evento é no Brasil	2003	Ministério do Turismo
Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil	2004	Ministério do Turismo e Embratur
Plano Nacional de Turismo 2007-2010: Turismo para o Desenvolvimento Econômico e Social	2007	Ministério do Turismo
Plano Nacional de Turismo 2013-2016: Turismo: Rumo a 2022	2013	Ministério do Turismo
Plano Nacional de Turismo 2018-2022: Mais Emprego e Renda para o Brasil	2018	Ministério do Turismo
Plano Nacional de Turismo 2024-2027	2024	Ministério do Turismo

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Lima (2018) e Irving, Coelho & Arruda (2020)

A partir do levantamento e da leitura inicial desses documentos de referência do turismo brasileiro, foi iniciado processo de sistematização de DMOs brasileiros, para complementar o conjunto analítico de planos de Promoção Turística.

b) Levantamento de DMOs de referência no contexto brasileiro

Com o objetivo de complementar a fase anterior, esta etapa se organizou a partir da eleição de DMOs entendidos como referência que tivessem associados Planos de Promoção Turística.

O processo metodológico seguiu os mesmos passos já descritos na fase 1, a partir da seleção de DMOs e respectivos destinos, por meio da opinião dos mesmos quatro especialistas.

Nesse sentido, foi solicitado aos especialistas contatados que indicassem um DMO de referência brasileiro. Dois especialistas indicaram o Ministério do Turismo (MTur) órgão oficial de gestão das políticas públicas de turismo do Brasil e, a Agência Brasileira de Gestão da Promoção Turística (Embratur). Outros dois indicaram a Turisrio, organização responsável pela Promoção Turística do Estado do Rio de Janeiro, e a São Paulo Turismo, organização responsável pela Promoção Turística no Estado de São Paulo.

A lista de DMOs indicados, no contexto brasileiro, pelos especialistas, considerando os âmbitos nacional e subnacional, está sistematizada no Quadro 11.

Quadro 11 – Relação de DMO definidos a partir de painel com especialistas, no contexto brasileiro

Especialista	DMO de referência nacional e subnacional BR
Especialista em políticas públicas de Promoção Turística	MTur
Especialista em Promoção Turística internacional	Embratur
Especialista em políticas públicas de turismo	São Paulo Turismo
Especialista em políticas públicas de sustentabilidade em turismo	Turisrio

Fonte: Elaborado pelo autor

A partir da escolha dos DMOs, iniciou-se a busca por documentos oficiais de Promoção Turística que pudessem ser utilizados para a análise proposta.

- c) Levantamento de documentos de referência a partir dos DMOs definidos por meio da escolha de especialistas

A partir da lista de DMOs previamente definidos, deu-se prosseguimento à busca de documentos oficiais de políticas públicas de Promoção Turística nos sites oficiais dos destinos referenciados durante do ano de 2021, considerando os documentos mais recentes encontrados.

A lista de DMOs e sites de busca está resumida nos quadros 12 e 13 a seguir.

Quadro 12– Relação de DMO selecionados, e respectivos sites oficiais, a partir de painel de especialistas

Localidade	DMO	Abrangência	Website
Brasil	Embratur	Nacional	www.embratur.gov.br
Brasil	MTur	Nacional	https://www.gov.br/turismo/pt-br
São Paulo	São Paulo Turismo	Subnacional	www.cidade.sp.gov.br/turismo
Rio de Janeiro	Riotur	Subnacional	www.riotur.com.br

Fonte: Elaborado pelo autor

Nas buscas de documentação de referência para análise, identificou-se que a Embratur está em fase de renovação de seu Plano de Promoção Turística e ainda utiliza como referência planos anteriores à proposta para esta tese. Assim, para o contexto brasileiro, utilizou-se o plano desenvolvido pelo Ministério do Turismo.

A composição dos Planos de Promoção Turística, no contexto brasileiro, está apresentada no Quadro 13, a seguir.

Quadro 13 – Relação de documentos de políticas públicas selecionados para análise documental, no caso brasileiro

Título do documento	Destino
Plano Nacional de Turismo 2024-2027	Brasil
Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Emprego e Renda	Brasil
Turismo SP 20-30 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo	São Paulo
Plano Estratégico de Turismo RJ +10 anos (Resumo Executivo)	Rio de Janeiro

Fonte: Elaborado pelo autor

Uma vez concluída a etapa de levantamento de documentos de referência de políticas públicas de turismo, e Planos de Promoção em âmbito global e contexto brasileiro, foi iniciado o processo de planejamento e realização de entrevistas.

1.2.3 Planejamento e realização de entrevistas

Para o caso brasileiro, além da análise bibliográfica e documental, foram também realizadas entrevistas com especialistas de referência nos temas em foco.

Conforme Minayo (2001), a escolha dos sujeitos em uma pesquisa qualitativa deve ser minuciosamente pensada, pois a amostragem intencional permite que o pesquisador acesse informações significativas a partir de indivíduos que detêm conhecimento e vivência sobre o tema investigado. A adequação dos entrevistados aos objetivos da pesquisa é, portanto, fundamental para a construção de um entendimento mais profundo e contextualizado do fenômeno estudado. Por exemplo, para as políticas públicas de turismo, entrevistar pessoas que atuam diretamente no processo de decisão, nesse contexto, tende a ser imprescindível. Isso porque a seleção de indivíduos não alinhados ao foco da pesquisa poderia resultar em dados irrelevantes e na diluição das descobertas esperadas (Minayo, 2001).

A garantia de pluralidade de percepções, de visões distintas sobre o tema em estudo é essencial para enriquecer a análise e evitar que a pesquisa seja limitada a uma única narrativa. De acordo com Flick (2009), a diversidade nas vozes

entrevistadas não só amplia a compreensão do tema, mas também possibilita a identificação de padrões, divergências e interações entre perspectivas distintas, contribuindo para um debate mais robusto e fundamentado. O engajamento de entrevistados com reconhecido poder no processo de tomada de decisões no contexto de políticas públicas também representa uma estratégia para obtenção de informações relevantes com relação aos tópicos estudados. Quando possível, entrevistados com vivências no tema em questão proporcionam uma base ainda mais aprofundada de dados, reforçando a credibilidade dos resultados obtidos (Yin, 2015).

Nesse sentido, dos quatro especialistas que participaram do processo inicial de seleção de documentos, foram considerados três interlocutores para serem entrevistados, uma vez que, um dos participantes da etapa anterior tem nacionalidade estrangeira e maior experiência no mercado internacional.

Esse grupo representou o ponto de partida para a composição do conjunto de especialistas entrevistados, que, posteriormente, foi ampliado com a seleção de novos interlocutores a partir de indicações dos próprios entrevistados na primeira fase.

Segundo Lewis e Ritchie (2003), essa técnica, comumente definida como “bola de neve”, é particularmente valiosa em contextos em que a identificação de sujeitos relevantes pode ser dificultada pela natureza do fenômeno estudado. Por exemplo, através da recomendação de especialistas em políticas públicas de turismo, o pesquisador consegue contatar outros especialistas com conhecimento específico sobre o tema, possibilitando um aprofundamento da análise.

Essa rede de contatos torna-se, portanto, estratégica, especialmente ao se tratar de entrevistas com tomadores de decisão de alto escalão, que, naturalmente, seriam de difícil acesso direto, mas que têm a interface de contatos facilitada pela indicação de um par da gestão pública, por exemplo (Yin, 2015).

Conforme Minayo (2008), as pesquisas com atores do campo são essenciais para investigar significados, contextos e a subjetividade dos indivíduos, permitindo que o pesquisador compreenda melhor a complexidade das relações sociais. Nesse sentido, a utilização da técnica da bola de neve tende a potencializar informações levantadas, uma vez que os especialistas entrevistados não apenas oferecem suas experiências pessoais, mas também conduzem o pesquisador a outros atores significativos no campo de estudo (Lewis; Ritchie, 2003).

Assim, os especialistas elencados para a seleção de Planos de Promoção Turística foram definidos como primeira linha de contato para as entrevistas e, a partir dessas interações, foi-se ampliando esse conjunto para um contingente maior de entrevistados.

Os três especialistas brasileiros convidados para fazer parte do processo de entrevistas, prontamente aceitaram o convite, formando um primeiro bloco entrevistados. Após essas entrevistas, cada interlocutor indicou um novo participante para a pesquisa, formando-se assim o segundo bloco de entrevistados. Após a segunda rodada de entrevistas, os três participantes do segundo bloco indicaram, cada um, um novo participante para a pesquisa, formando um terceiro bloco de três entrevistados, totalizando um conjunto de nove entrevistados.

Os especialistas selecionados para a fase de entrevistas foram categorizados em três grupos de especialidade, cada grupo envolvendo três especialistas. O Quadro 14, a seguir, identifica os interlocutores entrevistados segundo as categorias definidas.

Quadro 14 – Relação de entrevistados para a pesquisa qualitativa

Categoria	Bloco 1 (especialistas selecionados na pesquisa documental)	Bloco 2 (especialistas indicados pelo Bloco 1 - Bola de Neve)	Bloco 3 (especialistas indicados pelo Bloco 2 - Bola de Neve)
Especialista em políticas públicas de turismo	Ex-Ministro(a) de Estado de Turismo, corresponsável pelo processo de formação do arcabouço legislativo sobre políticas públicas de turismo.	Ex-Secretário(a) Estadual de Turismo, responsável por edição de Plano de Promoção Turística.	Diretor(a) de Secretaria Estadual de Turismo, responsável por edição de Plano de Promoção Turística.
Especialista em políticas públicas de Promoção Turística	Ex-Secretário(a) Nacional de Políticas Turismo do Ministério do Turismo e Ex-Diretor de Políticas Públicas de Promoção Turística na Embratur.	Secretário(a) Nacional de Políticas de Turismo do Ministério do Turismo.	Ex-Diretor de Políticas de Turismo da Embratur, responsável por edição de Planejamento Estratégico do DMO brasileiro.

Categoria	Bloco 1 (especialistas selecionados na pesquisa documental)	Bloco 2 (especialistas indicados pelo Bloco 1 - Bola de Neve)	Bloco 3 (especialistas indicados pelo Bloco 2 - Bola de Neve)
Especialista em políticas públicas de sustentabilidade em turismo	Diretor(a) de empresa de Promoção Turística nacional (Embratur), responsável pela diretoria de Sustentabilidade.	Diretor(a) de Grande organização do Sistema S brasileiro (Sebrae, Senac, Sesi, dentre outros), em diretoria especializada no incentivo do turismo sustentável.	Assessor (a) da Casa Civil da Presidência da república, especialista em políticas públicas de turismo e sustentabilidade.

Fonte: Elaborado pelo autor

A todos os entrevistados foi garantido o anonimato. A lista final de entrevistados e, sua codificação para a pesquisa, está apresentada no Quadro 15.

Quadro 15 – Listagem de entrevistados codificada e respectivo perfil

Códigos	Interlocutores da Pesquisa Documental
1	Diretor(a) de Secretaria Estadual de Turismo, responsável por edição de Plano de Promoção Turística.
2	Ex-Secretário(a) Nacional de Políticas Turismo do Ministério do Turismo e Ex-Diretor de Políticas Públicas de Promoção Turística na Embratur.
3	Diretor(a) de Grande organização do Sistema S brasileiro (Sebrae, Senac, Sesi, dentre outros), em diretoria especializada no incentivo do turismo sustentável.
4	Diretor(a) de empresa de Promoção Turística nacional (Embratur), responsável pela diretoria de Sustentabilidade.
5	Ex-Ministro(a) de Estado de Turismo, corresponsável pelo processo de formação do arcabouço legislativo sobre políticas públicas de turismo.
6	Ex-Secretário(a) Estadual de Turismo, responsável por edição de Plano de Promoção Turística.
7	Ex-Diretor de Políticas de Turismo da Embratur, responsável por edição de Planejamento Estratégico do DMO brasileiro.

Códigos	Interlocutores da Pesquisa Documental
8	Assessor (a) da Casa Civil da Presidência da república, especialista em políticas públicas de turismo e sustentabilidade.
9	Secretário(a) Nacional de Políticas de Turismo do Ministério do Turismo.

Tal composição diversificada garantiu uma perspectiva ampla de leitura analítica, permitindo que diferentes visões, contextos institucionais e desafios a serem enfrentados fossem captados na pesquisa.

Para as entrevistas, foi adotado um roteiro semiestruturado (Apêndice A). As entrevistas foram realizadas no período de março a dezembro de 2022, por meio de ferramenta de reunião online Zoom. Cada uma teve, em média, uma hora de duração e todas foram gravadas e transcritas, na íntegra, para identificação.

Cabe ressaltar que as entrevistas foram realizadas em português, com o intuito de identificar as nuances de políticas públicas de promoção do turismo, no caso brasileiro e sua conexão com a compreensão do tema da sustentabilidade.

1.2.4 Sistematização e análise de dados

Os documentos analisados, em âmbito global e no contexto brasileiro, foram sistematizados por meio de uma Matriz Analítica.

A matriz foi construída com base nos objetivos gerais da tese e adaptada conforme se organizava a leitura dos documentos. Por meio da Matriz Analítica, foi possível estabelecer eixos analíticos como os significados de sustentabilidade e os desafios para sua aplicação em Promoção Turística. Esse direcionamento permitiu abordar questões centrais como a expressão das narrativas de políticas públicas de Promoção Turística, tanto em âmbito global, quanto no contexto brasileiro, considerando a perspectiva de sustentabilidade.

A partir dessas diretrizes, os objetivos específicos desta tese foram delineados para orientar a análise das implicações e os caminhos para a Promoção Turística no

Brasil sob a perspectiva da sustentabilidade e propor subsídios aplicáveis ao desenvolvimento de políticas públicas para o setor.

Os quadros 16 e 17, a seguir, identificam as bases adotadas para a construção da Matriz Analítica e seu conteúdo de interpretação.

Quadro 16 – Bases para a Construção da Matriz Analítica - Geral/Institucional - Pesquisa Documental Planos de Promoção Turística

SEÇÃO 1 Geral/Institucional (A, B, C)		
Variáveis de análise		Detalhamento
Localidade (A)	Destino (A.1)	Destino que o plano se refere
	Escala do destino (A.2)	Nacional, estadual e municipal/cidade
Plano (B)	Vigência e temporalidade (B.1)	Período e anos englobados pelo plano
	DMOs (B.2)	DMO responsável
	Institucionalidade (B.3)	Público, privado ou mista
Conteúdo do plano (C)	Estrutura (C.1)	Organização do plano e seus componentes
	Foco (C.2)	Foco(s) do plano
	Idioma (C.3)	Idioma(s) que o plano está redigido

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 17 - Matriz Analítica - Planos de Promoção Turística

SEÇÃO 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)	
Variáveis de análise	Detalhamento
Narrativas de Sustentabilidade (E)	Menções ao termo sustentabilidade (E.1) Caso presente nos planos, seção em que a sustentabilidade está presente de maneira mais expressiva.
	Clareza na decodificação do termo sustentabilidade (E.2) Caso presente nos planos, apontar se o documento esclarece claramente o que compreender por 'sustentabilidade'.
	Nuances de compreensão sobre o significado de sustentabilidade (E.3) Sustentabilidade como: a. Como conjunto de critérios; b. Como visão e meta; c. Como objeto. d. Como abordagem de estudo. (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018).
	Reconhecimento das dimensões associadas a sustentabilidade (E.4) O turismo sustentável é entendido como aquele que "... leva em conta os seus impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades anfitriãs" (UNITED NATIONS, 2017, p. 15). Sustentabilidade do desenvolvimento da humanidade no planeta, no interior de uma crise de civilização de múltiplas dimensões interdependentes: ecológica, social, política, humana etc. (Morin, 2010); Ética (Irving, 2018); Crescimento econômico, à justiça e ao bem-estar social e à conservação ambiental. (Nogueira, 2019).
	Aderência das Narrativas ao Referencial Teórico Adotado (E.5) De acordo com a literatura, verifica-se certa temporalidade da utilização do conceito de sustentabilidade no turismo que, por sua vez, pode se expressar nos documentos analisados: 1. os debates sobre desenvolvimento sustentável floresceram na década de 1970, e, a partir de então, preocupações vêm sendo identificadas sobre o desenvolvimento do turismo e da qualidade da atividade turística, através da reflexão sobre a conservação dos recursos naturais, sociais e culturais. 2. A compreensão sobre sustentabilidade atrelado ao turismo passou a ser mais utilizado a partir da década de 1980, em contraposição às práticas relacionadas ao "turismo de massa". 3. Final do século XX se consolida a noção de turismo sustentável: O turismo, a partir de então, passou a incorporar a perspectiva de desenvolvimento sustentável global e se tornava essencial para um novo movimento no setor.

SEÇÃO 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Variáveis de análise		Detalhamento
Abordagem sobre Agenda 2030 (D)	Menção à Agenda 2030 ou aos ODS (D.1.1)	ODS (17): Erradicação da Pobreza, Fome Zero e Agricultura Sustentável, Saúde e Bem-Estar, Educação de Qualidade, igualdade de Gênero, Água Potável e Saneamento, Energia Acessível e Limpa, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Indústria, Inovação e Infraestrutura, Redução das Desigualdades, Cidades e Comunidades Sustentáveis, Consumo e Produção Responsáveis, Ação Contra a Mudança Global do Clima, Vida na Água, Vida Terrestre, Paz, Justiça e Instituições Eficazes e Parcerias e Meios de Implementação.
	Aderência ao Referencial Teórico Adotado (D.1.2)	A partir do referencial teórico, notou-se a centralidade dos seguintes pontos no que tange à Agenda 2030: 1. especial atenção ao compromisso da equidade e inclusão social; 2. sentido de universalidade (desafios que todos os países do mundo devem enfrentar); 3. 3 macros objetivo: erradicar a pobreza extrema, proteger o ambiente; e construir sociedades resilientes. 4. Os ODS são integrados e indivisíveis e envolvem, com igual grau de importância, as dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável.
	Menção direta a ODS específicos (D.1.3)	Em geral, notou-se a centralidade dos seguintes ODS quando discutidos com o turismo: ODS 8: que trata de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos. ODS 12: que trata de assegurar padrões sustentáveis de consumo e produção. ODS 14: que trata da conservação e uso de forma sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

A Matriz Analítica foi a base metodológica para a interpretação dos documentos selecionados. O processo de construção e codificação da Matriz Analítica encontra-se descrito no Apêndice B e, o conjunto de matrizes já preenchidas, para cada Plano de Promoção Turística analisado, no Apêndice C.

As entrevistas qualitativas foram analisadas a partir de transcrição integral das gravações. A interpretação das entrevistas foi efetivada tendo como base a Análise de Conteúdo, conforme proposto por (Bardin, 2011). Bardin (2011) identifica três grandes fases fundamentais na Análise de Conteúdo: a pré-análise, a definição de unidades de análise e o tratamento dos resultados, com base em inferência e interpretação.

A pré-análise constitui uma fase preparatória, essencial para delimitar o objeto de estudo e planejar a análise. Segundo a autora, oferece uma base sólida para a compreensão inicial do material e para a estruturação de hipóteses e objetivos.

A partir da leitura do material das entrevistas, partiu-se para a categorização de análise temática. A categorização implicou em classificar os elementos pesquisados em categorias abrangentes, permitindo um agrupamento coerente das unidades significativas do material estudado (Bardin, 2011). Assim, no caso brasileiro, o método de Análise de Conteúdo se baseou na decodificação das entrevistas em dois eixos de análise, conforme os objetivos da tese:

- a. Identificação de significados de sustentabilidade em Promoção Turística no Brasil.
- b. Identificação de desafios para a Promoção Turística no Brasil.

A etapa final de análise, segundo Bardin (2011), considera o tratamento dos resultados e as inferências, a partir deles. Para a autora, nessa fase, tende a ser crucial que o pesquisador mantenha um olhar crítico e reflexivo sobre como os dados sustentam ou refutam as hipóteses iniciais, garantindo uma análise abrangente e coerente (Bardin, 2011).

2. TURISMO COMO FENÔMENO COMPLEXO DA CONTEMPORANEIDADE

O campo de conhecimento do turismo tem sido, cada vez mais, objeto de debates acadêmicos, na última década. No entanto, para além do viés mercadológico que frequentemente predomina nessas discussões, o turismo deve ser compreendido como um fenômeno contemporâneo multifacetado (Moesch, 2004; Fragelli et al 2018), que extrapola questões econômicas e abrange princípios éticos fundamentais. Essa abordagem implica na necessidade de considerar o turismo como uma prática que democratize oportunidades e distribua benefícios de forma equitativa, alinhando-se a uma perspectiva de “sistema-mundo” que valorize tanto a justiça social quanto o desenvolvimento sustentável. Neste sentido, o turismo representa uma via de transformação da realidade que, por sua vez, envolve uma crítica direta aos modos de existência da sociedade atual (Irving; Azevedo; Lima, 2018).

De acordo com Medeiros (2013), a busca por um turismo qualificado como sustentável traduz a crescente consciência humana em relação aos impactos do processo de desenvolvimento, especialmente no contexto de uma crise civilizatória. Nesse caso, não é mais possível ignorar as consequências de práticas turísticas centradas em visões econômicas simplistas, principalmente no que diz respeito aos seus impactos locais, reconhecendo-se ainda a condição de limitação dos recursos naturais. Da mesma forma, não se pode esquecer a cultura, as tradições, a política, a geopolítica e a história para abordar esse tema, uma vez que o turismo se expressa em um contexto econômico, social, ambiental e geopolítico na contemporaneidade.

Para Irving (2018), a percepção progressiva da crise planetária e os alertas crescentes sobre os riscos de sobrevivência da humanidade também funcionam, nesse sentido, como mecanismos deflagradores para ampliação e difusão da noção de sustentabilidade. O turismo se insere diretamente nesse novo contexto, adquirindo novos contornos e se reorientando progressivamente, para o denominado desenvolvimento sustentável. Um debate acerca da vida, que se incrementa enquanto compromisso de valorização da sobrevivência no planeta, em uma perspectiva intergeracional.

Nesse sentido, propõe-se que o estudo do turismo seja desenvolvido a partir de uma abordagem multidimensional, partindo-se do princípio de que é necessário buscar a interpretação para os problemas presentes por meio de uma visão mais sistêmica, uma forma de ação na qual se permita debater combinações de pensamento e pesquisa. Do ponto de vista metodológico, a transição para modelos científicos que englobem distintas áreas de conhecimento também permite distintas formas de produção de conhecimento, o que pode dar lugar a uma via interdisciplinar de pensamento para além da ontologia materialista (Mattos, 2018).

A necessidade de se pensar o turismo sob uma ótica científica mais abrangente é ainda mais justificada quando associada a campos de conhecimento que também são oriundos de integração de saberes, como é o caso do tema da sustentabilidade, em sua articulação com políticas públicas. Urry (2002) destaca, nesse sentido, a natureza fluida e volátil do turismo, que se configura como também reflexo de mudanças sociais e culturais globais. Por exemplo, o turismo não só responde às propostas de transformação de políticas públicas, mas também as influencia, criando circuitos que geram novas dinâmicas e desafios. Isso demanda uma compreensão que transcende uma leitura sobre o tema, incorporando noções de rede e complexidade que permitem uma análise crítica sobre os impactos e as potencialidades do turismo, no mundo globalizado.

Essa perspectiva também propõe um entendimento integrado do significado de sustentabilidade no turismo. Como afirma Beni (2003), o turismo sustentável requer uma leitura que supere a visão sobre práticas ambientais isoladas, incorporando dimensões sociais, culturais e econômicas, em suas estratégias. A consideração dessas múltiplas dimensões tende a ser crucial para que se possa desenvolver políticas públicas que promovam o desenvolvimento, em novas bases.

A proposta de se fazer ciência no campo do turismo e seus rebatimentos em políticas públicas sob lentes variadas está em sintonia com a possibilidade de se pensar o mundo integrando variados de seus componentes, na construção de novos saberes. Um modelo complexo de se fazer ciência, que engloba o reconhecimento das desordens e acasos, negando a fixidez da ordem natural, a geometrização do conhecimento, o isolamento do objeto em relação ao seu ambiente e a redução da verdade científica à verdade matemática. Busca-se, portanto, não isolar campos do saber uns dos outros e dentro deles (Morin, 2007).

Sob essa ótica, o pensamento científico tem evoluído, significativamente, nos últimos anos, passando por transformações paradigmáticas que traduzem uma compreensão mais holística e complexa dos fenômenos. No contexto específico do turismo, essa evolução traduz a necessidade crescente de transcender abordagens tradicionais, predominantemente cartesianas, que fragmentam o objeto de estudo em partes isoladas, em favor de uma análise que considere o objeto de estudo como um sistema integrado e dinâmico.

O paradigma cartesiano enfatiza a divisão dos problemas em partes menores para análise e tentativas de soluções possíveis. Embora essa abordagem tenha contribuído para a estruturação da ciência moderna, ela tem suas limitações quando aplicada a sistemas complexos como o turismo, que envolve uma confluência de fatores interdependentes. Morin (1990) argumenta que a ciência contemporânea exige uma abordagem complexa. Nesse sentido, que reconhece a interconexão e a interdependência entre as diferentes partes de um mesmo sistema.

A transição do paradigma cartesiano para um modelo interdisciplinar centrado no Paradigma da Complexidade compõe, por exemplo, um processo histórico na evolução da ciência, e tem profundas implicações na própria abordagem sobre o turismo. Essa evolução científica sinaliza uma mudança de foco, de modelos analíticos e reducionistas para abordagens que valorizam a interconexão e a emergência de propriedades sistêmicas, uma base mais sólida para a compreensão dos fenômenos turísticos.

2.1 DA CIÊNCIA CARTESIANA AO PENSAMENTO INTERDISCIPLINAR COMO CAMINHO PARA INTERPRETAR O TURISMO

A evolução da ciência desde o modelo cartesiano até uma abordagem mais complexa e interdisciplinar reflete profundas transformações no entendimento e na investigação dos fenômenos complexos, como o turismo. A ciência cartesiana, com sua abordagem analítica e reducionista, estruturou-se na decomposição dos fenômenos em partes menores para sua compreensão, fundamentando-se na ideia de que o conhecimento poderia ser obtido de forma objetiva e segura através da razão e da lógica (Descartes, 1999). No entanto, esta visão mostrou-se limitada ao lidar com

sistemas intrinsecamente complexos, como o turismo, que envolve interações dinâmicas entre componentes sociais, culturais, econômicos e ambientais.

No processo histórico de formação da ciência contemporânea, o paradigma cartesiano foi posteriormente desafiado por pensadores como Karl Popper e Thomas Kuhn, cujas contribuições ajudaram a redefinir a prática científica. Popper (2002) introduziu a noção de falseabilidade, argumentando que as teorias científicas devem ser testáveis e sujeitas à refutação para que possam avançar. Isso implica em um processo contínuo de conjecturas e refutações, promovendo uma visão menos dogmática da ciência, altamente relevante para o estudo do turismo. Esta perspectiva crítica permite que modelos tradicionais de turismo sejam constantemente avaliados e revisados, integrando novas informações e teorias emergentes que melhor explicam a complexidade do fenômeno turístico.

Por outro lado, Kuhn (2000) destacou o papel das revoluções científicas, nas quais mudanças de paradigma ocorrem quando o modelo existente não consegue mais explicar novos fatos ou resolver anomalias. No contexto do turismo, essa ideia sugere que os paradigmas tradicionais, que frequentemente isolam variáveis e fragmentam a realidade, devem ser superados por abordagens que considerem o turismo um sistema complexo e interconectado. Logo, a interdisciplinaridade emerge como uma resposta necessária às limitações dos paradigmas segmentados, permitindo uma visão holística que incorpora perspectivas de diversas disciplinas, como Geografia, Sociologia, Economia e Ecologia, como tende a ser necessário para a própria decodificação do turismo.

O Paradigma da Complexidade nos estudos de turismo, como proposto por Morin (1990), implica no reconhecimento da interdependência e da interação dinâmica entre as partes que compõem o sistema. A incorporação de uma abordagem mais ampla e interdisciplinar é indispensável no caso do turismo, que é influenciado e influencia contextos locais e globais, que precisam ser compreendidos em sua totalidade e não de forma fragmentada. Segundo Urry (2002), este entendimento é crucial para a formulação de políticas públicas e práticas mais sustentáveis e inclusivas, que respeitem tanto as expectativas dos turistas quanto as necessidades das comunidades locais e os limites ambientais.

Sob a ótica científica, é fato que, por sua vez, a objetividade é necessária para a produção de conhecimento, e que resulta em uma permanente (re)construção e conquista de teorias. A regra fundamental da ciência objetiva, nesse caso, consiste em fazer do erro uma condição essencial para a obtenção da verdade (Okumus et al., 2018). Mas há outras formas de se fazer ciência que também validam os resultados de uma pesquisa. O caminho inter e transdisciplinar – por consequência – pode representar, nesse contexto, uma resposta aos modelos cartesianos tradicionais de produção de conhecimento, sendo construído a partir do reconhecimento da limitação dos processos baseados exclusivamente na realidade empírica-lógica para explicar as mudanças do mundo contemporâneo.

Importante enfatizar que, no curso da história científica, o empirismo representou um caminho muito atraente de se fazer ciência que, de alguma forma, influenciou todo o conhecimento produzido no início do século XX. Mas a velocidade das mudanças sociais e os avanços científicos e tecnológicos do mundo contemporâneo provocaram a necessidade de revisão sistemática dos métodos de pesquisa científica.

Ao analisar o tema sob uma perspectiva histórica, do caminho cartesiano ao modelo inter/transdisciplinar, outros autores do século XX passaram a buscar novas maneiras de produzir conhecimento científico, a partir de indução e premissas ou de métodos que buscam a falseabilidade de uma teoria.

Para Khun (2000) a ciência não progrediu linearmente, mas em revoluções científicas que transformaram fundamentalmente a compreensão de campos de conhecimento. Essas revoluções foram impulsionadas por mudanças de paradigma, nas quais as estruturas conceituais e teóricas predominantes são substituídas por novas. Essa visão desafiou a visão tradicional da ciência como um empreendimento puramente objetivo e cumulativo, enfatizando a importância das estruturas conceituais e dos paradigmas na construção do conhecimento científico.

Além disso, Kuhn destacou que a ciência não representa um empreendimento puramente racional e desapaixonado, mas uma atividade realizada por comunidades de cientistas que compartilham crenças, valores e práticas diversas e que “dialogam” entre si. Isso implica que a mudança de paradigmas não ocorre facilmente, pois envolve o desafio de enfrentamento das normas e a ortodoxia estabelecidas pela

comunidade científica. Esse argumento reforça a importância das dimensões sociais e históricas na produção de conhecimento científico, e permite levantar questões significativas sobre a objetividade e a evolução da ciência.

Nessa linha, segundo Davies (2015), teorias falseadas não devem ser rotuladas como inadequadas ou falhas. Elas podem ser consideradas como caminhos possíveis para a produção de novas teorias. Isso não significa que elas estão evoluindo para um conceito de método contemporâneo, mas que podem ser divididas, reescritas ou desmontadas para se tornarem novas formulações.

Logo, a linha evolutiva histórica que conduz à forma de fazer ciência de um modelo empírico linear para a inter/transdisciplinaridade está ancorada no fato de que a ciência não é um *continuum* e diferentes fases do processo de construção de argumentos científicos devem ser consideradas. As soluções científicas devem ser alcançadas por meio de paradigmas, que são suposições baseadas em leis, teorias, explicações e todos os tipos de métodos combinados para descrever um determinado tópico. São construídos e aceitos por diversos grupos de cientistas que fornecem problemas e soluções para a comunidade acadêmica. Os paradigmas são as bases para a ciência, ou seja, a disputa entre modelos, teorias e concepções do mundo (Klein, 2010).

Assim, o conhecimento não se desenvolve apenas pelo acúmulo de descobertas ou por invenções individuais, mas através de uma revolução de paradigmas. A sucessiva transição entre um paradigma e outro, através de uma revolução, é o que fomenta o descobrimento científico. O paradigma é o que mantém um grupo de cientistas em várias teorias e modelos que são representações do mundo em que eles acreditam (Kuhn, 2000).

A abordagem de Kuhn, em resposta ao reconhecimento de inexistência de um conjunto universal de regras para produzir conhecimento científico, baseia-se na ideia de incomensurabilidade da Filosofia da Ciência. Nesta extensão, o conhecimento emerge das revoluções científicas, que provocam uma permanente substituição de paradigmas. O paradigma dominante encontra anomalias, que não podem ser ignoradas e postas de lado, e como mais e mais cientistas começam a entender, a solução das anomalias é crucial para o futuro da pesquisa de campo e, por isso, devem ser sempre questionadas (Demir, 2008).

Ferreira (2022), considera que o pluralismo (multidisciplinaridade e interdisciplinaridade) gera benefícios para a produção científica, isso porque na interação plural, emerge a possibilidade de se ter algum nível de comparabilidade entre teorias. A interdisciplinaridade, por exemplo, tende a ser essencial para compreender fenômenos complexos, pois eles frequentemente envolvem múltiplas dimensões, como social, econômica, ambiental e cultural. A autora argumenta, ainda, que romper com as barreiras disciplinares, o que permite uma troca mais rica de conhecimentos, crucial para inovar e desenvolver soluções sustentáveis para desafios modernos. Complementarmente, Irving (2011) defende que a colaboração entre disciplinas não só enriquece a análise e a compreensão dos problemas ambientais, mas também é vital para a implementação de políticas públicas que atendam a essas complexidades de maneira abrangente e integrada.

Nessa linha de pensamento, na transposição deste debate para o campo do turismo, Beni (2003) destaca que a produção científica em turismo, convencionalmente, iniciou-se também na experiência cartesiana. No entanto, o avanço do pensamento científico no campo do turismo também tem evoluído para incluir abordagens mais holísticas e qualitativas, reconhecendo a limitação da abordagem apenas quantitativa das métricas. A compreensão das subjetividades envolvidas no processo, das narrativas pessoais e das dimensões socioculturais das experiências têm se tornado cada vez mais relevantes. Como tema de reflexão e debate, os estudos em turismo também vêm direcionando seu foco para uma análise mais aprofundada sobre o papel dos atores locais, buscando entender suas perspectivas e como eles interagem e são impactados pelas dinâmicas turísticas. Portanto, enquanto a base cartesiana é valiosa para decodificar processos, a incorporação de perspectivas mais abertas e interpretativas na pesquisa em turismo tende a enriquecer a compreensão do fenômeno turístico em toda a sua complexidade.

Assim, o reconhecimento do turismo como campo de conhecimento complexo e interdisciplinar se afirma por meio da integração de diferentes conceitos e métodos, o que, por sua vez, tende a gerar novos conceitos e conhecimentos (Darbellay; Stock, 2012).

Darbellay e Stock (2012) identificaram, especificamente, três características importantes referentes à pesquisa interdisciplinar no campo do turismo:

(1) O “espaço de mediação”, que representa um novo espaço que é criado pela interação entre os diferentes domínios do conhecimento. Novas noções e construtos emergem, assim, dos problemas de pesquisa, porque requerem mais do que apenas uma visão disciplinar.

(2) Diferentes origens epistemológicas entre os pesquisadores que resultam em maneiras diferentes de abordar o objeto de pesquisa. A compreensão dessas diferenças enriquece as habilidades dos pesquisadores na abordagem do objeto de pesquisa.

(3) A circulação de conceitos e práticas entre disciplinas, que tende a ajudar a esclarecer um conjunto de termos comuns retirados de várias disciplinas dentro do campo do turismo.

O turismo representa, assim, um campo de conhecimento interdisciplinar que permite a leitura das sociedades humanas sob variados pontos de vista. A abordagem interdisciplinar se conecta ao projeto cognitivo deste campo e de suas vertentes de análise, como a relação ecossistêmica (sujeito + objeto + turismo + ambiente). Portanto, novas perspectivas de análise são necessárias para decodificar o turismo, um campo ainda a ser desenvolvido sob o olhar e a abordagem interdisciplinares (Okumus et al., 2018).

A pesquisa interdisciplinar emerge, portanto, como uma resposta necessária à demanda por uma abordagem mais abrangente e contextual no estudo do turismo. Tal perspectiva reconhece a experiência turística como um fenômeno multifacetado e intrinsecamente complexo, que transcende a interpretação linear proporcionada pelas estatísticas convencionais. Segundo Jafari (2005), essa abordagem permite uma compreensão mais profunda da subjetividade nas experiências turísticas, incorporando métodos qualitativos que exploram narrativas pessoais, sentimentos e percepções dos turistas. Isso oferece uma visão mais enriquecida das motivações, satisfações e significados associados às viagens.

Além disso, a interdisciplinaridade habilita os pesquisadores a considerarem o contexto cultural das experiências turísticas. Conforme Urry (2002), elementos como tradições locais, valores culturais e identidades desempenham papéis cruciais na experiência turística. Esses elementos são mais bem compreendidos através de uma lente que integra conhecimentos da antropologia, sociologia e estudos culturais, proporcionando uma interpretação mais robusta e nuançada das dinâmicas turísticas.

A proposta interdisciplinar contribui, portanto, para apoiar a abordagem do turismo como um fenômeno multidimensional e escalar, contemporâneo, que envolve não apenas os agentes, turistas, mas também as comunidades receptoras, o ambiente e as dimensões socioculturais envolvidas. Segundo Franklin e Crang (2001), essa abordagem reafirma a interconexão entre os múltiplos elementos que impactam e são impactados pelo turismo, permitindo uma concepção mais holística e integrada do fenômeno. Ao reconhecer essas interdependências, a pesquisa se alinha com os desafios contemporâneos do turismo, promovendo uma reflexão que é simultaneamente crítica e inovadora.

Pondera-se, assim, sobre a possibilidade de uma nova via de análise para o turismo, entendido como transformador do mundo, gerador de impacto ambiental e produtor de novos arranjos culturais, tema central em políticas públicas globais (Medeiros, 2013). Neste caso, os compromissos de sustentabilidade em planejamento turístico estariam condicionados a uma lógica de políticas públicas conectadas com os interesses dos diversos atores e segmentos sociais envolvidos, a partir da percepção de repartição de benefícios, equidade social e qualidade ambiental. Portanto, a perspectiva de sustentabilidade funcionaria, em tese, como um viés privilegiado para se estudar o turismo enquanto fenômeno contemporâneo complexo, valorizando o conhecimento produzido pelos estudos de Ciências Humanas e Sociais, além de sua tradicional perspectiva econômica (Darbellay; Stock, 2012).

Mas a literatura atual sobre planejamento turístico tende a se basear em uma leitura simplista do desenvolvimento, a partir de informações quantitativas econômicas, sem considerar os limites planetários. Assim, interpretar o turismo enquanto fenômeno complexo da contemporaneidade, tende a inspirar uma nova lente para que se possa decodificá-lo, a partir da constatação da insustentabilidade dos modos de produção das sociedades capitalistas pós-revolução industrial. A noção de sustentabilidade deriva justamente do reconhecimento da crise civilizatória global, na qual se busca crescer, desenvolver e consumir, sem que se disponha de uma base de recursos naturais, sociais e culturais suficientes para suportar este movimento (Irving; Azevedo; Lima, 2018).

Os estudos sobre o turismo podem incidir, ainda, sobre grupos variados, redes, atores e territórios em uma organização não paradigmática com diferentes estilos epistemológicos (Tribe; Liburd, 2016).

Assim, o modelo de produção de conhecimento em turismo vem sendo repensado por diversos autores e importantes abordagens epistemológicas vêm sendo construídas sobre o tema, a partir de um enfoque interdisciplinar, valorizando a construção do conhecimento com diferentes visões e, por extensão, propondo formas alternativas de produção científica. Neste sentido, especialistas em turismo destacam que não há um consenso sobre o que constitui uma base teórica válida para se definir, formalmente, o que é conhecimento científico na pesquisa em turismo. Isso ocorre, principalmente, devido às distintas perspectivas filosóficas sobre o tema em foco (Liburd, 2012; Oviedo-García, 2016; Tribe, 2018; Tribe; Liburd, 2016; Xin; Tribe; Chambers, 2013).

A afirmação de que não há um consenso sobre a definição de uma base referencial consensual para o conhecimento científico na pesquisa em turismo reafirma um desafio fundamental enfrentado nesse campo, em sentido mais amplo. Isso porque o turismo, como um fenômeno multifacetado e interdisciplinar, abrange uma ampla gama de tópicos e abordagens, tornando a construção de uma base teórica única e universalmente aceitável uma tarefa complexa. Porém, isso levanta a questão de como articular essas múltiplas perspectivas em um arcabouço teórico que considere simultaneamente o turismo como fenômeno e, como campo de estudo (Moesch, 2004), buscando capturar sua essência interdisciplinar sem comprometer sua especificidade.

Esse debate implica na necessidade de conexão entre a teoria e o saber turístico. Nessa perspectiva, há um diálogo crítico sobre a definição de uma "ciência do turismo" ou dos "estudos de turismo", enfatizando sua pluralidade e complexidade. Conforme Moesch (2004), a epistemologia desempenha um papel essencial ao fornecer pressupostos gerais que orientam a construção de uma teoria específica para o turismo. O objetivo nesse caso é garantir que essa teoria seja consistente com os fundamentos epistemológicos que sustentam o seu desenvolvimento, promovendo um entendimento mais sólido e estruturado do campo.

O campo exige contribuições de inúmeras disciplinas como Geografia, Economia, Sociologia, Psicologia, Antropologia e História, entre outras, e cada uma delas tem suas próprias tradições teóricas e metodológicas. No entanto, essa diversidade de abordagens e lentes analíticas também desafia os próprios pesquisadores a encontrarem um terreno comum para definir o que constitui o

conhecimento científico no contexto do turismo. Neste caso, o desafio reside em construir uma base epistemológica que respeite a pluralidade inerente ao campo, mas que também forneça diretrizes claras para a sistematização e integração do conhecimento.

Segundo o Paradigma da Complexidade (Morin, 2015), o desafio a ser enfrentado com esse direcionamento tende a ser a capacidade de se interligar as diferentes dimensões de um problema real, perante a emergência de acontecimentos ou de objetos multidimensionais.

Segundo Morin (2015), no Paradigma da Complexidade se compreendem incertezas, indeterminações e fenômenos aleatórios que transcendem os limites do entendimento do observador científico. Para o autor, esta via de compreensão se contrapõe à verdade científica, na tentativa constante de eliminação das imprecisões, ambiguidades e contradições.

Essa forma de pensar considera ser necessário “aceitar certa imprecisão e uma imprecisão certa, não apenas nos fenômenos, mas também nos conceitos”, assim como acontece na matemática, por meio dos conceitos *fuzzi* (conjuntos imprecisos)⁶ (Morin, 2015, p. 35). A aplicação de conceitos *fuzzi* na compreensão de fenômenos complexos reflete o reconhecimento de que a realidade muitas vezes não se encaixa perfeitamente em categorias precisas, mas é permeada por nuances e ambiguidades. Essa abordagem reconhece a necessidade de lidar com a incerteza, especialmente em campos como o turismo, que envolvem interações humanas multifacetadas, culturas variadas e contextos em constante mudança.

A aceitação da imprecisão e a aplicação de conceitos *fuzzi* têm implicações significativas para a pesquisa em turismo. Ao invés de buscar respostas definitivas e rígidas aos problemas formulados, os pesquisadores poderiam adotar uma abordagem mais flexível e adaptável que leve em consideração a complexidade inerente ao turismo. Isso envolve a consideração de múltiplas perspectivas analíticas, a inclusão de variáveis nem sempre previsíveis e a apreciação das ambiguidades que podem surgir nas experiências turísticas. Além disso, essa abordagem abre espaço para uma compreensão mais holística sobre o turismo, que leva em conta não apenas os dados e as estatísticas, mas também a riqueza das experiências subjetivas e a

⁶ Definição de "conceitos fuzzi" ou conjuntos imprecisos: frequentemente usados na matemática para representar a incerteza e a imprecisão em sistemas complexos. Definição própria.

diversidade cultural. Portanto, a aceitação da imprecisão, sob a perspectiva de Edgar Morin, tende a enriquecer a pesquisa em turismo, permitindo uma compreensão mais profunda e flexível de um campo caracterizado por sua complexidade intrínseca.

Uma vez que se amplia o espectro de pensamento, amplia-se também o objeto do estudo, ou seja, as fronteiras de um mapa não se restringem mais a um território, pois tudo é o território. Se conceitos de física são pensados segundo a análise complexa, tudo é física, e o ambiente natural é mais amplo do que o que se pode observar, pois o conceito de biologia se amplia para as diversas relações possíveis com o meio ambiente (Morin, 2015).

Na Epistemologia da Complexidade, o grande paradoxo do pensamento científico se expressaria pela impossibilidade de dissociação do sujeito e do objeto de pesquisa. Contrariamente aos modelos clássicos de pensamento, a objetividade científica no pensamento complexo está no pensamento humano e na interpretação de sua relação ao ambiente (objeto de estudo).

Para Morin (2015), para se pensar o processo sistêmico de relação do ser humano com o meio seria preciso considerar dois condicionamentos ecossistêmicos: (1) o ponto de vista que situa o pesquisador no ecossistema natural, com seus caracteres biológicos de conhecimento e (2) o ponto de vista que situa o pesquisador no ecossistema social, com seus condicionamentos ideológicos. Para o autor, segundo a análise do pensamento científico, deve existir uma relação aberta entre o sujeito e o objeto, contrária à racionalidade o objeto de estudo isolado, fotográfico e hipoteticamente estruturado.

Segundo Morin (2015), o Paradigma da Complexidade é constituído a partir de uma relação lógica que define limites ao conhecimento (ordem no universo). Na mesma linha de raciocínio, autores como Fragelli *et.al* (2018) e Darbelay e Stock (2012), ao se utilizarem do Paradigma da Complexidade para os estudos turísticos, entendem que o conceito de paradigma estaria mais relacionado à disciplinaridade e à padronização do conhecimento do que à proposta de novas formas de pensar.

No campo do turismo, a própria compreensão de que o ato de deslocamento entre dois pontos já representa por si só uma relação de causa e efeito implica não ser possível a separação da consciência humana do objeto de estudo. O turismo não acontece sem interferência do contexto econômico, territorial, social, cultural ou

ambiental e político-geográfico. Assim, a relação sujeito-objeto no turismo se amplia, portanto, no conceito de ecossistema, ou seja, na relação do ser humano com seu meio (Gillen; Mostafanezhad, 2019).

Para os estudos de turismo que abordam especificamente a relação sociedade-natureza, o pensamento complexo guarda relação direta com a busca de afirmações científicas de paradigmatização e proposição de novas matrizes de análise científica. Logo, os estudos do setor de viagens tendem a ser resultantes de um conjunto de conhecimentos; um arranjo coerente e interdisciplinar (Tribe; Liburd, 2016). Nesse sentido, a produção de conhecimento em relação ao turismo estaria muito mais ligada a um campo epistemológico, voltado para a formação e transformação do conhecimento (Darbellay; Stock, 2012).

Para Darbellay e Stock (2012), a leitura de complexidade no turismo se justificaria segundo seis eixos analíticos:

(1) Heterogeneidade dos atores: considerando que o turismo não é exclusivamente uma atividade econômica, os atores envolvidos poderão estar ou não na cadeia produtiva. Essa heterogeneidade de atores expressa a complexidade no turismo, no qual os interesses e as competências dos distintos atores não são necessariamente conduzidos por um setor único no turismo, mas pelos aspectos distintos de acomodação, restaurante, transporte, imagem de destino etc.

(2) Redes de relacionamento: Turistas se deslocam de um ponto a outro e estabelecem novas relações no ponto de destino. Esse deslocamento provoca sempre algum tipo de alteração no ponto de visitação. Mesmo sendo apenas observacional, na visão antropológica, a presença de um ente estranho em determinado local   fator suficiente para que sejam alterados padrões de comportamentos locais. A intera o pessoal ou territorial   um fator intrínseco   atividade de visita o, que pode ser mitigada, mas nunca excluída.

(3) Globaliza o: o turismo tem um caráter multifuncional.  , ao mesmo tempo, gerador de receitas fiscais e provedor de impactos ambientais e culturais em um mesmo ponto de visita o. Porém, essa dinâmica ocorre fora do âmbito de residência do visitante e gera efeitos locais que podem ser estudados em uma esfera mais ampla de análise. A turistifica o⁷ de lugares faz com que o turismo se torne um

⁷ Mudanças e adapta es que ocorrem em uma localidade como resultado da influência significativa do turismo, muitas vezes com efeitos profundos e multifacetados, tanto positivos quanto negativos.

produtor de globalização. Por outro lado, a globalização fomenta o turismo e transforma-o em um objeto globalizador e globalizado.

(4) Largo espectro de práticas: há um grande espectro de práticas realizadas pelos turistas, múltiplos lugares são visitados, múltiplas intenções ocorrem e múltiplas práticas acontecem. As possibilidades que o setor oferece geram uma variedade de conhecimentos que, por sua vez, se expressam em sua própria definição.

(5) Ampliação do conceito de lazer: o turismo não representa apenas mais uma atividade fora do cotidiano. É modificador das relações sociais locais, é uma atividade comum ao ambiente de visitação (Gillen; Mostafanezhad, 2019). Assim, turistificação tornou-se um processo difundido, o que implica em uma necessidade de abordagem interpretativa diferenciada do fenômeno (Darbellay; Stock, 2012).

(6) Civilização: no turismo, todo indivíduo modifica e é modificado em uma rede de relacionamento (Fonfara; Ratajczak-Mrozek; Leszczyński, 2018; Jordan; Spencer; Prayag, 2019). Esse processo é impulsionado não apenas pelo reconhecimento da alteridade e pela dificuldade de lidar com a alteridade, mas também por vários processos de identificação de turistas com o mundo.

Assim, justifica-se a busca de métodos mais abrangentes de investigação que não negligenciem questões econômicas, éticas, naturais e culturais em relação ao progresso científico, revoluções tecnológicas, impactos econômicos e novos comportamentos de consumo do mundo. Não se defende aqui que o viés econômico seja excluído dos estudos de turismo. Ao contrário, na proposta dessa tese parte-se da perspectiva complexa e interdisciplinar de análise do turismo, na qual a dimensão econômica é apenas uma leitura possível entre tantas outras. Isso porque o turismo precisa ser decodificado como via para o desenvolvimento, considerando de maneira mais enfática o compromisso com a noção de sustentabilidade Irving (2018),

A conexão entre o paradigma de Kuhn e o Paradigma da Complexidade de Morin oferece, portanto, uma base sólida para justificar o estudo da Promoção Turística pela perspectiva de sustentabilidade, foco dessa tese. Essa abordagem não só permite analisar a Promoção Turística de maneira mais profunda e abrangente, mas também reconhece a interdependência entre os diversos elementos que compõem o turismo como um sistema complexo. O Paradigma de Kuhn contribui, significativamente para este debate, ao destacar as rupturas e transformações nos

modelos teóricos que moldam o campo, enquanto o Paradigma da Complexidade de Morin amplia essa visão, ao enfatizar as conexões, as incertezas e a multidimensionalidade inerentes ao processo.

2.2 SIGNIFICADOS DO TURISMO PELA PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA: UM DEBATE EM CONSTRUÇÃO

Este subcapítulo tem como propósito apresentar uma análise do turismo, explorando seus conceitos fundamentais, implicações e dinâmicas contemporâneas. Ele está estruturado em seções que se complementam e dialogam entre si para proporcionar uma compreensão mais profunda sobre o fenômeno turístico. A primeira seção aborda as origens e definições do turismo, investigando como esse fenômeno vem se estruturando ao longo da história. Ao explorar os conceitos-chave e as múltiplas perspectivas sobre o tema, esta seção estabelece a base teórica necessária para compreender o turismo como uma prática econômica, social e cultural. Em seguida, a análise se aprofunda nos aspectos sociais, ambientais, econômicos e culturais que moldam o turismo contemporâneo. Na sequência, problematiza-se como o turismo é influenciado por diferentes fatores da dinâmica territorial e, ao mesmo tempo, transforma os territórios e comunidades envolvidas. A terceira parte apresenta um panorama sobre o turismo em âmbito global e nacional, com dados estatísticos e análises sobre fluxos turísticos, receitas e tendências. O objetivo, aqui, é conectar a discussão teórica aos exemplos práticos e à realidade do processo, evidenciando, pragmaticamente, as complexidades envolvidas e os desafios para o do setor, nos próximos anos.

2.2.1 Base conceitual para interpretar o turismo na contemporaneidade

Deslocamentos geográficos sempre fizeram parte da história. A necessidade de se deslocar entre diferentes regiões e de explorá-las era impulsionada por razões distintas, indo da busca por locais que oferecessem melhores condições de sobrevivência a motivações econômicas (Nakashima; Calvente, 2016). Entretanto, as

motivações e a forma como estes deslocamentos ocorriam se modificaram ao longo do tempo, se adequando às diferentes condições e necessidades apresentadas em cada período.

Por volta de 2700 a.C, indivíduos se deslocavam, motivadas por questões religiosas ou curiosidade para verem as pirâmides do Antigo Egito (Amaral, 2008). Por sua vez, os jogos olímpicos na Grécia Antiga atraíam um alto número de pessoas que se deslocavam para assisti-los e participarem dos eventos (Nakashima; Calvente, 2016). Já as primeiras viagens por prazer são remetidas aos romanos, que viajavam para regiões litorâneas e para centros de rejuvenescimento e tratamentos para o corpo (Fratucci, 2008).

No entanto, essas práticas serviram principalmente como inspiração para o que hoje se reconhece como turismo, sem ainda traduzirem a perspectiva atual. O turismo, como se conhece, na atualidade, envolvendo viagens recreativas e organizadas, começou a tomar forma apenas entre os séculos XIX e XX, impulsionado pelas mudanças trazidas pela Revolução Industrial (Cacho; Azevedo, 2010). A popularização das viagens culturais no século XIX, por parte da elite, demonstrava o início de uma organização mais sistemática, que viria a definir o turismo moderno (Cooper *et al.*, 2001).

Dessa forma, embora esses deslocamentos mais antigos tenham sido fundamentais para a evolução das viagens, foi a partir das transformações sociais e tecnológicas da era industrial que o turismo, tal como se conhece nos tempos atuais, começou a se estruturar e se expandir.

E, ainda que haja opções como a realidade virtual no atual espectro de possibilidades de lazer, sem que haja a necessidade efetiva de deslocamento até o local turístico, esta possibilidade é ainda recente e não abrange a totalidade de experiências possíveis na dinâmica das viagens. (Medeiros; Sousa; Mendes, 2021).

Algumas das importantes mudanças econômicas e sociais que se refletiram no turismo, ao longo dos anos, tem sido as melhorias na distribuição de renda e, com isso, maior nível da renda familiar e, a implantação de férias remuneradas, as quais passaram a contemplar parte da população europeia no pós-industrial (Cooper *et al.*, 2001). Tais mudanças permitiram que classes sociais menos favorecidas economicamente pudessem ter maior disponibilidade de tempo livre e de recursos

financeiros, o que tornou viagens de férias e de lazer, antes reservadas somente a uma pequena parcela da sociedade mais abastada financeiramente, acessível também a essas parcelas da população (Urry, 2002).

Assim, mudanças nos modos de vida e de trabalho, na distribuição de renda, na popularização dos cinemas, além da evolução e acessibilidade dos meios de transporte, vem contribuindo, cada vez mais, para que viagens de férias e de lazer se popularizem, se tornem mais acessíveis, fazendo com que o turismo ocupe um lugar de destaque na economia de muitos países, incluindo entre esses, o Brasil.

Mas a complexidade do turismo contemporâneo se traduz nas múltiplas abordagens desse debate (Panosso Netto, 2007), que buscam decodificar o fenômeno a partir de diferentes perspectivas (Lima, 2019). Essas abordagens consideram não apenas o turismo como uma atividade econômica, mas também como uma prática social, cultural e ambientalmente impactante. Assim, ao longo dos últimos anos, a academia tem interpretado o turismo em sua multidimensionalidade, analisando suas interações com o espaço, o tempo e o comportamento humano, bem como seus efeitos nas comunidades locais e nas estruturas sociais.

A definição mais aceita e amplamente utilizada para o turismo é aquela proposta pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que o descreve como o conjunto de "(...) atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras" (OMT, 2001, p. 38).

Essa definição destaca o caráter abrangente do turismo, ao incluir, em sua concepção, tanto viagens de lazer quanto de negócios e, ao estabelecer um período máximo de estadia, fora do local de origem, para que o deslocamento seja entendido como turismo.

Além de sua abrangência, essa definição da OMT permite que o turismo seja caracterizado e estudado, de forma padronizada em diferentes países, facilitando a obtenção de dados e, a comparabilidade entre diversas regiões e períodos. A delimitação do período de estadia fora do local de origem inferior a um ano é especialmente relevante nesse debate, pois diferencia o turismo de outras formas de

mobilidade, como a migração ou a residência temporária, e permite que as dinâmicas econômicas, sociais e culturais envolvidas sejam avaliadas com maior precisão⁸.

No entanto, essa definição técnica, focada em uma visão estatística e operacional sobre o tema também tem limitações quando se considera o turismo em seu sentido sociocultural mais amplo. Isso porque o turismo transcende o simples deslocamento físico, englobando transformações subjetivas e experiências culturais únicas que o distinguem de outras atividades e fenômenos humanos. Sob essa ótica, o turismo não se resume a uma transação econômica, mas se configura como um fenômeno social e cultural que conecta pessoas e lugares, gerando intercâmbios e afetando a identidade tanto do turista quanto das comunidades visitadas⁹.

Mas enquanto a abordagem da OMT se concentra em uma visão prática para análises estatísticas, definições alternativas vem se construindo ao longo do tempo para decodificar o turismo segundo prismas sociais e culturais, enriquecendo, assim, a leitura sobre esse fenômeno contemporâneo.

Embora a quantificação seja relevante para a compreensão do alcance do turismo, ela não pode ocorrer dissociada de uma reflexão crítica, segundo as bases filosóficas que sustentam a construção de conhecimento sobre o tema (Panosso Netto, 2007). Assim, o turismo pode ser interpretado como uma complexa combinação de serviços e práticas sociais fundamentada em dimensões econômicas, mas, também, culturais, históricas e ambientais. Como aponta Moesch (2002), essa dinâmica envolve uma vasta rede de inter-relações, que integra elementos de hospitalidade, trocas interculturais e um ambiente diversificado, criando um fenômeno simultaneamente objetivo e subjetivo. Assim, o denominado "produto turístico" emerge como uma síntese dessas interações, representando, na lógica do mercado, o foco de "consumo" de milhões de pessoas em busca de novas experiências.

Essa compreensão multidimensional que o turismo não seja reduzido a apenas um setor da economia, mas como fenômeno sociocultural complexo que, por sua vez,

8 No Brasil, a Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008) estabelece uma definição semelhante, considerando como turismo as atividades realizadas por pessoas fora de seu "entorno habitual", por um período inferior a um ano e com finalidades diversas.

9 O conceito de "entorno habitual" é entendido como fluido, abrangendo locais de rotina como moradia, trabalho e lazer. Moradores podem vivenciar sua própria cidade como turistas em situações extraordinárias, rompendo com a rotina cotidiana e desafiando distinções entre lazer e turismo. O turismo, mesmo dentro da própria cidade, é caracterizado por experiências que oferecem uma ruptura da rotina e uma vivência extraordinária, transformando a percepção sobre o espaço habitual (Allis, 2020). Esse entendimento amplia a perspectiva do turismo, permitindo que experiências próximas, mas culturalmente enriquecedoras e incomuns, sejam consideradas turísticas.

impulsiona economias locais e globais, ao mesmo tempo em que promove trocas culturais e, em tese, pode contribuir para a proteção do patrimônio histórico-cultural e natural.

Não se pode ignorar que o turismo resulta de um intercâmbio colaborativo entre pessoas e grupos sociais nos territórios envolvidos, que criam e moldam as experiências oferecidas. Cada ator social, dos prestadores de serviços aos residentes, desempenha um papel vital na construção do denominado “produto turístico”. A interação entre esses atores sociais determina a qualidade e a autenticidade da experiência turística. Nesse sentido, Lima (2019) problematiza os turismos, no plural.

Mas cada abordagem para o tema oferece um enquadramento conceitual próprio, destacando os diferentes aspectos associados ao tema (Lima, 2019). Nesse sentido, Panosso Netto e Castillo Nechar (2016) destacam a importância de que a produção teórica sobre o turismo leve em consideração o contexto histórico e social no qual se configura o fenômeno.

Por todas essas razões, a concepção sobre o turismo pode resultar de perspectivas interpretativas de diversas disciplinas. Isso porque o turismo traduz e é influenciado pela dinâmica da vida em sociedade (Lima, 2019). Compreender o turismo exige, portanto, uma leitura teórica multidimensional e interdisciplinar, informada por uma perspectiva política crítica (Irving; Lima; Moraes, 2016). Por todas essas razões, no plano pragmático, o turismo representa, também, tema central no âmbito de políticas públicas globais (Medeiros, 2013).

Neste caso, a garantia do compromisso de sustentabilidade em planejamento turístico estaria condicionada a uma lógica de políticas públicas conectadas com os interesses dos diversos atores e segmentos sociais envolvidos, a partir de uma percepção de repartição de benefícios, equidade social e qualidade ambiental. A perspectiva de sustentabilidade funciona, assim, como um viés desejável para se estudar o turismo enquanto fenômeno mundial contemporâneo complexo, por meio da valorização do conhecimento produzido, também por meio de estudos no campo das Ciências Humanas e Sociais, para além da perspectiva econômica usual de abordagem (Darbellay; Stock, 2012).

Também pelas mesmas razões, os estudos sobre o turismo podem incidir sobre grupos institucionais variados, redes, atores sociais e territórios, em uma organização

não paradigmática baseada em diferentes estilos epistemológicos (Tribe; Liburd, 2016). Tal amplitude requer um diálogo entre disciplinas e metodologias associadas, na articulação entre teoria e prática, o que pode até mesmo influenciar a própria definição de turismo (Oviedo-García, 2016).

Neste sentido, especialistas na temática do turismo destacam que não há acordo seguro sobre o que constitui uma base teórica válida para se definir, formalmente, o que é conhecimento científico na pesquisa em turismo. Essa dificuldade ocorre, principalmente, devido às inúmeras perspectivas filosóficas e paradigmáticas a ela associadas. (Liburd, 2012; Oviedo-García, 2016; Tribe, 2018; Tribe; Liburd, 2016; Xin; Tribe; Chambers, 2013).

Apesar de todas essas controvérsias, tendo como foco especificamente as políticas públicas, não se pode negligenciar que, embora o turismo envolva inúmeras dimensões, representa também um setor relevante da economia global, gerando emprego e renda e, contribuindo para o desenvolvimento e visibilidade de inúmeros países e regiões que oferecem os denominados “serviços turísticos” (Leimgruber, 2021; Sánchez-Cañizares et al., 2021). Como setor da economia, é também vital para a sobrevivência de diversas localidades turísticas, sendo responsável por grande parte de sua receita e representando, por vezes a única opção para a geração de emprego e renda (Oliveira, 2007).

Assim, o turismo receptivo movimenta um montante significativo de recursos, no plano global, sendo os principais emissores mundiais Europa, Ásia e América do Norte, que respondem por mais de 80% do emissivo mundial (UNWTO, 2019a). No entanto, apenas uma pequena parcela desse total, cerca de 0,47% de turistas internacionais mundiais, de acordo com dados da UNWTO (2019a), têm o Brasil como destino. Esse desequilíbrio entre o potencial do país e seu aproveitamento para o turismo já havia sido sinalizado em 2003 pela agência estatal EMBRATUR (Oliveira, 2008). E, embora o setor tenha avançado, expressivamente, ao longo dos últimos anos, sua posição nos rankings de turismo nacional e internacional ainda é baixa, em comparação às posições que potencialmente poderia ocupar nos rankings internacionais (Rabahy, 2020).

As principais regiões emissivas ao Brasil são América do Sul, Europa e América do Norte, responsáveis respectivamente por 61,2%, 22,1% e 10,4% em números de

turistas internacionais, de acordo com dados do Ministério do Turismo e da OMT (Ministério do Turismo, 2019; UNWTO, 2019a). E desse total, grande parte das viagens ocorre para destinos mais próximos, o que é explicado pelas restrições de tempo e renda e, a uma maior sensação de segurança, tanto pela distância quando pela sensação de familiaridade que locais próximos proporcionam e que influenciam na escolha dos turistas (Rabahy, 2020).

Assim, o Brasil, apesar dos investimentos nacionais e estrangeiros recebidos nos últimos anos para o fortalecimento do setor, nunca ocupou um lugar expressivo de destaque, em termos de competitividade no turismo mundial, com posições no ranking inferiores a outros países com menos atrativos naturais, porém com maior estrutura do setor, organização, qualidade dos serviços prestados e segurança (Rabahy, 2020).

Por outro lado, apesar de sua potencialidade para a geração de emprego e renda, também no caso brasileiro, não se pode esquecer que o turismo pode acarretar custos sociais e ambientais às regiões nas quais se desenvolve. Porém, se conduzido segundo uma perspectiva de planejamento estratégico, os impactos sociais, ambientais e econômicos poderão ser evitados e/ou minimizados, assegurando a integridade do patrimônio natural e cultural e a qualidade de vida local. Também por essa razão, o denominado “turismo sustentável” (Körössy, 2008) tem sido cada vez mais discutido e atraído turistas, que atentos cada vez mais a questões ambientais e socioculturais e à necessidade de preservação, buscam por formas mais conscientes e engajadas de turismo e de lazer. (Körössy, 2008)

Apesar de todas as contradições discutidas são inegáveis os benefícios do turismo a muitas regiões nas quais ele se desenvolve. Investimentos estruturais, como melhoramento de estradas e vias de acesso, ampliação da rede de atendimento de saúde, aumento da qualidade e diversidade da prestação de serviços são alguns exemplos de benefícios potenciais dele decorrentes. No entanto, as transformações dele decorrentes também acarretam prejuízos e impactos negativos nos ambientes em que ocorre. Também por essa razão, as comunidades locais deveriam ser inseridas ao processo de planejamento desde o início de qualquer iniciativa com esse objetivo, conforme discutem Irving (1999; 2006, 2028) e Cruz (2020), entre outros autores.

A degradação ambiental e social que pode advir do turismo está inclusive na origem da resistência de muitos grupos locais, uma vez que pode implicar gentrificação e especulação imobiliária, o que favorece também aumento nos custos de vida e, em alguns casos, a expulsão de parte da população local, que pode passar a não encontrar meios de permanecer no local em que sempre residiu (Paes, 2017).

Sobre a integridade do patrimônio cultural e natural, o crescimento desordenado das cidades e novos estilos de vida podem comprometer a sua preservação e são frequentes os conflitos entre a especulação imobiliária e o desejo de modernização para fins do mercado que se contrapõem ao desejo de preservação e transformação dos territórios envolvidos para fins de cultura e lazer (Paes, 2017). Há ainda outras questões importantes nesse debate, como o próprio conceito de público, que remete a algo que não é de ninguém e é percebido, portanto, como algo impessoal, que não incentiva o cuidado e a preservação, podendo ser danificado ou destruído (Camilo; Bahl, 2017).

Importante reafirmar, nesse sentido que, bens patrimoniais trazem em si uma parte da memória local, fazendo com que seja possível revisitar, sob certos aspectos o passado e, conseqüentemente, a história. A preservação da história é, portanto, essencial à salvaguarda da memória, que pode ser revisitada (Nascimento, 2017). Sendo assim, a materialidade do patrimônio cultural está intimamente relacionada às questões imateriais que compõem a memória coletiva local e a identidade cultural de um povo. Ao ser destruído o patrimônio cultural, memórias e representações coletivas também se perde (Nascimento, 2017).

Nesse caso cabe resgatar que a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO, 2002) define cultura como o conjunto de características espirituais, materiais e afetivas que distinguem uma sociedade ou grupo social. Esta definição abrange, além das artes e das letras, modos de vida, sistemas de valores, tradições, crenças e os direitos fundamentais do ser humano. Cultura pode ser compreendida como o conjunto de formas e práticas que um grupo social desenvolve para se adaptar ao ambiente natural e social em que está inserido (Araújo et al., 2017). Sendo assim, quando regido por um planejamento sério, ético e de respeito com o local e as pessoas envolvidas, o turismo pode funcionar como uma importante ferramenta de resgate cultural de comunidades tradicionais, que ainda mantêm vivos os seus modos de vida e de subsistência. (Bezerra et al., 2016).

Além disso, por essa via, o turismo permite que experiências baseadas em uma forma positiva de intercâmbio cultural sejam possíveis, promovendo valiosas trocas entre turistas e residentes e entre turistas e o ambiente (Zucco et al., 2017). Esse contato, pautado na troca de experiências, permite que interações com diferentes identidades, compartilhamentos e aprendizagem sejam possíveis, sendo por esse processo, imprescindível o respeito pela população local e suas manifestações culturais. Outro benefício resultante dessa forma de se fazer turismo tende a ser a possibilidade de consolidação e reafirmação das identidades culturais locais, que podem se ressignificar e se tornar uma via para o desenvolvimento socioeconômico, em bases sustentáveis (Bezerra et al., 2016).

Da mesma maneira, quando o turismo avança sobre um determinado território de forma descontrolada e sem planejamento, as ações resultantes do processo podem resultar em poluição do ambiente, da água e em poluição sonora. Há ainda questões problemáticas sobre o perfil e comportamento inadequado de alguns turistas, que podem degradar, significativamente o ambiente e até mesmo comprometer a integridade de espécies da fauna e flora locais (Camilo; Bahl, 2017). O elevado fluxo de turistas e o excesso de visitação em locais sensíveis como sítios e monumentos naturais pode comprometer sua integridade e muitas vezes gerar efeitos ecológicos irreversíveis. Locais como praias e cidades de elevada atratividade turística podem também gerar uma sensação de desconforto turístico que pode ficar congestionados e comprometer a qualidade de vida os moradores locais e dos turistas, comprometendo também a imagem dessa localidade.

Como anteriormente discutido, um dos argumentos a favor do turismo tem sido o seu papel no fomento à economia local. Mas essa narrativa deve ser interpretada com atenção, uma vez que muitos dos empregos gerados localmente são subempregos, podendo haver, em muitos casos, exploração da mão de obra local, com baixa remuneração e condições inadequadas de trabalho (Damas; Brambatti, 2019). Além disso, a dinâmica de atividades laborais tradicionais pode ser afetada pela implantação de atividades associadas ao turismo inviabilizando, frequentemente, a sua própria continuidade. Em alguns casos pode ocorrer a adaptação destas atividades ou a sua substituição por outras que acompanhem a nova configuração local, como já discutido desde a década de 1970, no contexto brasileiro (Lima; Costa, 2014).

Como forma de se evitar os efeitos negativos atrelados aos projetos turísticos nas localidades de sua implantação, medidas vêm sendo propostas em políticas públicas, para ordenar o setor e o modo de se fazer turismo. Nesse sentido cabe enfatizar que o Brasil é um dos países signatários do Código de Ética Mundial para o Turismo (UNWTO, 1999), incorporado no ano de 2017 à Convenção sobre Ética do Turismo, da Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 2017). Desse modo, o Brasil tem como responsabilidade a promoção de vias responsáveis e sustentáveis para o turismo, o incentivo às ações que minimizem os impactos negativos resultantes e à adoção de ações que possam contribuir para a distribuição igualitária dos benefícios gerados. Estas devem ser traduzidas por meio da elaboração e implementação de políticas alinhadas aos princípios éticos estabelecidos pela OMT (Ministério do Turismo, 2020).

Nesse sentido não se pode negligenciar o papel do turista nessa dinâmica. Segundo uma perspectiva psicológica de análise, os turistas poderiam ser divididos entre aqueles que buscam majoritariamente novidades (sensações) e aqueles que buscam locais e situações de sua familiaridade. No entanto, há aqueles em que o interesse da articulação entre essas tipologias (Larsen et al., 2019).

O comportamento de um turista, porém, não é um reflexo apenas das características estancas de seu perfil, mas principalmente de suas motivações. Nesse caso, as atividades de lazer, como viagens, promovem um impacto psicológico positivo nas pessoas, ampliando suas motivações, emoções favoráveis e bem-estar psicológico (Grum, 2021). Neste contexto, os elementos-chave na perspectiva da psicologia do turismo são a motivação, a expectativa, a tomada de decisão, a satisfação e, a própria experiência (Šimková, 2014).

Experiências, quando atreladas à emoção, tendem a provocar maior excitação, ser mais memoráveis e, com isso, mais fortemente lembradas. Memórias duradouras representam um dos principais objetivos de uma viagem ou de uma experiência turística. Este é um ponto importante no debate sobre a base conceitual envolvida, pois as decisões futuras relacionadas às viagens são fortemente baseadas na experiência anterior do consumidor (Skavronskaya et al., 2017).

Assim, a busca por experiências significativas e transformadoras em viagens turísticas tem aumentado, nos últimos anos, e tem se tornado uma das principais

tendências apontadas para o futuro do turismo. Apenas viajar não é mais suficiente ou satisfatório. É preciso que a viagem seja dotada de significado. Experiências desafiadoras e emocionantes tendem, portanto, a serem mais memoráveis (Larsen et al., 2019).

Mas não se pode negar nesse debate complexo, que o avanço tecnológico, dos meios de comunicação e, a globalização e, a geopolítica, vem afetando, consideravelmente, essa dinâmica, a exemplo do que ocorreu com a Pandemia da COVID-19. A pandemia promoveu uma série de mudanças e efeitos que afetaram não somente a economia global, mas também o comportamento do consumidor, nas mais diversas esferas. Os esforços para se evitar a propagação do novo coronavírus trouxeram medidas políticas nunca vivenciadas por grande parte da população mundial como fechamento de fronteiras, interrupção de voos, medidas de isolamento, *lockdown* e distanciamento social (Gössling et al., 2021). A dimensão destas medidas, assim como as alterações no cotidiano global, decorrentes de sua aplicação, vem promovendo mudanças profundas nas dinâmicas das relações sociais, do trabalho, no modo de consumo e na economia como um todo. Esse processo tem efeitos evidentes também no turismo, como discutido por Irving, Coelho e Arruda (2020).

A preocupação com a saúde e segurança sanitária associada ao medo de contaminação passou a ser um fator importante na tomada de decisão sobre a escolha do destino e da hospedagem (Jiang et al., 2022). Locais que se mostraram mais comprometidos com a adoção de medidas de segurança e que possibilitassem a manutenção do isolamento social ganharam espaço e receberam incentivos de governos, como o caso do selo “Turismo Responsável – Limpo e Seguro” do Ministério do Turismo, que busca oferecer maior confiança aos turistas (Ministério do Turismo, 2020)¹⁰.

As prioridades na escolha da hospedagem passaram também por mudanças, com turistas relatando estarem dispostos a gastarem mais com valores de diárias, para passarem mais tempo no ambiente da hospedagem e, assim, passaram a buscar estruturas mais confortáveis e com maiores medidas de segurança sanitária (Sánchez-Cañizares et al., 2021). Para uma expressiva parcela dos turistas, medidas

¹⁰ Destacaram-se também os locais que passaram a oferecer atrativos aos turistas dentro de seus próprios espaços, diminuindo a necessidade de deslocamentos, e que investiram em estratégias e uso de tecnologias para redução de contato entre os hóspedes e entre hóspedes e funcionários (Bonfanti, Vigolo, Yfantidou et al., 2021).

de segurança sanitária se tornaram um fator decisivo na tomada de decisão sobre onde irão se hospedar e onde gastarão seu dinheiro (He; Harris, 2020; Yost; Cheng, 2021).

Eventos de grande magnitude como a Pandemia da COVID-19, trazem grandes consequências para a população em geral, devido às incertezas acerca do futuro e um forte sentimento de medo (Matiza, 2020). Por um lado, há o medo de contaminação e de se colocar em risco pessoas próximas, mas também o medo relacionado à instabilidade financeira, que também compromete a segurança e a capacidade de sobrevivência (Gajić et al., 2021). Os efeitos econômicos de um evento em grande escala, como foi o caso da COVID-19, podem demorar a passar, fazendo com que o medo da instabilidade do mercado de trabalho e a escassez de recursos financeiros se mantenha e afete grande parte da população e, desse modo, direcione e limite seu comportamento de consumo (Gajić et al., 2021). Essa é ainda uma questão sem resposta em termos de planejamento turístico.

A percepção de risco pelos turistas pode afetar o seu comportamento, o seu processo de tomada de decisão e exercer uma forte influência sobre a sua motivação para viajar. O medo da falta de recursos financeiros decorrentes de situações de desemprego, principalmente o desemprego em massa, observado em vários países como consequência da pandemia, acarreta também um forte sentimento de medo e ansiedade, intimamente relacionado ao aspecto de sobrevivência e de sustento (Gajić et al., 2021). Medos dessa natureza podem ser muito difíceis de serem superados, principalmente quando ainda se sente de modo tão direto os impactos econômicos resultantes da pandemia, e o risco de desemprego ainda não pode ser descartado diante das incertezas políticas e geopolíticas. Esse contexto se traduz em uma profunda mudança no comportamento que se reflete, evidentemente, nas prioridades e formas de consumo (Crosta et al., 2021; Gajić et al., 2021; Leimgruber, 2021). Assim, medos e incertezas comprometem a tomada de decisão de viajar (Matiza, 2020).

Por essa razão, estudos sobre a emoção vinculada às viagens e sobre o comportamento do consumidor tem recebido um expressivo foco em estudos sobre o turismo, nos últimos anos. Compreender quais as emoções têm regido seus comportamentos e como isso ocorre representa um importante elemento para a compreensão das escolhas de consumo, esse tipo de estudo tende a auxiliar profissionais e prestadores de serviços do setor a se aproximarem, de forma mais

assertiva dos seus potenciais “clientes” e, a prospectarem caminhos futuros com esse objetivo.

Entender o comportamento e as motivações do turista, assim como as mudanças em seu perfil, tende a ser importante também para que as empresas possam se adequar às suas necessidades e demandas (Crosta et al., 2021).

Em planejamento turístico, além de todas as salvaguardas anteriormente discutidas, estar atento ao dinamismo do mercado e do mundo contemporâneo representa um caminho decisivo para a competitividade de um determinado “destino”.

Importante enfatizar que as inovações tecnológicas trouxeram novas nuances ao mercado econômico e ao consumidor. Ademais, as mudanças econômicas ao longo do tempo permitiram o acesso de uma maior parcela da população ao turismo e a eventos de grande escala. Essa tendência, por sua vez, traz mudanças profundas na economia e no psiquismo da população (Lammi; Pantzar, 2019; Makwana, 2019; Rabahy, 2020).

Acompanhando as mudanças ocorridas nos interesses do turista, as dinâmicas dos lugares turísticos também têm mudado com locais famosos e com grande fluxo de visitantes dando lugar a locais isolados, próximos da natureza e com pouco ou nenhum fluxo de visitantes (Dłużewska; Giampiccoli, 2021).

Assim, embora o setor de turismo venha se recuperando nos pós Pandemia da COVID-19, o perfil dos turistas e suas demandas já não são mais os mesmos do período pré-pandemia. Desse modo, para conquistar esse novo perfil de turista, as empresas do setor devem compreender melhor a configuração das mudanças ocorridas e quais são as suas novas exigências, para então buscarem se adequar a esse novo cenário. O turista não desistiu de viajar, mas a forma como ele está viajando ou irá viajar, nos próximos anos, já não é mais a mesma.

Portanto, parece relevante que se analise a dinâmica do turismo no contexto global pré-pandêmico para que se possa evidenciar as contradições atuais e as tendências do fenômeno para os próximos anos.

2.1.2 Panorama do turismo no contexto global pré-pandêmico

Para caracterizar mais detalhadamente o alcance do fenômeno turístico, buscou-se levantar as estatísticas disponíveis a partir de fontes consolidadas no campo do turismo, como a Organização Mundial do Turismo (UNWTO), o Euromonitor Internacional, World Travel & Tourism Council (WTTC) e Ministério do Turismo do Brasil. Essas fontes consagradas pela literatura especializada ilustram a dimensão desse fenômeno.

A perspectiva econômica dessa análise é relevante para a tese defendida, pois o setor não apenas gera emprego e renda, mas também influencia o desenvolvimento de infraestrutura e a qualidade socioambiental das regiões turísticas. Além disso, ao entender o turismo como um setor econômico estratégico, políticas públicas podem ser mais bem direcionadas para otimizar os recursos e melhorar a competitividade do Brasil no cenário global. (Barbosa; Oliveira, 2010)

Esse levantamento tem como foco o período de 2006 a 2018. O recorte temporal se justifica pelo fato de a tese ter sido escrita durante um período que abrange a pré-pandemia, sendo este recorte compilado em 2018, antes dos efeitos disruptivos da COVID-19. No capítulo seguinte, será abordada a perspectiva pós-pandêmica da caracterização quantitativa do turismo.

Ao manter o foco em dados anteriores e posteriores à pandemia, evitam-se análises enviesadas, permitindo comparações mais precisas sobre o turismo em condições normais de mercado. Nesse sentido, o estudo busca apresentar uma visão clara das dinâmicas estatísticas e econômicas do setor. Além disso, a análise das tendências e padrões do turismo anteriormente à crise global de COVID-19 tende a ser essencial para entender o cenário pré-crise, que serve como uma base para avaliações futuras sobre o impacto da pandemia e as subsequentes mudanças no setor.

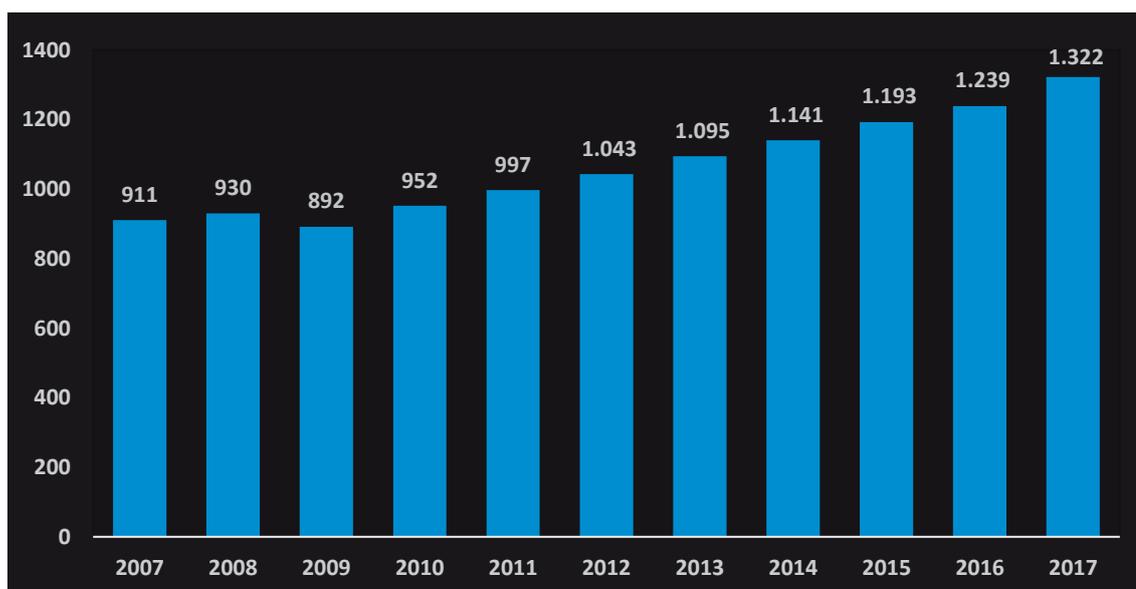
Compreender as dinâmicas do turismo pré-pandêmico — como o crescimento do setor, as preferências dos viajantes e os desafios enfrentados — é fundamental para contextualizar os efeitos de uma gestão sustentável do turismo. Além disso, essa análise fornece insights valiosos para identificar tendências emergentes de sustentabilidade que estão moldando o novo cenário pós-pandêmico. Os dados de

períodos anteriores à crise também permitem observar padrões e lições de crises passadas, que podem ser aplicadas ao contexto atual, enriquecendo a compreensão das transformações em curso na sociedade e no setor turístico, em particular.

Essa abordagem, complementada posteriormente pelos dados da fase subsequente de retomada pós-pandemia, permitem uma visão mais abrangente das tendências de longo prazo no turismo e seus impactos na economia global.

Considerando, portanto, neste subcapítulo, o período pré-pandêmico, a primeira série histórica de dados apresentada ilustra a evolução do fluxo de chegadas internacionais no turismo global aproximadamente dez anos antes da COVID-19 (Figura 2).

Figura 2 - Chegadas Internacionais de Turistas no mundo entre 2005 a 2017 (em milhões)



Fonte: World Tourism Barometer, vol. 16. UNWTO, janeiro/2018.

De acordo com os dados publicados pela UNWTO, em janeiro de 2018, a demanda turística internacional em 2017 superou as expectativas das organizações vinculadas a este setor, apresentando seu maior crescimento com relação aos 7 anos anteriores: 6,7% (2017), diante de uma projeção inicial estimada pela mesma organização de que o turismo cresceria globalmente entre 3% e 4%, em 2017. Nesse processo, mais 83 milhões de turistas internacionais viajaram pelo mundo naquele ano (UNWTO, 2018b).

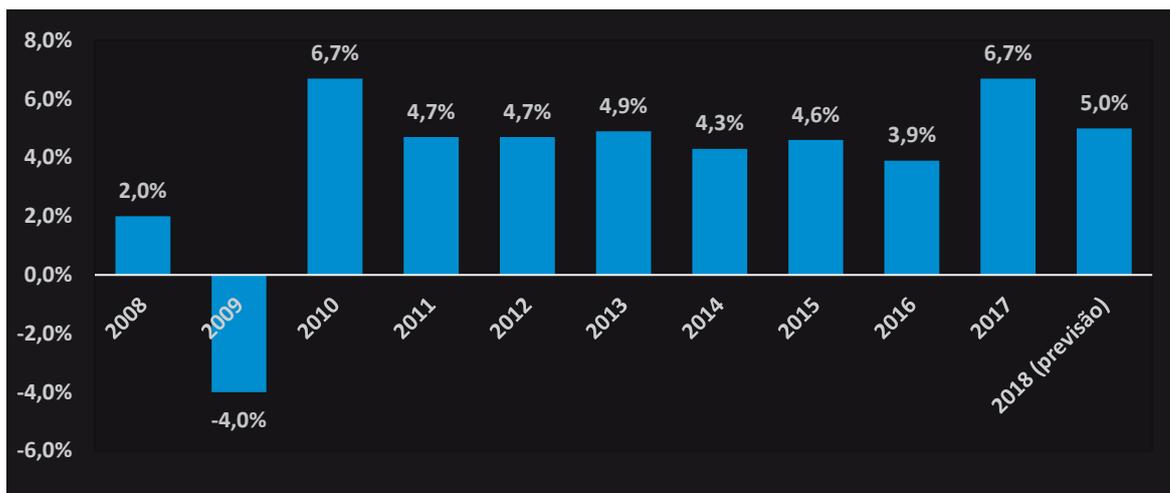
Em uma visão econométrica, segundo a UNWTO (2018b), foram registrados 1,322 bilhões de chegadas internacionais em 2017 em comparação a 1,239 bilhão em 2016, o que ilustra a resiliência desse fenômeno mesmo diante dos desafios enfrentados pela economia internacional no período e em anos anteriores, e também as preocupações com aquecimento global, questões de segurança pública, instabilidade política e financeira na sociedade contemporânea, além das problemáticas epidemiológicas e desastres naturais.

Esse foi o maior crescimento relativo observado desde 2010, conforme apresenta a Figura 9, o que levou, por exemplo, o tema da superlotação de turistas¹¹ (*overtourism*) a estar no centro da preocupação da atividade global de viagens (UNWTO, 2018b). A Figura 3 demonstra as chegadas internacionais em percentual de crescimento em relação ao ano anterior, o que reafirma a tendência de crescimento observada na série histórica anteriormente apresentada.

A tendência de *overtourism*¹² já se apresentava como uma questão na mesa de debates de muitos gestores públicos dos países de economias com maior número de chegadas de visitantes internacionais. Esse fenômeno, caracterizado pelo excesso de turistas em determinados destinos, levanta, no presente, preocupações em várias áreas, como a degradação ambiental, a descaracterização cultural e o impacto negativo na qualidade de vida das comunidades locais.

Figura 3 - Chegadas Internacionais de Turistas no Mundo: Variação Percentual sobre o Ano Imediatamente Anterior (2008 a 2018)

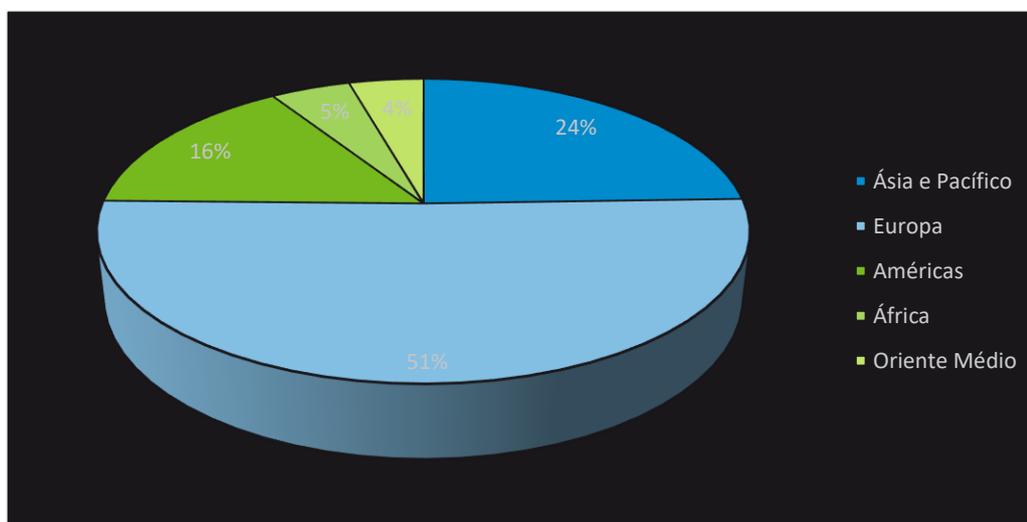
¹¹ Definição registrada pela literatura especializada como *Overtourism*: Em suma, o excesso de atividades ocorre quando há muitos visitantes em um determinado destino. "Excesso" é um termo subjetivo, é claro, mas é definido em cada destino por 12 Residentes, anfitriões, empresários e turistas (capacidade de carga). Exemplifica-se pela gentrificação, quando os preços dos aluguéis empurram os inquilinos locais para abrir caminho para aluguéis de férias. Quando as estradas estreitas ficam lotadas de veículos turísticos. Quando a vida selvagem é afugentada, quando os turistas não podem ver marcos por causa das multidões, quando os ambientes frágeis se degradam – todos esses são sinais de excesso de turismo. (UNWTO, 2018b)



Fonte: World Tourism Barometer, vol. 16. UNWTO, janeiro/2018.

A Figura 4, a seguir, apresenta os dados sistematizados sobre o fluxo turístico de grandes regiões do globo.

Figura 4 - % de fluxo turístico por Grandes Regiões – 2017



Fonte: World Tourism Barometer, vol. 16. UNWTO, janeiro/2018.

No plano de distribuição geográfica, em termos de macrorregiões do globo, do total de 1,322 bilhão de chegadas internacionais de turistas em 2017, cerca de 51% se destinaram à Europa, 24% à Ásia e Pacífico, 16% às Américas, 5% à África e 4% ao Oriente Médio (UNWTO, 2018b).

Cabe destacar que o número de turistas internacionais aumentou em todas as regiões do mundo nos últimos anos pré-pandêmicos. A Europa, por exemplo, se estruturava como a principal macrorregião turística, em nível mundial, com o registro de 671 milhões de chegadas turísticas. Essa região apresentou um crescimento de 2,4% no ano de 2016 (com relação ao ano anterior). Em 2017, superou as expectativas de provisão da UNWTO, com um crescimento de 8,4%, com relação a 2016. Em termos absolutos, foram registrados 51,8 milhões de turistas a mais do que em 2016 (UNWTO, 2018b).

A Ásia apresentou crescimento de chegadas internacionais, da ordem de 5,8%. Em termos reais representou o segundo maior crescimento global, com 17,9 milhões de novos turistas em 2017 (UNWTO, 2018b).

As Américas, que incluem os vastos territórios da América do Norte, Central e América do Sul, experimentaram em 2017 um aumento de 5,8 milhões de chegadas internacionais com relação a 2016 (2,9% de crescimento). Contudo, foi observada uma desaceleração do processo com relação ao ano anterior, cuja taxa de crescimento havia sido de 3,7%.

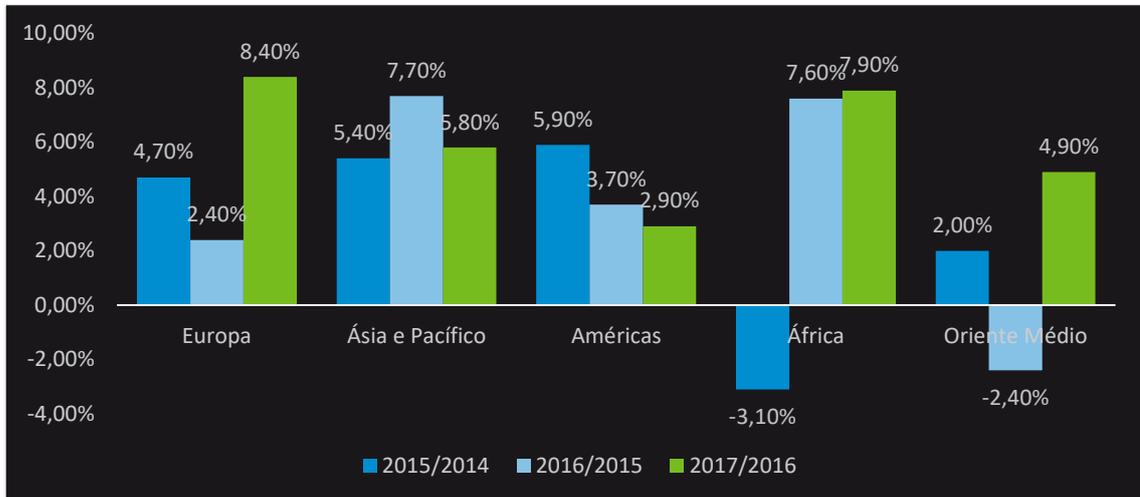
Cabe notar ainda que a América do Sul liderou o crescimento do continente, com um aumento de 6,7% nas chegadas internacionais em 2017. Porém, dos 206,6 milhões de turistas que visitaram as Américas em 2017, 64% concentraram-se na América do Norte, seguidos da América do Sul, (17,5% dos turistas), Caribe (12,7%) e América Central, (5,8%) (UNWTO, 2018b).

Por meio de dados do Barômetro do Turismo da UNWTO, o território africano apresentou a segunda maior taxa de crescimento relativo global (7,9%), com 4,5 milhões a mais de turistas em 2017 com relação ao ano anterior, mantendo o ritmo de crescimento. Enquanto isso, o Oriente Médio reverteu a queda observada em 2016, apresentando taxa de crescimento positiva de 4,9% (2017) nas chegadas internacionais (UNWTO, 2018b).

Em termos gerais, a evolução percentual das chegadas internacionais de turistas nos últimos três anos (mundo e grandes regiões) é ilustrada (UNWTO, 2018b)¹³ na Figura 5.

¹³ Segundo a UNWTO (2018b), dados da África e Oriente Médio devem ser considerados com cautela devido à alta volatilidade das informações providas por países destas regiões.

Figura 5 - Total das Chegadas Internacionais de Turistas por Macrorregiões – 2015 a 2017
(Variação Percentual com relação ao ano imediatamente anterior)



Fonte: World Tourism Barometer, vol. 16. UNWTO, janeiro/2018.

Como se pode observar na figura 6, em quase todas as regiões foram identificadas taxas significativas de aumento na dinâmica de chegadas de visitantes, fato que ilustra a tendência de viagens pelo globo terrestre no período analisado.

Figura 6 - Receitas do Turismo no Mundo:
Variação Percentual sobre o Ano Imediatamente Anterior – 2008 a 2018

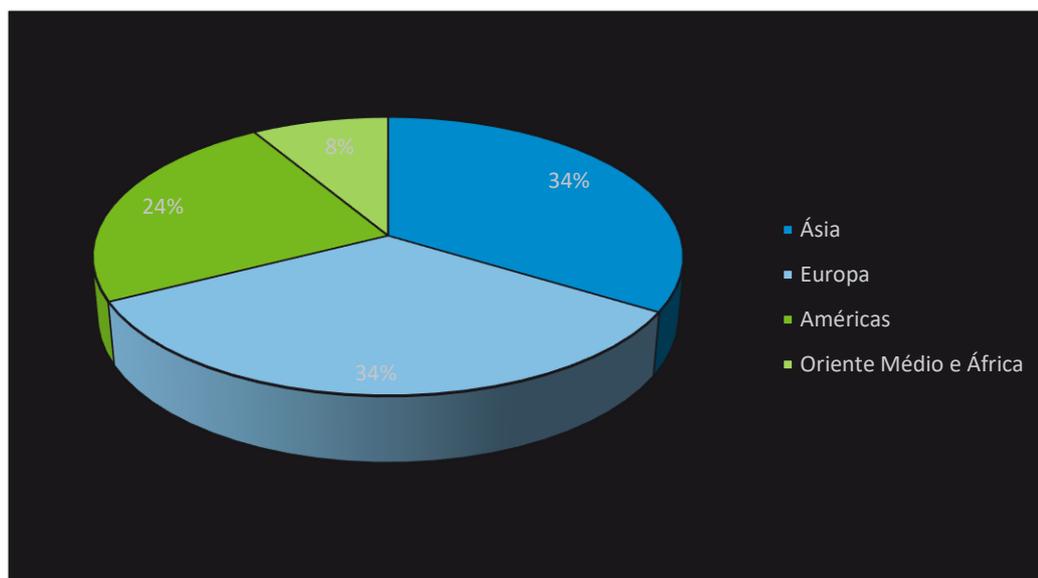


Fonte: Euromonitor Internacional. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

Em termos de receitas geradas, o turismo mundial cresceu 4,8% no ano de 2017 em relação ao ano anterior, taxa significativamente superior à verificada, embora abaixo do crescimento verificado em 2013 e 2015, conforme Figura 6 (Euromonitor International, 2018a).

A Figura 7 ilustra o nível de concentração das receitas internacionais por regiões.

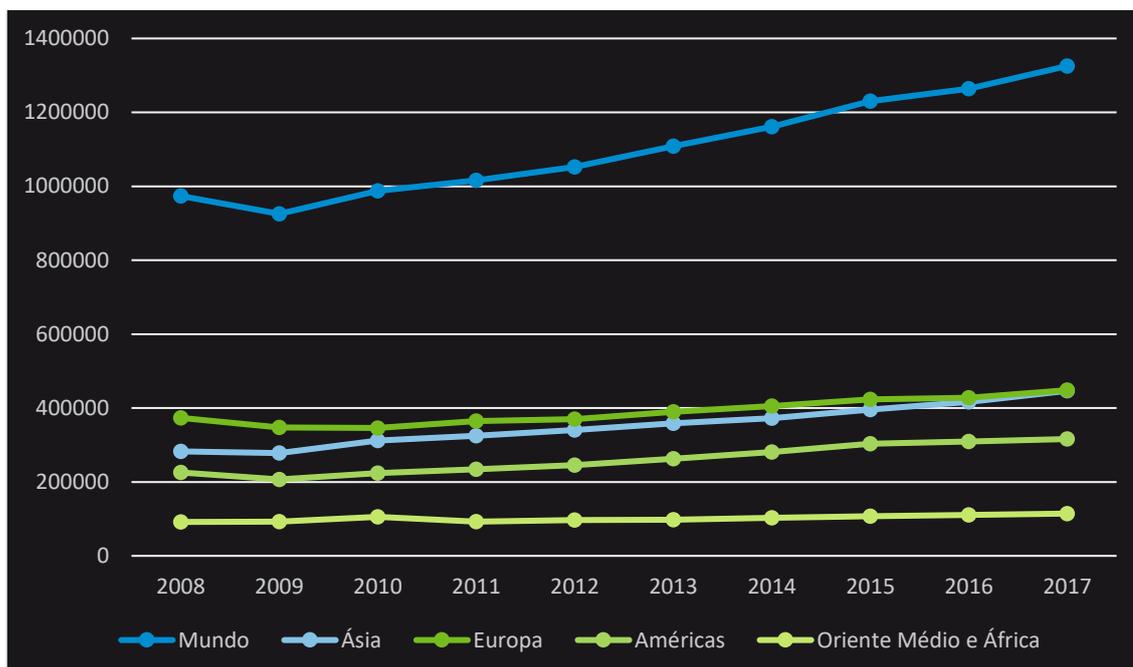
Figura 7 - Distribuição das receitas internacionais do turismo por Grandes Regiões (2017)



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

Ásia e Europa concentraram, em 2017, 68% das receitas geradas pelo turismo internacional (com 34% da receita total cada), enquanto as Américas concentraram 24% das receitas globais e o Oriente Médio e a África apenas 8%, conforme a Figura 7 (Euromonitor International, 2018b). Na figura 8 apresenta-se a evolução das receitas internacionais do turismo pelos diferentes continentes do globo no período em questão.

Figura 8 - Crescimento das receitas internacionais do turismo por Grandes Regiões 2008-2017



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

No período de 2008 a 2017 a Ásia e as Américas foram as regiões que mais contribuíram, em termos relativos, para o crescimento das receitas do turismo no mundo (com 59% e 47% de crescimento respectivamente), diante de uma taxa global de crescimento de 38% no mundo. A Europa, embora líder em chegadas internacionais, apresentou um crescimento das receitas no período de 20% e Oriente Médio e África de 26% (Euromonitor International, 2018b).

Em termos de impacto econômico do turismo global, o relatório do WTTC (World Travel & Tourism Council, 2016) destaca que, no ano de 2016, as taxas de crescimento do setor de turismo (doméstico e internacional) ultrapassavam os indicadores de crescimento da economia global pelo sétimo ano consecutivo, com uma contribuição direta para o PIB mundial de US\$ 2,57 trilhões (3,2% do PIB global). O turismo foi o responsável pela geração de 118,4 milhões de empregos no mundo, ou 3,8% do emprego total.

Em termos de PIB mundial, o turismo teve um crescimento de 4,6% em termos de PIB mundial (2016), acima da indústria (4,2%), do setor de comunicação e informação (3,6%), do comércio (3,4%), e de outros setores como saúde, agricultura

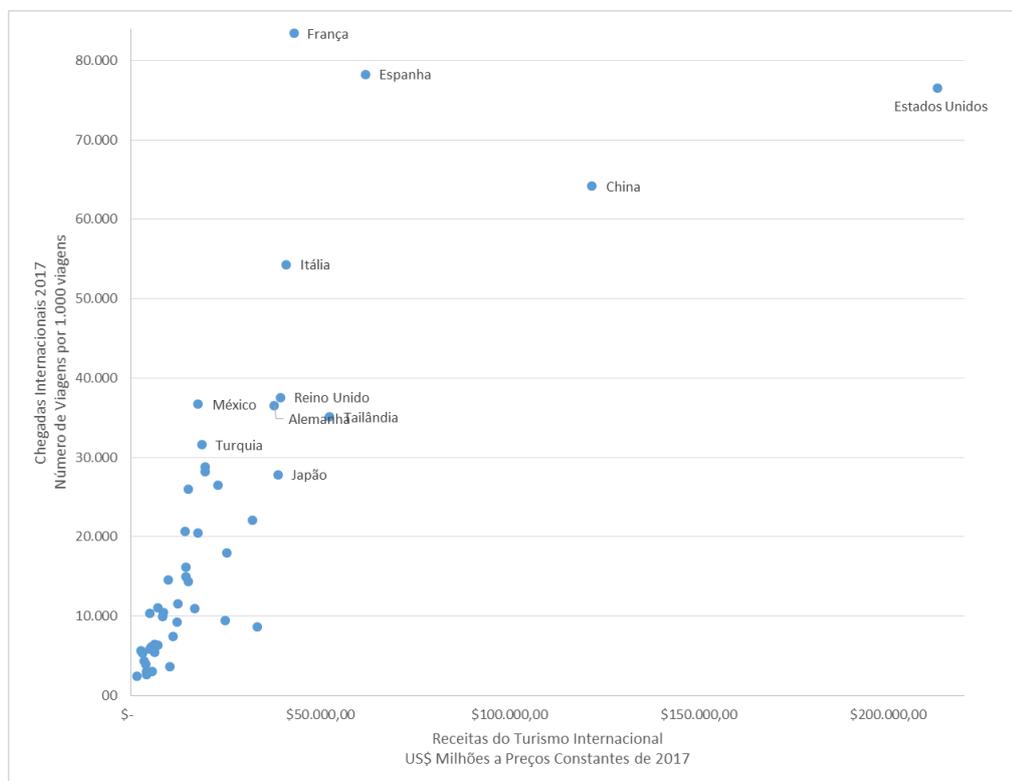
e pesca, serviços financeiros e construção civil (World Travel & Tourism Council, 2016).

Segundo as estimativas do World Travel & Tourism Council (2016), considerando não apenas a contribuição direta do setor de turismo para a economia, mas também os efeitos do investimento, da cadeia de fornecimento e dos gastos com empregados no setor, a contribuição econômica global do turismo em 2017 foi de mais de US\$ 8,2 trilhões (10,4% do PIB). O turismo de lazer foi responsável por 77,5% desse total e o turismo de negócios, por 22,5%, gerando 313 milhões de empregos (9,9% do total, ou 1 a cada 10 empregos do mundo) (World Travel & Tourism Council, 2016).

Esta dinâmica econômica manteve os preços das tarifas aéreas em um patamar menos elevado, fazendo com que fosse possível melhores opções de viagens aos turistas e a maximização da utilização das frotas aéreas disponíveis nas diversas malhas operacionais. Nos últimos anos muitos países passaram também por uma retomada do crescimento do turismo após terem sido impactados, negativamente, pelo fenômeno do terrorismo em anos anteriores (World Travel & Tourism Council, 2016).

Segundo a UNWTO, os gastos no turismo internacional tiveram um aumento de 4,3% em 2017 com relação ao ano anterior, representando 27,3% do PIB total gerado pelo turismo (UNWTO, 2018b). Para se ter uma ideia mais exata do ranking dos diversos países em relação às chegadas internacionais e receitas do turismo, a Figura 9 a seguir ilustra a posição relativa de 47 países em relação a indicadores econométricos comumente utilizados pelos gestores públicos como referência para o turismo (chegadas e receitas), a partir de dados do (Euromonitor International, 2018a).

Figura 9 - Chegadas e receitas internacionais de Países Seleccionados – 2017



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

É possível notar, na Figura 9, que, em 2017, os Estados Unidos estão notoriamente no topo das estatísticas. Esse é o país com maior receita do turismo internacional, seguido por China, Espanha, Tailândia e França. França é o país com o maior número de chegadas internacionais, seguida pela Espanha, Estados Unidos, China e Itália.

Nessa representação gráfica, de acordo com os dados disponíveis na base de estatísticas do Euromonitor International, em 2017, o Brasil ocupava apenas a 35ª posição do ranking de receitas do turismo internacional, com US\$ 6,264 bilhões em 2017, e a 34ª posição em termos de chegadas internacionais, com 6,441 milhões de chegadas em 2017 (Euromonitor International, 2018b).

Tabela 1 - Matriz-síntese de chegadas e receitas internacionais de Países Selecionados – 2017

País	<i>Chegadas Arrivals 2017 (000 trips)</i>	<i>Chegadas Receipts 2017 (US\$ Milhões)</i>	<i>Chegadas Receipts / Inbound Arrivals</i>
USA	76.537	\$ 212.930,50	\$ 2.782,07
China	64.185	\$ 121.642,40	\$ 1.895,17
Spain	78.267	\$ 61.944,80	\$ 791,45
Thailand	35.122	\$ 52.516,80	\$ 1.495,27
France	83.465	\$ 43.010,30	\$ 515,31
Italy	54.285	\$ 41.022,50	\$ 755,68
United Kingdom	37.550	\$ 39.394,20	\$ 1.049,12
Japan	27.817	\$ 38.759,10	\$ 1.393,38
Germany	36.576	\$ 37.877,80	\$ 1.035,60
Australia	8.686	\$ 33.270,80	\$ 3.830,44
United Arab Emirates	22.092	\$ 32.060,40	\$ 1.451,20
Singapore	18.022	\$ 25.373,40	\$ 1.407,90
India	9.416	\$ 24.829,70	\$ 2.637,00
Hong Kong, China	26.517	\$ 23.028,40	\$ 868,45
Malaysia	28.208	\$ 19.682,40	\$ 697,76
Austria	28.800	\$ 19.541,30	\$ 678,52
Türkiye	31.582	\$ 18.667,90	\$ 591,09
Canada	20.457	\$ 17.775,40	\$ 868,92
Mexico	36.705	\$ 17.699,50	\$ 482,21
Switzerland	10.983	\$ 16.775,50	\$ 1.527,38
South Korea	14.346	\$ 15.090,10	\$ 1.051,86

País	<i>Chegadas Arrivals 2017 (000 trips)</i>	<i>Chegadas Receipts 2017 (US\$ Milhões)</i>	<i>Chegadas Receipts / Inbound Arrivals</i>
Greece	26.000	\$ 15.052,90	\$ 578,96
Indonesia	15.000	\$ 14.604,50	\$ 973,63
Netherlands	16.190	\$ 14.488,20	\$ 894,87
Portugal	20.676	\$ 14.341,10	\$ 693,63
Sweden	11.571	\$ 12.293,90	\$ 1.062,48
Taiwan	9.270	\$ 12.074,50	\$ 1.302,54
Belgium	7.467	\$ 11.192,10	\$ 1.498,96
New Zealand	3.677	\$ 10.369,90	\$ 2.819,98
Croatia	14.586	\$ 9.937,20	\$ 681,30
South Africa	10.468	\$ 8.676,80	\$ 828,89
Vietnam	9.936	\$ 8.394,60	\$ 844,86
Philippines	6.362	\$ 7.075,00	\$ 1.112,07
Denmark	11.048	\$ 7.021,50	\$ 635,56
Brazil	6.441	\$ 6.264,00	\$ 972,47
Dominican Republic	5.460	\$ 6.205,40	\$ 1.136,48
Israel	3.017	\$ 5.616,50	\$ 1.861,93
Norway	6.139	\$ 5.294,90	\$ 862,57
Argentina	5.827	\$ 4.956,50	\$ 850,59
Ireland	10.353	\$ 4.951,20	\$ 478,23
Costa Rica	3.077	\$ 4.147,30	\$ 1.347,93
Colombia	2.591	\$ 4.032,10	\$ 1.556,49
Peru	3.915	\$ 3.864,10	\$ 986,92
Finland	4.369	\$ 3.567,30	\$ 816,52
Morocco	5.380	\$ 3.148,20	\$ 585,16

País	<i>Chegadas Arrivals 2017 (000 trips)</i>	<i>Chegadas Receipts 2017 (US\$ Milhões)</i>	<i>Chegadas Receipts / Inbound Arrivals</i>
Chile	5.624	\$ 2.673,90	\$ 475,48
Uruguay	2.431	\$ 1.588,30	\$ 653,38

Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT). Em inglês: Países ordenados por Receitas do Turismo Internacional, da maior para a menor receita.

Em termos de receitas por viagem, a Austrália, a Nova Zelândia, os Estados Unidos, a Índia e a China apresentam as melhores estatísticas. Com relação a esse parâmetro, o Brasil ocupa 24ª posição desse ranking (Euromonitor International, 2018b) (Tabela 1).

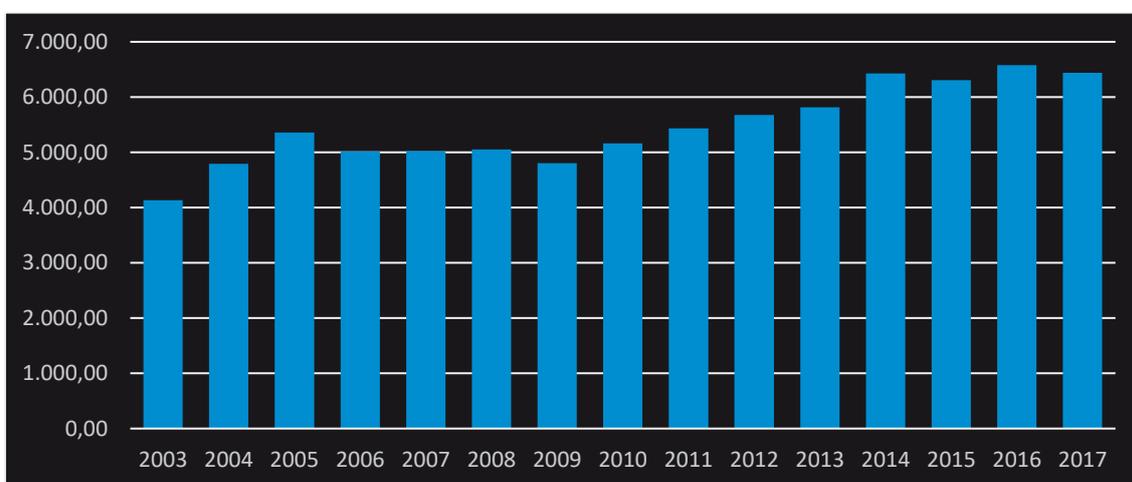
Considerando apenas o período de 2014 a 2017 e os dez primeiros países do ranking em termos de receitas totais provenientes do turismo, Estados Unidos, China e Espanha permanecem em posição de liderança (Euromonitor International, 2018b). Porém, ao analisar os países que melhoraram seu desempenho no período, observa-se destaque para territórios ambientalmente menos resilientes como Tailândia, que passou da 7ª para 3ª posição no período de análise.

Entre os países que apresentaram, no pré-pandemia, um crescimento de receitas do turismo da ordem de dois dígitos pode ser mencionado: Indonésia (30%), Turquia (24%), Tunísia e Filipinas (21% cada), Japão (16%), Bósnia e Herzegovina (15%), Bulgária e Azerbaijão (13%), Nigéria (11%) e Vietnã (10%) (Euromonitor International, 2018b).

Em sua maioria, as economias que ainda estavam em fase de desenvolvimento, e que enfrentavam inúmeros desafios socioeconômicos no período pré-pandêmico, vinham impulsionando o turismo como forma de aumentar suas receitas fiscais. É o caso, por exemplo, do Brasil, que, apesar do conhecido potencial cultural e natural para o uso do campo do turismo, ainda lutava com altos índices de desigualdades sociais e problemas de preservação ambiental. Isso indicava, já à época, que não se poderia pensar unicamente no incentivo à promoção das viagens nacionais ou internacionais sem que se tivesse por medida o conhecimento dos impactos a serem gerados pelo aumento de visitantes a determinadas regiões do país.

O Brasil pré-pandêmico experimentou uma trajetória de crescimento do turismo consistente ao longo dos últimos anos do período analisado. De um patamar de 4,1 milhões de chegadas internacionais de turistas em 2003, teve um salto para um resultado histórico de 6,4 milhões em 2017 (Euromonitor International, 2018b). A Figura 10 mostra a evolução de entrada de turistas internacionais no Brasil.

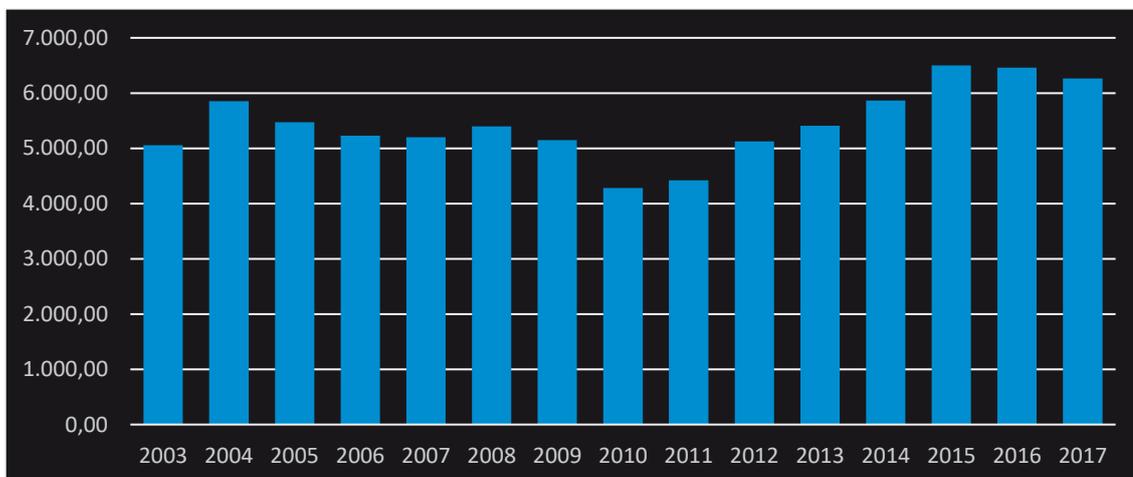
Figura 10 - Evolução de entrada de turistas Internacionais no Brasil: 2003-2017 (Por 1.000 viagens)



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

As chegadas internacionais no Brasil, em 2017, responderam por 6,2% da América Latina, 3,2% do turismo nas Américas e por um percentual de 0,5% das chegadas mundiais (Euromonitor International, 2018b). Esses números revelam que, embora o Brasil tenha grande potencial turístico, ele ainda está subaproveitado no cenário internacional. A Figura 11 destaca a evolução da receita do turismo.

Figura 11 - Evolução da receita do turismo internacional no Brasil: 2003-2017

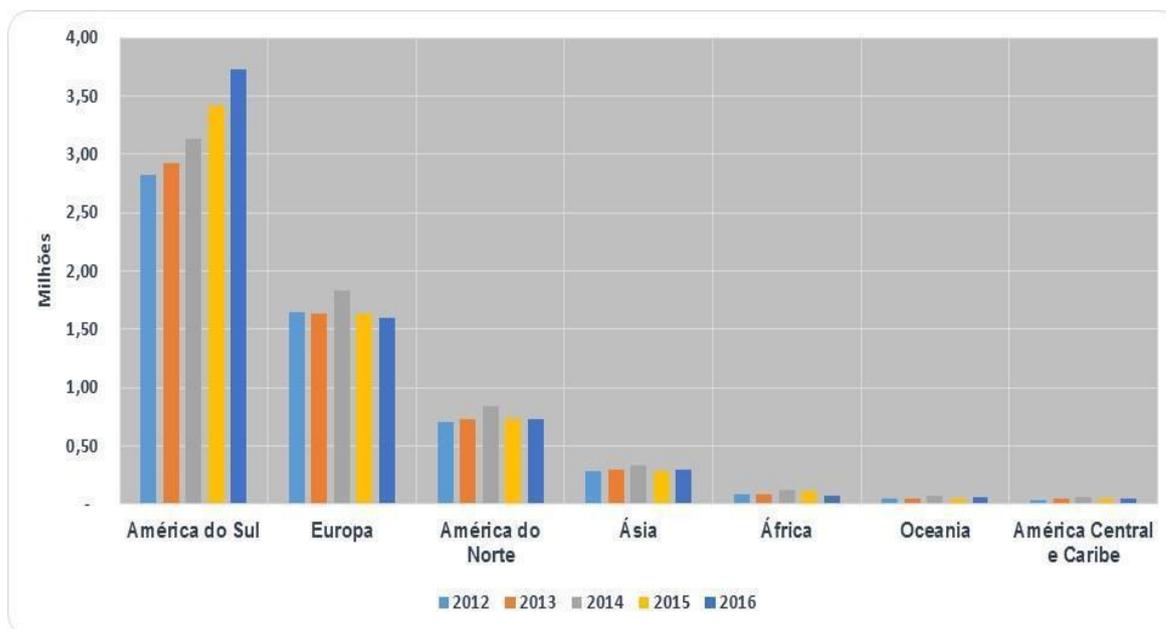


Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

Em termos de receitas oriundas do turismo internacional, o Brasil saltou de um patamar de US\$ 5 bilhões em 2003 para US\$ 6,3 bilhões em 2017, um crescimento de 24%, no período de 2003-2017. Esse crescimento demonstra uma capacidade de gerar mais receita com o turismo internacional, mas de forma lenta. Enquanto alguns destinos globais experimentaram saltos significativos no mesmo período, o Brasil não acompanhou essa evolução.

Considerando a origem dos turistas, a Figura 12 a seguir ilustra a procedência desses visitantes, tendo por base os dados do Anuário Estatístico do Ministério do Turismo, considerados até o ano de 2016.

Figura 12 - Evolução da entrada de turistas internacionais no Brasil



Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo. Anuários Estatísticos.

Percebe-se uma evolução constante do fluxo de turistas sul-americanos para o Brasil nos últimos anos (2,82 milhões de chegadas em 2012 e 3,73 milhões em 2016), com uma taxa de crescimento de 32% em cinco anos (MTUR, 2017).

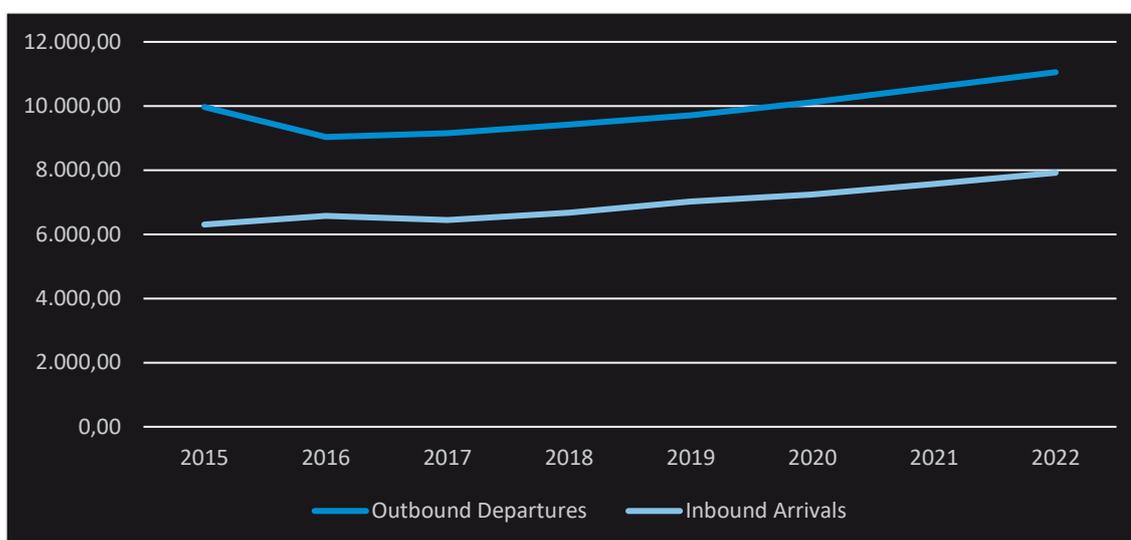
Os Estados Unidos representam o país com maior apelo emissivo de turistas para o mundo em 2017 e, como já visto em dados anteriores, campeão no receptivo de viagens internacionais. A América do Sul, seguida da Europa, são as principais origens dos turistas que chegam ao Brasil.

A Europa, no período de análise, é o segundo maior emissor de visitantes para o Brasil com saldo consistente de 1,6 milhão de turistas desde 2012, embora tenha ocorrido um decréscimo de 3% em 2016.

A América do Norte e a Ásia, no período pré-pandêmico, representavam a terceira e quarta regiões mais importantes para o Brasil em número de chegadas internacionais. A chegada de turistas de ambos os continentes aumentou 3% no período de 2012-2016. Nessas três regiões (América do Norte, Ásia e Europa), observa-se uma demanda atípica e bastante elevada no ano de 2014, quando o Brasil sediou a Copa do Mundo (MTUR, 2017).

De acordo com o WTTC, em 2017, o turismo no país contribuiu, diretamente, para 2,9% do PIB nacional (US\$ 59,6 bilhões) e para 2,6% do total de empregos no país (2,3 milhões de postos de trabalho), representando 6,1% dos investimentos realizados no país (US\$ 19,7 bilhões). A projeção do instituto é de que o turismo representaria 3% do PIB do país em 2028 (World Travel & Tourism Council, 2016). A Figura 13 ilustra o fluxo de chegadas e partidas internacionais no Brasil.

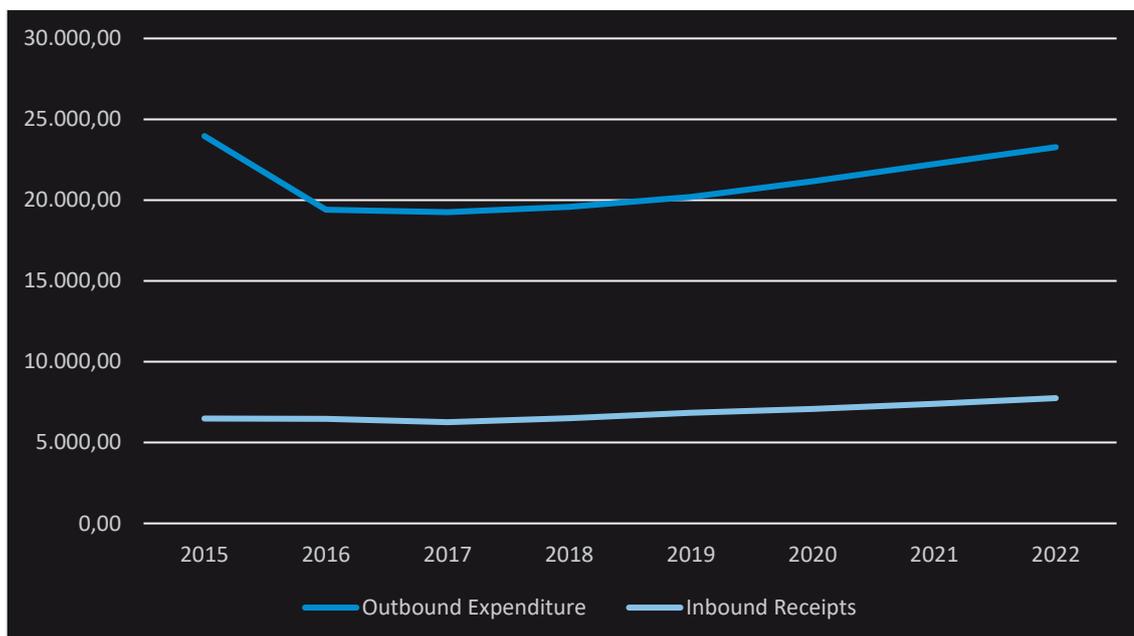
Figura 13 - Chegadas (*inbound*) e partidas (*outbound*) internacionais – Brasil – 2015 a 2022 (previsão – viagens por 1.000)



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

Em termos de chegadas internacionais, em 2018, o Euromonitor International previa um crescimento das viagens para o Brasil até 2022 da ordem de 22,9%, e que envolveria uma evolução de 6,4 milhões, em 2018, para 7,9 milhões de viagens em 2022. No que diz respeito às partidas de turistas brasileiros para o exterior, a previsão é de crescimento desse fluxo em ritmo semelhante no período (21%), com uma projeção de aumento de 9,1 milhões (em 2017) para 11 milhões, em 2022 (Euromonitor International, 2018b). A Figura 14 a seguir apresenta os gastos e receitas internacionais no turismo brasileiro.

Figura 14 - Gastos e receitas internacionais no Turismo brasileiro (2015 a 2022) (previsão – US\$ Milhões)



Fonte: Euromonitor International. Consulta em 28/03/2018 14:56:08 (GMT).

Segundo as previsões de chegadas, no cenário de 2017, as receitas obtidas com o turismo internacional no Brasil, por sua vez, também indicavam uma tendência de crescimento do setor para os próximos anos, com a projeção de passar de uma receita anual de US\$ 6,3 bilhões em 2017, para US\$ 7,7 bilhões em 2022; um crescimento de 23,7% no período. Por outro lado, os gastos de turistas brasileiros no exterior, com a projeção de passar de \$ 19,2 bilhões em 2017 para US\$ 23,3 bilhões em 2022, um crescimento de 20,8% como indica a Tabela 2 (Euromonitor International, 2018b).

Tabela 2 - Contribuição atual e futura do Turismo para a economia brasileira

	PIB (contribuição direta)	Emprego (contribuição direta)
Contribuição do turismo em 2017	2,9% do PIB	2,6% do emprego total
Previsão de crescimento em 2018	2,7%	2,4%
Previsão de Crescimento Anual 2018-2028	2,6% a.a.	1,9% a.a.
Contribuição relativa do turismo em 2028	3% do PIB	2,8% do emprego total

Fonte: UNWTO Barômetro do Turismo 2018 V.16 / WTTC, março/2018.

Considerando a perspectiva do desenvolvimento, em termos de contribuição para a economia brasileira, o papel do turismo deve manter-se estável nos próximos anos. A contribuição direta do turismo (doméstico e internacional) para o PIB brasileiro, que em 2016 era de 3,2% do PIB e, em 2017, foi de 2,9%, e deveria manter-se nesse patamar em 2028, com 3% de contribuição para o PIB (Euromonitor International, 2018b).

Essas estatísticas são essenciais para que se possa entender a força econômica do turismo no pré-pandemia, mas também podem levantar debates importantes com relação às diretrizes que orientam as políticas públicas de desenvolvimento das viagens em um país caracterizado por níveis elevados de desigualdade social.

O período pandêmico e o pós-pandemia trouxeram desafios sem precedentes para o setor de turismo no Brasil, amplificando problemas já existentes, como a infraestrutura deficiente e a percepção de segurança. A paralisação do turismo global em 2020 e 2021 não apenas resultou em perdas econômicas substanciais, como também impôs a necessidade de reavaliar as estratégias de desenvolvimento turístico para o futuro. O retorno gradual das atividades em um cenário pós-pandêmico requereu um enfoque renovado em sustentabilidade, diversificação de destinos e

inovação tecnológica. Superar esses desafios é essencial para que o país consiga alavancar o turismo como uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social em um mundo pós-pandêmico.

2.1.3 Panorama do turismo no contexto global pós-pandêmico

A COVID-19 provocou um efeito de parada quase que completa na cadeia de viagens. Esse efeito é principalmente resultado da própria dinâmica turística, que envolve principalmente a mobilidade de pessoas, a visita a locais fechados e abertos, além da interação direta entre pessoas em várias situações (Gössling; Scott; Hall, 2021). As atividades no turismo foram retomadas, gradativamente, a partir de 2021, mas os efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais da Pandemia da COVID-19, ainda estão sendo decodificados.

Entre o último trimestre de 2021 e dezembro de 2024, diversas mudanças foram observadas na dinâmica turística, com a retomada das atividades presenciais e uma demanda reprimida por quase dois anos. Assim, compreender esse processo e o impacto nos dados do turismo e na economia global parece imprescindível para acompanhar as tendências pós-pandêmicas e focar em um planejamento estratégico e gestão sustentável a médio e longo prazos.

Oliveira et al. 2024, destacam que a Pandemia da COVID-19 reafirmou que a dinâmica das atividades relacionadas ao turismo, em sua conexão com outros setores da economia, tende a propiciar a criação de renda e postos de trabalho, pois estabelece uma ligação com o local, os serviços prestados, a cultura, a culinária e a interação entre os habitantes de determinados lugares turísticos locais e os visitantes que ali chegam.

Assim, com a pandemia, o setor de viagens, severamente impactado pela crise sanitária, enfrentou uma queda expressiva nas receitas, o cancelamento em massa de reservas, o fechamento de aeroportos e uma série de desafios operacionais que exigiram respostas imediatas. No período pós-pandemia, o turismo, frequentemente associado à realização de projetos e experiências pessoais, foi marcado por um retorno intenso de fluxos turísticos, impulsionado ainda por um cenário de incertezas.

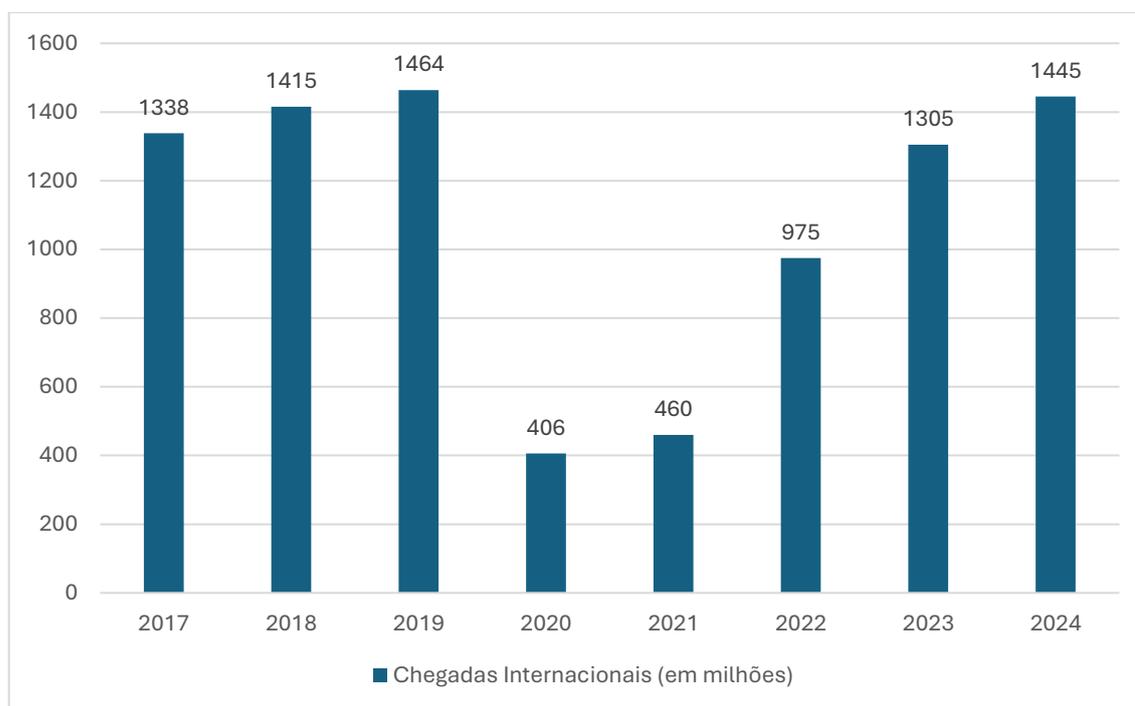
Questões como a possibilidade de novas crises sanitárias e a durabilidade dos efeitos da vacinação geraram hesitação entre os viajantes, ao mesmo tempo em que alimentaram a demanda reprimida por reencontros familiares e viagens adiadas. Assim, embora o setor apresente fortes sinais de recuperação, sua retomada ainda ocorre de forma gradual, refletindo os impactos prolongados da crise sobre a economia e sobre a estrutura do turismo global (Oliveira et al., 2024).

De acordo com um estudo da Fundação Getúlio Vargas (2020) acerca do efeito da pandemia no setor turístico, este é um dos segmentos econômicos que enfrenta maiores desafios para a retomada das operações, o que se reflete nas previsões financeiras e nas expectativas para o setor. O estudo destaca que a volta efetiva às atividades presenciais deve passar por quatro momentos principais:

- Primeira fase: deslocamentos domésticos indispensáveis de curta distância, predominantemente por vias rodoviárias. Espera-se que a intensificação do controle sobre a pandemia e a implementação de normas sanitárias pelas empresas de hotelaria e transporte proporcionem maior segurança e confiabilidade aos consumidores.
- Em um segundo momento, retorno das viagens domésticas de longa distância, utilizando o transporte aéreo, que já deve estar mais bem estruturado com os protocolos aeroportuários;
- Em um terceiro momento, retorno das viagens de negócios e eventos, ainda que lentamente, pois a dinâmica de turismo só deve retornar ao normal após a adaptação dos eventos aos novos protocolos;
- Quarta etapa: retomada do turismo internacional, pois este dependerá de regulamentações e normas de outros países, que, na sua maioria, passaram por uma fase de recesso. As aberturas, as concessões de vistos e os protocolos sanitários implementados terão, portanto, um impacto significativo na retomada do turismo internacional. A recessão econômica global também deve prejudicar a recuperação desse mercado.

Diante desse cenário, a primeira série histórica de dados apresentada ilustra a evolução do fluxo de chegadas internacionais no turismo global, com dados de 2017 a 2024 (Figura 15).

Figura 15 – Chegadas Internacionais de Turistas no mundo entre 2017 e 2024 (em milhões)



Fonte: Global and Regional Tourism Performance. UNWTO, janeiro/2025.

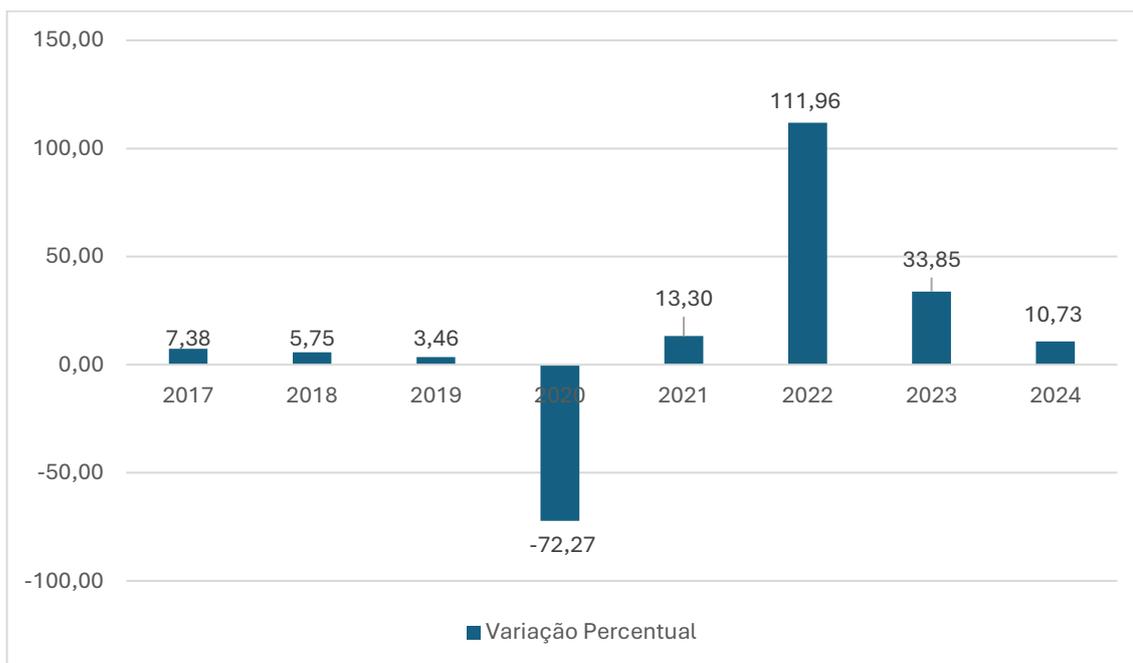
Conforme os dados divulgados pela UNWTO em janeiro de 2025, observa-se um aumento constante no número de chegadas internacionais de 2010 a 2019, de 973 milhões para 1464 milhões, o que sinaliza um crescimento progressivo na demanda. Alguns fatores também contribuíram para isso, incluindo o rápido crescimento econômico mundial após a crise, o aumento da conectividade aérea com o aumento de voos internacionais, o investimento em marketing e infraestrutura turística pelos destinos, além da simplificação de vistos em diversas áreas (OMT, 2025).

A partir de 2020 houve uma queda acentuada nas chegadas internacionais para 406 milhões, um efeito direto da crise sanitária daquele ano e das limitações globais de viagens. Em 2021 ocorreu apenas um limitado crescimento nesses dados, embora não expressivo.

Uma outra maneira de analisar esse fenômeno é através do estudo da variação percentual das chegadas de turistas internacionais ao redor do mundo. Isso pode ser ilustrado nas figuras 16 e 17, que ilustra o crescimento percentual das chegadas

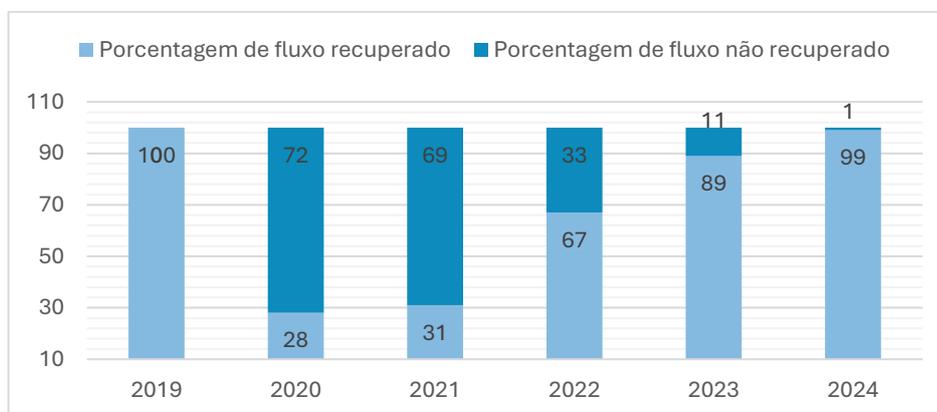
internacionais em comparação ao ano anterior, ao longo de 14 anos da série histórica (a partir de 2010). Além disso, observa-se na Figura 15 um "boom" nas chegadas em 2022, seguido por uma recuperação mais evidente até 2024, quando o fluxo recuperado alcança 99% com apenas 1% ainda não restabelecido (OMT, 2025).

Figura 16 – Variação Percentual – Chegadas Internacionais no mundo (de 2010 a 2024)



Fonte: Elaboração própria. Baseado em "Global and Regional Tourism Performance, UNWTO, janeiro/2025.

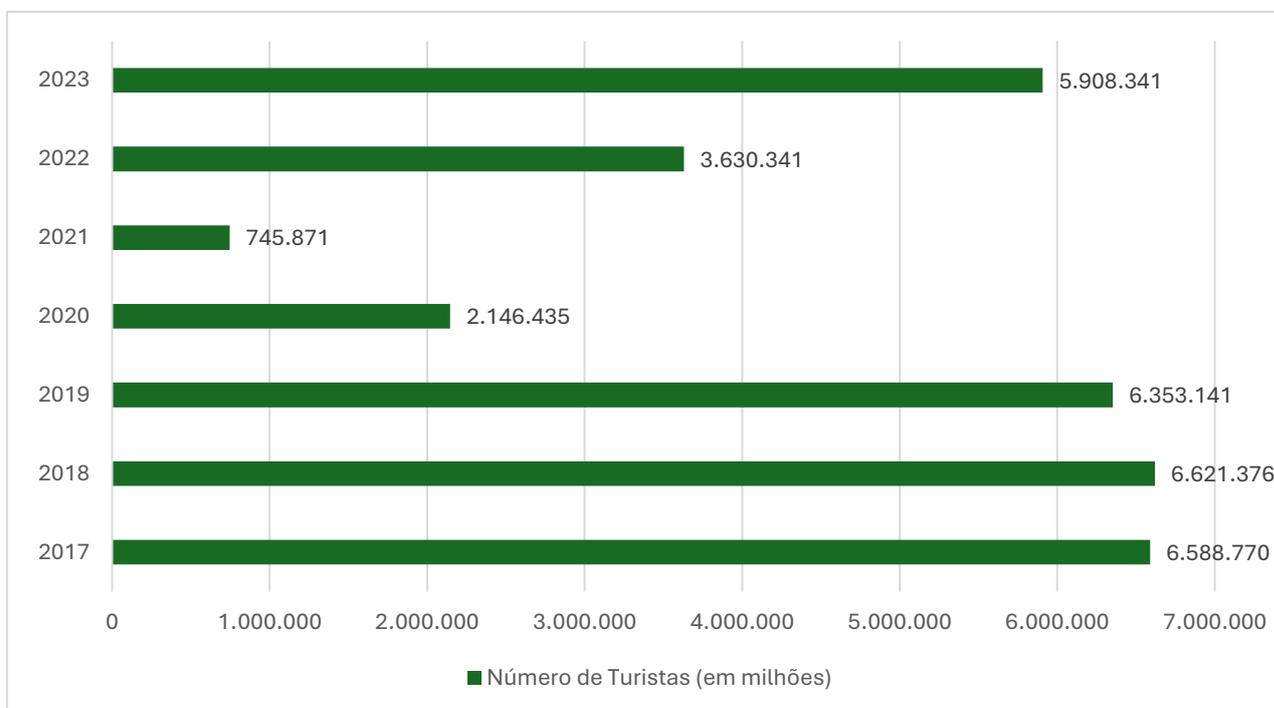
Figura 17 – Recuperação do número das chegadas de turistas internacionais pós-pandemia em relação à 2019 (em porcentagem)



Fonte: Adaptado de World Tourism Barometer (UNWTO, janeiro/2025).

No Brasil, dados da Embratur indicam, também, uma recuperação rápida, conforme pode ser observado na Figura 18.

Figura 18 – Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil (de 2010 a 2023)



Fonte: Portal de Dados – Embratur, 2025.

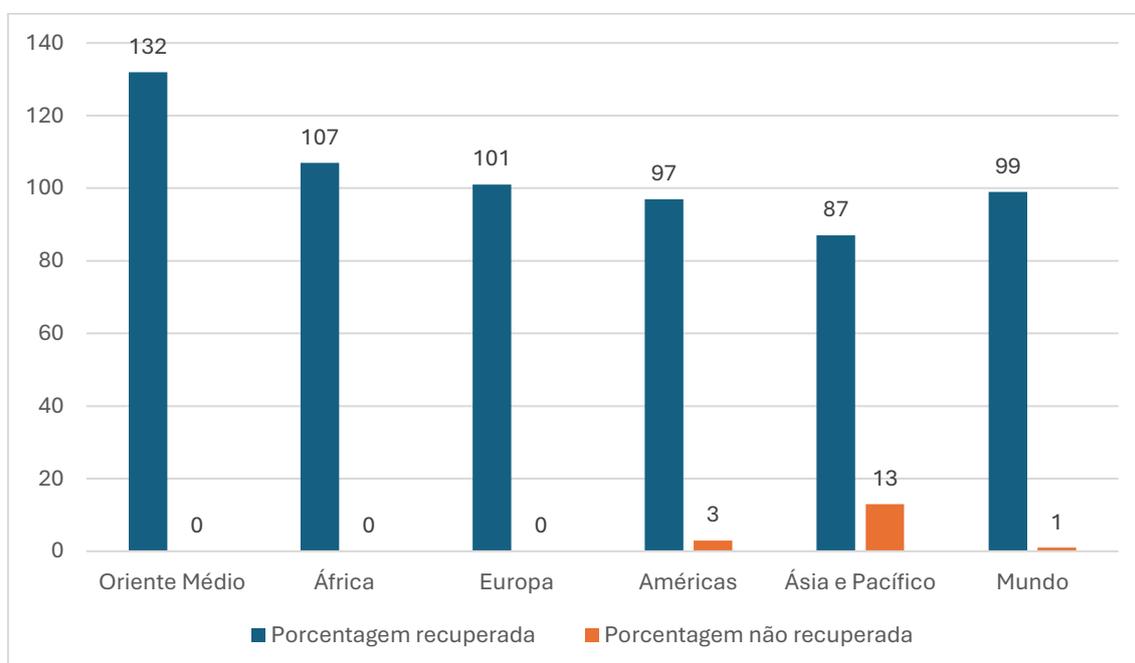
A evolução do fluxo de visitantes de 2017 a 2023 evidencia tendências marcantes ao longo desse período. Assim como no mundo inteiro, a chegada da Pandemia da COVID-19, em 2020 provocou uma redução significativa nesse fluxo, com os dados caindo de 2.146.435 naquele ano para apenas 745.871 em 2021, reafirmando os efeitos das restrições de mobilidade e o impacto da crise sanitária que atingia todo o globo, naquele momento. Com a melhoria do quadro pandêmico, ao fim de 2021 e, principalmente a partir de 2022, foi possível observar o início de recuperação, percebido pelo aumento para 3.630.341 visitantes. Essa tendência se intensificou em 2023, quando se atingiu um fluxo de 5.908.341 turistas, dado esse que se aproximou dos patamares anteriores à pandemia (Embratur, 2025).

Segundo a Embratur (2024), é possível justificar esse aumento no fluxo de turistas internacionais por alguns motivos, a destacar, pela reabertura das fronteiras a partir de 2022, que fez o Brasil e seus ambientes naturais se tornar um “holofote” na demanda internacional por destinos na América Latina. Além disso, houve um

aumento progressivo no número de assentos em voos – segundo a Embratur, comparado a 2022, o ano de 2023 teve uma oferta 32,47% maior. Por fim, as ações da Embratur tiveram importante impacto nessa dinâmica, uma vez que promoveram o aumento da conectividade, recuperando a oferta reprimida pela pandemia.

No que se refere à recuperação relativa ao número de chegadas, percebe-se que algumas regiões tiveram maior resiliência do que outras, conforme ilustrado na Figura 19.

Figura 19 – Recuperação do fluxo da chegada de turistas internacionais por Grandes Regiões em 2024 (em relação à 2019 – em %)



Fonte: Adaptado de World Tourism Barometer (UNWTO, janeiro/2025)

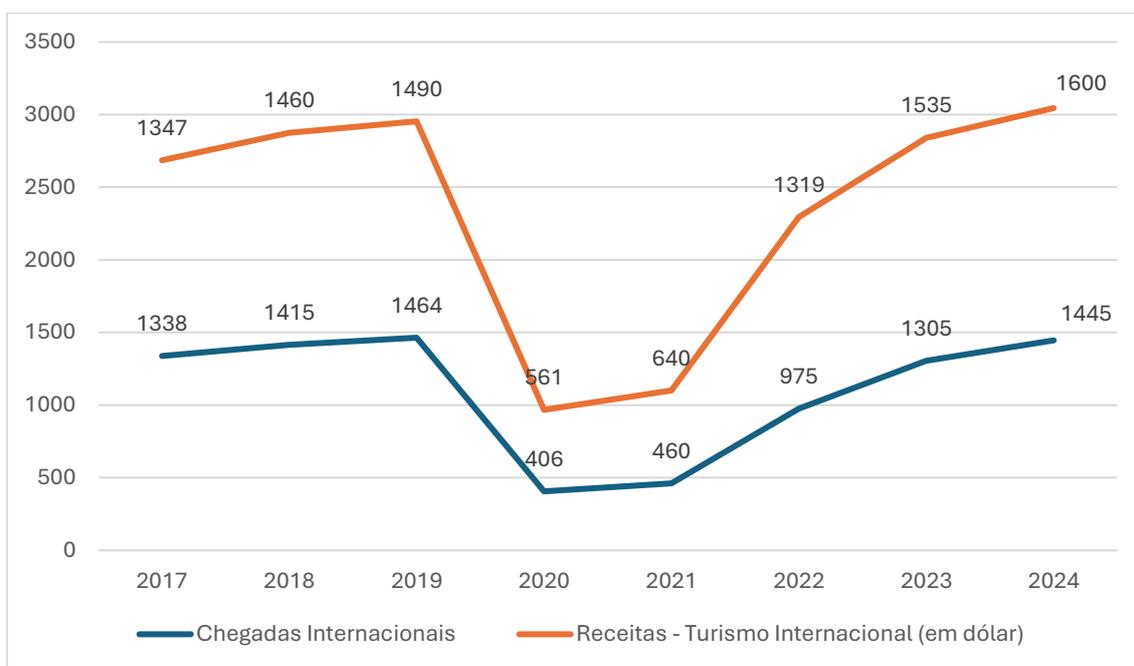
Essa avaliação por grandes regiões evidencia variações no ritmo de recuperação entre os continentes. O Oriente Médio se sobressai como a única região que ultrapassou os patamares anteriores, obtendo 132% de recuperação em 2024. África e Europa também exibiram recuperação no período pós-pandêmico, ultrapassando os 100%, o que sinaliza um crescimento que transcende a simples retomada. Contudo, ainda existem lacunas de recuperação de fluxos turísticos nas Américas, Ásia e Pacífico. As Américas recuperaram 97% do fluxo. Por outro lado, a Ásia e o Pacífico exibem as taxas de recuperação mais baixas (87%), mas ainda enfrentam um déficit de 13%. Esses dados indicam que a recuperação não aconteceu

de forma uniforme, pois oscilou de acordo com as circunstâncias econômicas, políticas e estruturais de cada região. No entanto, eles representam faróis para uma tendência ascendente das chegadas internacionais do turismo, para os próximos anos.

A avaliação apresentada anteriormente e ilustrada nas figuras 17 e 19 revela um padrão de recuperação global progressiva, impulsionado por diferentes esforços regionais. Embora algumas regiões já tenham superado seus níveis anteriores pré-pandêmicos, outras ainda lutam para alcançar a recuperação total. Este contexto destaca a relevância de estratégias flexíveis de políticas públicas que levem em conta aspectos como infraestrutura, políticas de estímulo e alterações nas preferências dos clientes. Embora existam variações, a tendência predominante sugere um retorno progressivo à normalidade pré-pandêmica, evidenciando a resiliência do setor e sua habilidade de superar crises.

A Figura 20, a seguir, ilustra a dinâmica das receitas turísticas entre 2017 e 2024.

Figura 20 – Receitas do Turismo no Mundo: Variação Percentual sobre o ano Imediatamente Anterior e comparativo com as chegadas internacionais de turistas (de 2010 a 2024 – em milhões)



Fonte: Adaptado de World Tourism Barometer (UNWTO, janeiro/2025)

A figura anterior ilustra que entre 2010 e 2019 houve o crescimento constante nas chegadas internacionais, que atingiu um pico de 1.464 milhões de visitantes, em 2019. Essa expansão foi acompanhada pelo aumento das receitas turísticas, que passaram de 989 bilhões de dólares em 2010 para 1.490 bilhões, em 2019. Essa tendência sugere um crescimento no turismo internacional, com aumento no número de turistas e impacto econômico positivo do setor.

Assim pode-se constatar o claro impacto da pandemia no setor de viagens, quando as chegadas internacionais caíram para 406 milhões, ao passo que as receitas turísticas tiveram uma queda ainda mais acentuada, atingindo apenas 106 bilhões de dólares. Essa queda nas receitas foi ainda mais enfática do que o número de turistas, sugerindo que os turistas gastaram consideravelmente menos durante esse período. Em 2021, os dados começam a se recuperar, embora lentamente, ainda muito aquém dos patamares pré-pandemia, o que ilustra os efeitos das limitações sanitárias e a incerteza no setor (UNWTO, 2025).

A recuperação do turismo se intensificou, consideravelmente, a partir de 2022, tanto em fluxos internacionais quanto em receitas. Em 2023, o número de turistas estrangeiros chegou a 1.305 milhões, um patamar similar ao período pré-pandemia, enquanto as receitas do setor turístico superaram 1.500 bilhões de dólares. As estimativas para 2024 apontam para uma recuperação ainda mais vigorosa, com a chegada de 1.445 milhões de turistas internacionais e, a arrecadação alcançando 1.600 bilhões de dólares, o que supera o recorde de 2019. Este panorama indica que o setor não só está se recuperando, mas também se expandindo, provavelmente em razão de um crescimento na demanda reprimida, na apreciação dos serviços turísticos e na inflação que afeta os custos do turismo mundial (UNWTO, 2025).

O principal contraste entre a tendência global e a brasileira reside na velocidade da recuperação. A recuperação do turismo internacional (Figura 15) parece ter ocorrido mais rapidamente, já tendo superado alguns marcos históricos, ao passo que os dados brasileiros indicam que a retomada do setor ainda está em curso, sem ter alcançado completamente os níveis pré-pandemia. Isso pode sugerir que, mesmo com o aumento nas viagens ao redor do mundo, alguns mercados, como o brasileiro, ainda enfrentam obstáculos para a recuperação total do setor. Mesmo assim, os dados apresentados permitem inferir expectativas positivas sobre a retomada no turismo em todo o mundo. O cenário provável é de uma recuperação a médio prazo

em praticamente todas as grandes regiões do mundo, além do crescimento do setor de turismo, em larga escala, caso não se materializem as incertezas geopolíticas.

Assim, o desafio de se buscar uma proposta de turismo, em bases sustentáveis, parece necessária, na tentativa de se buscar reorientar políticas públicas de turismo, para as suas dimensões sociais e ambientais. Neste sentido, a Promoção Turística poderá ter importante papel para a construção de salvaguardas para o patrimônio natural e cultural, em âmbito global e nacional, nos próximos anos.

Não há mais como ignorar as consequências, por vezes negativas, de práticas turísticas ancoradas em visões simplesmente econômicas do turismo, principalmente no que diz respeito às salvaguardas ambientais e socioculturais. Da mesma forma, não se pode esquecer, em planejamento, da importância do vínculo com a cultura, as tradições, e a história na heterogênea sociedade contemporânea (Medeiros, 2013).

Nesse contexto, a necessidade de integrar as salvaguardas ambientais e socioculturais ao planejamento turístico torna-se ainda mais evidente. As práticas correntes, centradas nos interesses econômicos envolvidos, falham em capturar a complexidade das interações sociais e culturais que o turismo envolve, e podem gerar consequências perversas para as comunidades envolvidas e para o equilíbrio ambiental.

No entanto, essas práticas precisam se alinhar com a constante evolução da sociedade, pois ela é dinâmica e está constantemente em movimento, passando por mudanças que podem ter consequências em diferentes setores da vida social, (Barbosa, 2010). Um exemplo dessas mudanças é o aumento da expectativa de vida da população, principalmente em países desenvolvidos, que chega à terceira idade com maior tempo livre e disponibilidade para se dedicar às atividades de lazer. Além disso, esse grupo tende a possuir maior estabilidade financeira, poder de compra e, em alguns casos, melhor condição de saúde, o que lhes confere maior disposição e condição de realizar viagens e atividades de turismo (Camargos et al., 2019; Sousa et al., 2019).

Assim, à medida que as mudanças sociais, culturais e tecnológicas remodelam o comportamento dos consumidores, o turismo, como setor dinâmico, passa a incorporar essas transformações, devendo adaptar-se às novas demandas sem perder de vista o vínculo essencial com as tradições, a cultura e a história das

localidades. Assim, o planejamento turístico, em bases sustentáveis deve ser capaz de equilibrar a preservação do patrimônio natural e cultural com a capacidade de responder às transformações sociais e mercadológicas.

Em relação às mudanças observadas, o avanço social e econômico, em associação ao aumento da renda da população favoreceu que uma maior parcela pudesse planejar passeios e viagens de lazer. As Classes D e E passaram a compor, assim, parte de um mercado emergente no setor de turismo, o que faz emergir um novo perfil de consumidor (Ministério do Turismo, 2024). Por sua vez, o avanço tecnológico vem contribuindo para inúmeros benefícios e facilidades para diversos setores econômicos e para o “consumidor” em geral, que, de posse de ferramentas tecnológicas, passou a ser dotado de maior poder e autonomia na busca de produtos e serviços.

No setor de turismo, a fusão com as tecnologias de informação resultou na evolução do chamado “turismo inteligente”, que através da coleta e análise de dados de diferentes fontes permite que as experiências de viagem possam se tornar mais eficientes, mais ricas e mais sustentáveis (Gretzel et al., 2015; Li et al., 2017). As fontes de informação disponíveis, nesse caso, embora auxiliem na análise do comportamento do turista, podem também amparar e beneficiar outros setores da economia, bem como empresários, que podem utilizar as informações disponíveis para melhorar o enfoque e o direcionamento de seus serviços (Buhalis; Amaranggana, 2015; Mikhailov; Kashevnik, 2020).

Estas características se conectam para fazer emergir novos perfis de turistas e fazem com que esses perfis, mesmo distintos entre si, compartilhem demandas e interesses, o que tende a resultar em mudanças significativas nas ofertas de serviços e no setor de turismo como um todo. A identificação desses novos perfis de turistas e dos seus interesses proporciona aos empresários do setor uma importante ferramenta para que possam se adaptar às novas demandas do mercado. Nesse aspecto, a Promoção Turística constitui uma peça-chave no acompanhamento de novas tendências e de competitividade, na adequação de serviços e no atendimento prestado para que o setor do turismo, possa acompanhar as mudanças em curso, as quais podem ser decisivas para o seu êxito.

Logo, depreende-se que o compromisso de sustentabilidade, atrelado à Promoção Turística, tende a ser fundamental, nos próximos anos, principalmente em função da questão climática e seus efeitos na geopolítica global, se configurando não apenas como um diferencial estratégico, mas como uma necessidade para assegurar a competitividade e a longevidade de empresas e destinos turísticos. Esse amálgama de Promoção Turística, com foco no reconhecimento dos impactos sociais, econômicos e no ambiente advindos do turismo, sinaliza que o setor poderá acompanhar as tendências emergentes, adaptar-se rapidamente às mudanças no comportamento dos turistas e responder às novas demandas do mercado. No entanto, parece necessário que essas práticas inovadoras sejam efetivamente fundamentadas nas premissas de sustentabilidade, garantindo que o desenvolvimento do setor ocorra de maneira equilibrada, respeitando limites ambientais, culturais e sociais.

Mas a noção de sustentabilidade frequentemente utilizada de forma ampla e imprecisa em políticas públicas setoriais pode levar a abordagens fragmentadas e inconsistentes sobre o tema em foco. Essa multiplicidade de significados associada ao termo traduz a complexidade do debate proposto e sinaliza também para os inúmeros desafios ainda a serem enfrentados em Promoção Turística, nos próximos anos.

3. A POLISSÊMICA NOÇÃO DE SUSTENTABILIDADE E A CONEXÃO COM O TURISMO

Este capítulo estabelece as bases para a análise do turismo, em sua conexão com o debate sobre sustentabilidade, abordando conceitos fundamentais, trajetórias históricas e implicações contemporâneas. Organizado em quatro seções, o capítulo segue uma estrutura lógica que avança do geral para o específico, conectando a teoria às práticas e desafios identificados na reflexão sobre o tema.

A seção inicial apresenta sustentabilidade como uma noção multifacetada, destacando a evolução histórica do debate, tendo a Agenda 2030 como horizonte. Se problematiza, ainda, a relevância do exercício de integração das premissas de sustentabilidade às políticas públicas e setores estratégicos, com ênfase na abordagem do turismo como via privilegiada para o êxito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A terceira seção examina as interseções entre turismo e sustentabilidade, identificando avanços, desafios e contradições inerentes à tradução das premissas de sustentabilidade em políticas públicas setoriais. São analisados os impactos do turismo na conservação da biodiversidade e seus efeitos para a inclusão social e, o desenvolvimento econômico, destacando-se as oportunidades e os conflitos inerentes ao setor. Encerrando o capítulo, se busca abordar o turismo, no horizonte dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. São também apresentados alguns casos e exemplos que ilustram como o turismo representar um catalisador para transformações locais e globais.

3.1 A POLISSÊMICA NOÇÃO DE SUSTENTABILIDADE: UM DEBATE EM CONSTRUÇÃO

O debate sobre sustentabilidade traz à tona uma reflexão profunda sobre princípios e valores, no contexto de um mundo em crise. Ao contrário da crença popular, a noção de sustentabilidade não resulta de uma visão romântica de mundo e nem um tema de interesse unicamente empresarial. Essa noção resulta de um debate crítico sobre os modos de produção e de consumo, em um processo complexo de

decodificação do significado de desenvolvimento econômico e social (Irving; Azevedo; Lima, 2018; Irving; Oliveira, 2012).

Assim, os estudos sobre sustentabilidade vêm progressivamente se afirmando enquanto reação aos preceitos econômico-desenvolvimentistas que vêm orientando os caminhos da contemporaneidade de aumento de produção e vêm influenciando os modelos de sociedade, baseados em uma dinâmica permanente de produção de bens e serviços pela perspectiva do consumo. Além disso, as consequências de duas guerras mundiais, as mudanças climáticas, os recorrentes registros de poluição e crescimento das desigualdades sociais passam a ser percebidas, nos últimos anos, como graves sinais de que o mundo está se ancorando em um modelo econômico fadado ao fracasso.

A preocupação com o compromisso de sustentabilidade resulta, assim, tanto do reconhecimento de que a natureza não é infinita, como também pela constatação da impossibilidade de se perpetuar uma dinâmica crescente de consumo global. Portanto, os estudos sobre sustentabilidade derivam do pensamento crítico sobre os modelos de desenvolvimento, no curso da história, e essa dinâmica precisa ser mais bem compreendida, do ponto de vista acadêmico e no plano de políticas públicas

As primeiras teorias que despertaram esse movimento, baseadas no pensamento econômico-desenvolvimentista, foram propostas por pensadores neoclássicos, ainda na primeira metade do século XX. Diante de um mundo em constantes disputas, e da necessidade de crescimento imediato da produção, esses revisitaram as teorias da economia, como, por exemplo, David Ricardo e o filósofo Adam Smith, entendendo que as vantagens comparativas dos “mercados” poderiam se tornar vantagens competitivas. Para esses autores da “pré-economia do desenvolvimento”, o avanço econômico dependia das oportunidades oferecidas pelo mercado, pela comercialização, pela capacidade de estoque e pelos custos de produção. Adam Smith, por exemplo, considerou que o homem não usufrui o resultado do seu trabalho, ao contrário, produz o bem e o vende no mercado, para depois comprar o que quiser consumir. Ricardo, por sua vez, reafirmava que o caminho para avanço econômico seria explorar as vantagens comerciais comparativas, que advêm das diferenças de produtividade (Perman, 2003).

Ainda sob a ótica de mercado, pela perspectiva dos provedores de recursos para a produção, autores estruturalistas latino-americanos desafiaram a teoria neoclássica por meio de uma crítica ao comércio internacional vigente e influenciaram o pensamento sobre o sistema global de produção. Esses passaram a questionar onde se produzia e de onde vinham os insumos, e estabeleceram uma crítica profunda à economia neoclássica e à sua ideia de que a especialização baseada em vantagens comparativas, qualquer que fosse a sua natureza, não seria uma solução para o crescimento econômico. Assim, os estruturalistas estabeleceram os primeiros passos para a cooperação na política internacional. Era preciso, então, entender corretamente onde estariam os insumos produtivos do futuro e sob que viés a relação comercial global aconteceria.

Neste sentido, uma nova corrente de pensamento passou a pregar a necessidade de desenvolvimento, a partir de um olhar mais crítico à forma pela qual os insumos naturais são utilizados e, por consequência, o foco passou a se dirigir à relação do ser humano com o planeta, em sentido amplo. A partir metade da década de 1970, desenvolveu-se progressivamente um pensamento mais voltado ao denominado, eco desenvolvimentismo, que passou a se configurar como uma nova corrente de pensadores e que se dedicaria a entender a relação do homem com a natureza como resposta ao desenvolvimento (Sachs, 2002).

Os primeiros economistas e planejadores que internalizaram a preocupação ecológica na discussão sobre desenvolvimento foram influenciados por teorias da Engenharia, produzidas na década de 1970 e alertavam para a necessidade de se considerar, nos padrões vigentes de produção e consumo, os limites dos recursos naturais do planeta. Para esses, tais recursos seriam finitos (Martinez-Alier, 2015).

Para os teóricos deste movimento, o ritmo de desenvolvimento em curso não seria viável nem desejável, pois não funcionava na escala do planeta. Seria, portanto, necessário se pensar em um “outro desenvolvimento”, uma vez que, os modelos até então experimentados pareciam problemáticos e excludentes.

Este processo, fortemente defendido por autores como Georgescu-Roegen (1971), é explicado por meio de uma analogia à Segunda Lei da Termodinâmica. De acordo com essa lei, em um sistema fechado, quando há transformação de um tipo de energia em outro, parte da energia é sempre dissipada na forma de calor que não

é recuperável. Essa energia dissipada é essencialmente uma medida da entropia, ou seja, a capacidade de readaptação e irreversibilidade de um sistema.

Essa analogia proposta por Roegen relaciona produção e consumo, e pretendeu ilustrar como produtos, insumos e moeda circulam no sistema econômico, essencialmente segundo uma visão de um sistema fechado circular no qual nada de novo entra e nada sai. Assim, o ambiente de produção deveria respeitar a capacidade de recuperação do ambiente fornecedor de insumos, o que não acontece, e faz com que a produção seja insustentável (Debeir; Deléage; Hérmery, 1993; Nogueira, 2019; Irving; Oliveira, 2012).

Este período de reflexão foi crucial para o que viria a ser entendido, posteriormente, como sustentabilidade. Pela primeira vez, a abordagem desenvolvimentista e a leitura de relação do ser humano com a natureza convergiam para a busca de um modelo de desenvolvimento que pudesse ser mais inclusivo e menos perverso com relação à dinâmica da natureza e ao uso de “insumos” dela advindos para a engrenagem do desenvolvimento.

Como decorrência desse debate e do reconhecimento das questões ambientais, que passaram a afetar de forma marcante a sociedade global nas décadas de 1960 e 1970, a Organização das Nações Unidas (ONU) passou a internalizar em suas práticas novas correntes de pensamento, por meio de conferências e publicações nas diferentes entidades que a compõem (Nogueira, 2019).

O primeiro e mais importante desses marcos foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, na Suécia, em 1972, considerada como um ponto de referência nesse debate porque trouxe à reflexão global concepções iniciais do que se configuraria, subsequentemente, como o conceito de Desenvolvimento Sustentável (Lago, 2006).

Os debates então iniciados evoluíram nos anos seguintes para envolver novas questões. Como resultado desse processo, o Relatório Brundtland foi formalizado e publicado pela Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento (UN,1987) propagando a noção de Desenvolvimento Sustentável como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades. A principal contribuição deste documento, em

termos globais, foi admitir a possibilidade harmonização entre as ideias e conceitos relacionados ao crescimento econômico, à justiça, ao bem-estar social e à conservação ambiental. O documento passou a inspirar, também um movimento em prol do uso racional dos recursos da terra, preservando as espécies e habitats naturais. Assim, um caminho possível para uma relação harmoniosa entre os seres humanos e a natureza, admitindo-se os estágios atuais das forças produtivas e as relações de produção (Nogueira, 2019).

A partir do Relatório Brundtland (UN,1987) abriu-se um grande debate na academia sobre o significado de desenvolvimento. Esse constituiu-se então como um importante marco para conciliar a questão ambiental com a proposta de desenvolvimento econômico. Segundo Nascimento (2012), introduziu-se, assim, a noção da intergeracionalidade no debate sobre sustentabilidade, a ela sendo acoplado o compromisso de justiça social e valores éticos do desenvolvimento.

Pearce (1988) considera ainda que, a partir de então, no plano global, houve uma proliferação de definições e conceitos sobre o que seria desenvolvimento sustentável, o que passou também a gerar muitas controvérsias sobre como se efetivaria de fato esse processo, a partir do campo ambiental, social e econômico. Essa polêmica ganhou progressivamente força nas variadas esferas de governos dos países membros da ONU, o que foi essencial para a ampliação do debate mundial acerca do tema da sustentabilidade.

Nesse processo, novas correntes de pensamento emergiram sobre a relação do ser humano com a natureza em escala planetária e inspiraram, também, um campo de conflito, resultado de múltiplos discursos que ora se opunham, ora se complementavam. Para Hanai (2012), polissemia representa a expressão maior desse campo de forças, que passou a condicionar, desde então, posições e ações de governos, empresários, políticos, movimentos sociais e agências multilaterais.

Na academia, para algumas correntes de pensamento, o conceito de Desenvolvimento Sustentável representa até os dias atuais uma ferramenta útil para orientar políticas e práticas que buscam equilibrar crescimento econômico, inclusão social e proteção ambiental (Kusch, 2015; March; Gual; Orozco, 2004). Para outros, esse termo pode mascarar a contradição entre a finitude dos recursos naturais e o caráter desenvolvimentista da sociedade industrial (Irving; Azevedo; Lima, 2018).

Esse debate traz em si, ainda, a ambiguidade de conceitos associados, como os de justiça e democracia, mas por essa razão, não deixa de ser relevante. (Nascimento, 2012).

O fato é que o período pós-Brundtland contribuiu para promover, nos modelos de gestão pública global, um movimento para uma visão de planejamento em médio e longo prazos, a partir da identificação de tendências econômicas e das medidas possíveis para se promover a equidade mundial, e o sentido de salvaguarda ambiental que passou a estar definitivamente inserido nas mesas de discussão dos tomadores de decisão.

Na arena comercial internacional, por sua vez, foram colocados face a face países em diferentes estágios de desenvolvimento. Alguns, preocupados com a exponencial degradação ambiental que ameaçava a sua qualidade de vida, outros, preocupados com eventuais restrições à exportação de seus próprios produtos primários. Essa oposição se tornou ainda mais tensa quando se passou a identificar os passivos ambientais nas diferentes economias. A partir desse contexto, a ideia de que seria necessário se pensar em um conjunto de metas a serem alcançadas pelos países membros da ONU, levando-se em conta as suas diferentes capacidades de produção e as distintas condições com relação à salvaguarda do patrimônio natural.

Diante deste cenário internacional, em 1989, a Assembleia das Nações Unidas aprovou a realização de uma nova grande conferência. Para fortalecer esse debate, convocou-se, então, a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, conhecida como Rio-92. O evento foi realizado na América do Sul, especificamente no Rio de Janeiro, e teve um impacto significativo para a difusão desses temas, tanto na simbologia global, por ter ocorrido no hemisfério sul (países em desenvolvimento), como pelo alcance do debate ambiental e pela validação dos preceitos comerciais que caracterizavam vários desses países como fornecedores de insumos naturais para o crescimento da produção nos países “ricos”. O mérito dos resultados da Rio 92 (OMT, 1992) vem sendo reafirmado, globalmente, até os dias atuais. Os seus efeitos mais visíveis foram a pactuação da Convenção sobre Desertificação, da Convenção sobre Diversidade Biológica, da Convenção das Mudanças Climáticas, além da Declaração do Rio e, da Agenda 21 (Nascimento, 2012).

A Declaração do Rio, resultante dessa Conferência da ONU seguiu a mesma linha das decisões de Estocolmo, relacionando ambiente e desenvolvimento, por meio do convite à boa gestão dos recursos naturais, sem o comprometimento do modelo econômico vigente. Nesta foram também acordados alguns compromissos efetivos para o desenvolvimento sustentável, no século XXI, por meio da Agenda 21, um instrumento pactuado entre governos e sociedade, que buscou funcionar como orientador para o planejamento global com o objetivo de mobilizar os diferentes atores globais em busca das soluções para os problemas do desenvolvimento (Irving; Oliveira, 2012).

A partir dos debates da Rio-92, três convenções internacionais foram lideradas pela ONU (com força de lei) e alimentam o debate e inúmeros conflitos até os dias atuais: Convenção do Combate à Desertificação, Convenção sobre Diversidade Biológica e Convenção do Clima. Desde então, esses temas têm sido discutidos no âmbito da Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU e nas denominadas Conferências das Partes (COPs) (Irving; Oliveira, 2012).

Dez anos depois, em 2002, em Johannesburgo, África do Sul, foi realizada a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, Rio+10, (UN, 2002). Esta Conferência representou uma iniciativa estratégica para o campo de sustentabilidade, tendo sido a primeira iniciativa oficial de grande porte no século XXI. Neste contexto, foram desenvolvidos debates sobre o Protocolo de Kyoto, proposta de compensação financeira para os países detentores de megadiversidade biológica ou que não contribuíam, significativamente, para o aquecimento global

Nesse processo, em 2012, novamente no Rio de Janeiro, foi realizada a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio + 20). Neste evento, os debates sobre desenvolvimento sustentável alcançaram um novo patamar em termos de reflexão global, diante de um novo contexto econômico, político e social. Além do debate ambiental propriamente dito, já consolidado anteriormente em 2012, ganhou força na ONU, a discussão sobre a necessidade de inclusão social e combate à pobreza. Apesar do limitado consenso sobre esse tema, o evento foi essencial para a pactuação de diversos compromissos globais dirigidos à sustentabilidade (Nascimento, 2012; Irving, 2018).

Em 2015, foi realizada a Cúpula de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas na sede da ONU em Nova York. Nessa ocasião, os países membros da ONU definiram novos objetivos para o desenvolvimento, em consonância com os princípios gerais descritos no Relatório Brundtland e com o aprendizado gerado nas discussões anteriores, desenvolvidas a partir de 1992 (Nogueira, 2019).

A Agenda 2030 foi pactuada, em setembro de 2015, pelos 193 países-membros das Nações Unidas e é fruto da maior consulta pública já conduzida pela ONU (UNWTO, 2017). Representantes dos mais diversos setores da sociedade civil e da gestão pública participaram dos debates e das consultas que culminaram na constituição desse novo documento de referência global com esse enfoque. Com esse direcionamento foram pactuados 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que estão detalhados em 169 metas e 232 indicadores para o monitoramento e a avaliação dos resultados alcançados, que compõem a denominada Agenda 2030 (UNIC RIO, 2015).

Nesse sentido, reconhece-se que sustentabilidade se expressa como uma noção em constante construção. Essa natureza dinâmica associada ao termo e seus múltiplos significados, o torna passível de críticas e contradições, em um campo teórico marcado pela complexidade. Além disso, o tema traduz disputas ideológicas e diferentes perspectivas de mundo, evidenciando as múltiplas visões que o atravessam (Irving; Oliveira, 2012).

O "tripé da sustentabilidade" – envolvendo as dimensões econômica, social e ambiental – é, portanto, decodificado como um trilema, traduzindo a complexidade e os conflitos inerentes à tentativa de equilibrar esses três pilares. A noção de sustentabilidade, como é entendida atualmente, demanda, assim, uma reformulação profunda dos modos de vida em sociedade para que seja possível enfrentar, de maneira eficaz as crises ambientais, econômicas e sociais que afetam o planeta. A dificuldade em conciliar crescimento econômico, justiça social e qualidade ambiental evidencia não apenas a limitação do modelo de desenvolvimento vigente, mas também a necessidade urgente de mudanças estruturais nos sistemas globais (Martine; Alves, 2015).

O fato é que a noção de sustentabilidade tem sido interpretada de várias formas em diferentes disciplinas, resultando em grande ambiguidade na compreensão de seu

significado. Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018) discutem que já foram identificadas entre 80 e 100 definições para o termo, dependendo do contexto. Essa ambiguidade surge do fato de que sustentabilidade pode ter diferentes significados para pessoas ou disciplinas distintas e traduz interesses contraditórios. Essa falta de clareza sobre o seu significado dificulta, portanto, a operacionalização dessa noção, em termos pragmáticos. (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018). Mas os autores identificam quatro eixos interpretativos principais sobre o significado de sustentabilidade:

a. como conjunto de critérios: sustentabilidade pode ser entendida como um conjunto de critérios que norteia as ações humanas em relação ao meio ambiente e à sociedade. Esse termo se refere a diretrizes socioecológicas que buscam orientar comportamentos e práticas, tanto no nível individual quanto organizacional, para minimizar impactos negativos. No contexto de setores da economia, como a agricultura ou o turismo, por exemplo, sustentabilidade envolveria a aplicação de critérios específicos para promover práticas que reduzam o impacto ambiental e incentivem a responsabilidade social. Nesse âmbito, as definições de sustentabilidade nem sempre são formalmente expressas. Em muitos casos, o uso do termo permite aos pesquisadores inferirem sobre o seu significado a partir do contexto, sem que haja uma definição explícita. Isso não implica dizer que a noção de sustentabilidade seja vazia de sentido; pelo contrário, ela carrega um entendimento implícito que é reconhecido e aplicado conforme necessário, para orientar ações, com base em valores ecológicos e sociais.

b. como visão e meta: sustentabilidade, entendida como uma meta a ser alcançada, refere-se à convergência de objetivos ambientais, sociais e econômicos que orientam o desenvolvimento de sistemas. Nesse contexto, o termo não se limita a uma inspiração para ações isoladas, mas se traduz como uma visão de longo prazo que busca preservar a integridade ecológica, alcançar justiça social e garantir a viabilidade econômica. Sustentabilidade, assim, estaria associada ao estabelecimento de metas que transcendem o compromisso de preservação ambiental, integrando a promoção da equidade social e o crescimento econômico sustentável. Esse ideal se traduz como a busca de equilíbrio entre os diferentes aspectos que influenciam o desenvolvimento humano, assegurando que os recursos naturais e sociais sejam geridos de forma a atender às necessidades das gerações atuais sem comprometer as necessidades das gerações futuras;

c. como objeto: sustentabilidade, entendida enquanto objeto, refere-se a uma entidade empírica que pode ser estudada, analisada e gerida. Tal interpretação foca no comportamento de sistemas, como ecossistemas e economias, avaliando sua resiliência, equilíbrio, capacidade adaptativa e habilidade para enfrentar mudanças ao longo do tempo. Sustentabilidade, assim, representaria um objeto concreto e mensurável, permitindo intervenções que promovam a manutenção de um equilíbrio dinâmico entre fatores ecológicos, sociais e econômicos. Este enfoque possibilitaria em tese, a gestão prática de caminhos adotados com esse fim, buscando compreender como os sistemas se mantêm equilibrados e adaptáveis, no sentido da perenidade do processo, a longo prazo.

d. como abordagem de estudo: sustentabilidade, quando entendida como uma abordagem de estudo, refere-se ao uso dessa noção como uma estrutura para apoiar a análise e a avaliação das diversas dimensões sociais, econômicas e ecológicas envolvidas em uma atividade, produto ou sistema humano. Nesse contexto, sustentabilidade representaria um modelo para viabilizar o exame do impacto das atividades humanas sobre os sistemas em que estão inseridas, buscando entender as interações entre variáveis sociais, ambientais e econômicas. Essa abordagem permitiria a avaliação de desempenho de diferentes sistemas, em termos de sua capacidade na manutenção do equilíbrio entre esses sistemas, promovendo, em tese, o desenvolvimento sustentável e o uso responsável dos recursos ao longo do tempo.

Mas para que o desenvolvimento sustentável possa ser alcançado, seria necessário que as diversas dimensões do desenvolvimento estejam interligadas e sejam complementarmente abordadas, em oito eixos analíticos, segundo Sachs (2002): Socialmente, o desenvolvimento sustentável visa alcançar uma sociedade com maior equidade social, o que envolve uma distribuição justa de renda e oportunidades, além do emprego pleno e digno. Isso significa garantir que todos tenham acesso igualitário aos recursos e serviços sociais, promovendo qualidade de vida para todos os cidadãos.

- Culturalmente, o desenvolvimento sustentável implica em um equilíbrio entre tradição e inovação, permitindo mudanças internas sem sacrificar a identidade cultural. É essencial que os países cultivem autonomia na criação de projetos de desenvolvimento nacionais e integrem um senso de autoconfiança, mantendo-se

abertos a influências externas, mas evitando imitações cegas de modelos estrangeiros.

- Ecologicamente, sustentabilidade abordada com foco na preservação dos recursos naturais, especialmente os renováveis, ao mesmo tempo em que se busca limitar o uso de recursos não renováveis. Essa abordagem reconhece a necessidade de conservar o "capital natureza" para garantir sua capacidade de regeneração e provisão de recursos no futuro.
- Ambientalmente, o foco desse eixo está em respeitar e fortalecer a capacidade de autodepuração dos ecossistemas, garantindo que possam continuar a absorver os impactos das atividades humanas sem comprometer sua saúde e funcionalidade.
- Territorialmente, o desenvolvimento sustentável busca um equilíbrio entre áreas urbanas e rurais, promovendo investimentos que eliminem a disparidade entre essas regiões. A melhoria do ambiente urbano e a implementação de estratégias de desenvolvimento seguro para áreas ecologicamente frágeis são essenciais para conservar a biodiversidade e promover o codesenvolvimento.
- Economicamente, o compromisso de sustentabilidade exige um desenvolvimento intersetorial equilibrado, que fortaleça a segurança alimentar e a modernização constante dos métodos de produção. Para isso, é necessário haver autonomia na pesquisa científica e tecnológica e uma inserção soberana e equilibrada na economia global.
- Politicamente, no âmbito nacional, desenvolvimento sustentável requer uma democracia que garanta universalmente os direitos humanos e uma capacidade estatal sólida para implementar o projeto de desenvolvimento. A coesão social é vital para manter a estabilidade e o compromisso dirigido a esse objetivo.

Embora a disseminação do conceito de desenvolvimento sustentável tenha ampliado o debate sobre as questões ambientais ao longo dos anos, especialmente por meio de conferências globais e eventos dedicados a examinar os riscos à sobrevivência humana (Lago, 2006), esse termo traduz inúmeros paradoxos, uma vez que o modelo vigente de desenvolvimento é incompatível com os limites ecológicos do planeta.

Diante dessa contradição, tende a ser um imperativo promover uma mudança radical no paradigma de desenvolvimento. Essa transformação deve priorizar a redução do consumo excessivo, a promoção de maior equidade social e o respeito aos limites ecológicos. As soluções para esses problemas que vem sendo adotadas atualmente, são insuficientes para o enfrentamento da grave crise planetária, sendo essencial que nesse debate sejam incorporados valores éticos e sociais (Martine; Alves, 2015).

Além disso, o modelo econômico atual é insustentável, pois decodifica a natureza como um recurso ilimitado, sem considerar os impactos sobre o equilíbrio ecológico, a médio e longo prazos. Por essa razão, a necessidade de um novo pacto social e ambiental baseado na solidariedade e no respeito aos limites ecológicos, tendo o cuidado como eixo central de uma ética renovada, capaz de integrar valores espirituais e sociais em práticas concretas para a sustentabilidade e a convivência pacífica (Boff, 2012).

Por todas as razões discutidas, a noção de sustentabilidade não pode ser construída por meio de discursos vazios ou soluções rápidas e simplistas para os problemas complexos da sociedade contemporânea. Ela traduz um processo em constante transformação, um movimento dinâmico e pulsante, repleto de desafios, mas também de possibilidades, como um caleidoscópio que, ao girar, revela cores e formas sempre novas e surpreendentes. Nesse contexto, o caminho rumo à sustentabilidade exige criatividade, inovação e, acima de tudo, uma ousadia responsável. Essa ousadia não apenas desafia o comodismo, mas também introduz novos valores disposta a assumir riscos, pavimentando o caminho para um sentido renovado de cidadania. Uma cidadania que conecte o homem consigo mesmo, com os outros e com a natureza, promovendo uma integração entre unidade e diversidade, entre o poético e o prático, e entre as dimensões do passado, presente e futuro (Irving; Oliveira, 2012).

Mas na transposição do debate filosófico para o plano concreto de políticas públicas, alcançar o desenvolvimento sustentável requer a implementação de um sistema eficaz de enfrentamento de conflitos e promoção da paz, sob a liderança da ONU. Esse processo demanda uma cooperação engajada e responsável entre os

países do Norte e do Sul global, essencial para fomentar o desenvolvimento de regiões mais vulneráveis (Sachs, 2002).

Contudo, como argumenta Boff (2012), para tal, seria necessário se promover uma transformação profunda da sociedade que redefina as relações humanas e ambientais, integrando princípios de justiça social, cuidado e responsabilidade com o planeta. Assim, a articulação entre políticas globais e mudanças éticas e culturais emerge como um caminho indispensável para que se possa enfrentar as crises contemporâneas e construir um futuro verdadeiramente sustentável.

Também tende a ser essencial o controle efetivo sobre o sistema financeiro e os negócios internacionais, assegurando que a economia global seja guiada pelo Princípio da Precaução e pelas salvaguardas à diversidade biológica e cultural. Além disso, um sistema consistente e solidário de cooperação científica e tecnológica tende a ser indispensável para o êxito do processo, (Sachs, 2002).

3.2 POLÍTICAS PÚBLICAS GLOBAIS DE SUSTENTABILIDADE RUMO À AGENDA 2030

Guiada pelos propósitos e princípios da ONU, dentre eles a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) e, os tratados internacionais decorrentes, a Agenda 2030 (ONU, 2015) reafirma os resultados de todas as maiores conferências já realizadas pelas Nações Unidas (United Nations, 2017). Seu processo de elaboração tem origem anteriormente à Conferência sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012. Durante aquele evento, os estados-membros adotaram o documento “*The Future we want*”, no qual se lançou, pela primeira vez, a iniciativa para os ODS, como discutido por Irving (2014).

Nessa esteira, a Agenda 2030 (UNIC RIO, 2015) é também conhecida como Agenda Pós-2015, pois sucede, atualiza, amplia e qualifica a agenda anterior, reconhecida como um conjunto dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) (United Nations, 2001), que vigorou entre 2000 e 2015 (Arruda Filho, 2017). À época, a decisão de se lançar um novo compromisso foi fruto da percepção de que resultados

importantes tinham sido alcançados com relação ao pacto anterior, mas ainda existia muito a ser feito no sentido de se buscar enfrentar os desafios contemporâneos. Nesse movimento, a Agenda 2030 foi constituída sob o lema “*No one left behind*” (“ninguém deixado para trás” – tradução livre), sinalizando especial atenção ao compromisso da equidade e inclusão social para o seu alcance.

Outra característica da Agenda 2030 é o seu sentido de universalidade. De forma distinta de metas mundiais anteriores, que se aplicavam principalmente ao contexto de países em desenvolvimento, os ODS são universais, pois a erradicação da pobreza extrema e, a construção de um futuro sustentável, são desafios que todos os países do mundo devem enfrentar, independentemente de seu estágio de desenvolvimento socioeconômico. Assim, os países desenvolvidos deixam de ser apenas doadores e apoiadores e passam a ser entendidos como parte integrante do processo (UN, 2017).

Essa Agenda representa ainda um ambicioso Plano de Ação para um horizonte de 15 anos, com 3 macro objetivos: erradicar a pobreza extrema, proteger o ambiente; e construir sociedades resilientes.

Os macros objetivos são divididos em outros 17, que são denominados Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os objetivos e as metas estabelecidos com essa intencionalidade buscam estimular o planejamento de ações e políticas públicas ao longo dos próximos anos, além de orientar as atividades de cooperação internacional até 2030 (UNIC Rio, 2015).

Os ODS são integrados e indivisíveis e envolvem, com igual grau de importância, as dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável. Essa ampliação de perspectiva sobre a abordagem de desenvolvimento é fruto da percepção de que a dimensão econômica apenas seria incapaz de absorver a complexidade dos desafios enfrentados pela sociedade contemporânea. O foco, por exemplo, na coerência das políticas, “*policy coherence*”, busca apoiar gestores a compreender o impacto que as escolhas políticas da atualidade podem ter na população futura, assim como no bem-estar e no desenvolvimento sustentável de outras localidades (OECD, 2018).

O modelo de metas construído para 2030 reconhece diferentes abordagens, visões, modelos e ferramentas disponíveis para cada país, de acordo com suas

circunstâncias e prioridades nacionais, para alcançar o desenvolvimento sustentável. O documento reafirma, ainda, que o planeta Terra e ecossistemas associados, são a “nossa casa comum” e que a “Mãe Terra” é a expressão comum que deve funcionar como liga para pactos futuros (World Tourism Organization, 2017).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que compõem a Agenda 2030 estão resumidos no Quadro 18.

Quadro 18 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 1	Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;	A redução da pobreza, definitivamente reconhecida como um dos maiores problemas globais, implica no compromisso de distribuição renda de forma mais equitativa, com sociedades mais justas e reconhecimento das heterogeneidades culturais, um desafio sem precedentes tanto do ponto de vista social como também comercial, no plano global, já que grande parte dos países com problemas sociais são fornecedores de insumos para as nações desenvolvidas, que frequentemente têm consequências desastrosas pela perspectiva ambiental.
Objetivo 2	Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;	Este desafio, em todas as suas nuances, se conecta com o objetivo de acabar com a fome e promover a segurança alimentar, o que depende da integração de políticas públicas e dos acordos internacionais para inclusão de produção de variados portes nos processos de comercialização.
Objetivo 3	Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;	A questão da saúde e bem-estar é também central para o debate no contexto de um mundo mais equitativo e justo. Para tal, é necessário que o consumo seja mais democrático e que se confirme o direito à felicidade como essencial para o desenvolvimento sustentável.

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 4	Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;	No caso do acesso à educação, o desafio é que haja uma via de inclusão da participação social nas futuras decisões para a construção de conhecimento, maior exercício da cidadania e adesão às políticas públicas de valorização das culturas. Este objetivo se manifesta como essencial para construção de um planeta com novos propósitos de vida compartilhada do ponto de vista da sustentabilidade.
Objetivo 5	Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;	Complementarmente à questão educacional, este objetivo tem o propósito de adesão a políticas humanas e equitativas de igualdade de gênero, relevantes para o crescimento social, e o desenvolvimento de novos comportamentos, além de enfatizar o papel da dinâmica familiar no processo educacional do futuro.
Objetivo 6	Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;	Água e energia representam condições limitantes para o desenvolvimento, em particular, em países pobres e precisam ser considerados nas dinâmicas de produção tanto quanto nos processos de desenvolvimento local. Acesso à água potável e energia a preços justos constitui uma condição essencial também para a saúde e a sustentabilidade a longo prazo.
Objetivo 7	Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos;	O acesso à energia constitui um desafio diretamente ligado aos modelos de produção e à capacidade de desenvolvimento local. Este objetivo tem o propósito de tornar o acesso mais equitativo nas variadas regiões do globo, mas também tratada dos modelos utilizados para produção energética.

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 8	Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;	<p>O crescimento econômico representa um ponto central no debate mundial sobre desenvolvimento. A revitalização econômica contribui para criar melhores condições para a estabilidade e a sustentabilidade do país. É possível promover políticas que incentivem o empreendedorismo e a criação de empregos de forma sustentável e inclusiva. O ODS 8 reconhece a urgência de erradicar o trabalho forçado e formas análogas ao do trabalho escravo, bem como o tráfico de seres humanos, de modo a garantir a todos e todas o alcance pleno de seu potencial e capacidades (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 9	Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;	<p>No que tange à industrialização e a infraestrutura, entende-se que são processos necessários para o conceito presente de desenvolvimento socioeconômico. Investimentos em infraestrutura e em inovação são condições básicas para o crescimento econômico e para o desenvolvimento das nações. Garantir uma rede de transporte público e infraestrutura urbana de qualidade são condições necessárias para o desenvolvimento sustentável. Por meio da promoção de eficiência energética e inclusão social, o progresso tecnológico é também uma das chaves para as soluções dos desafios econômicos e ambientais. Garantir a igualdade de acesso a tecnologias é crucial para promover a informação e conhecimento para todos. Este objetivo lista metas que visam à construção de estruturas resilientes e modernas, ao fortalecimento industrial de forma eficiente, ao fomento da inovação, com valorização das micro e pequena empresas e inclusão dos mais vulneráveis aos sistemas financeiros e produtivos (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 10	Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;	<p>A desigualdade é um problema global que requer soluções integradas. A visão estratégica deste objetivo se constrói sob o objetivo da erradicação da pobreza em todas as dimensões, na redução das desigualdades socioeconômicas e no combate às discriminações de todos os tipos.</p> <p>Seu alcance depende de todos os setores na busca pela promoção de oportunidades para as pessoas mais excluídas no caminho do desenvolvimento. Foco importante do Objetivo 10 é o desafio contemporâneo das migrações e fluxos de pessoas deslocadas entre países e regiões devido a conflitos, eventos climáticos extremos ou perseguições de quaisquer tipos. O alcance de suas metas é estruturante para a realização de todos os outros 16 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 11	Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;	<p>Em 2030, são estimadas 41 megalópoles com mais de 10 milhões de habitantes. Considerando que a pobreza extrema muitas vezes se concentra nestes espaços urbanos, as desigualdades sociais acabam sendo mais acentuadas e a violência se torna uma consequência das discrepâncias no acesso pleno à cidade. Transformar significativamente a construção e a gestão dos espaços urbanos é essencial para que o desenvolvimento sustentável seja alcançado. Temas intrinsecamente relacionados à urbanização, como mobilidade, gestão de resíduos sólidos e saneamento, estão incluídos nas metas do ODS 11, bem como o planejamento e aumento de resiliência dos assentamentos humanos, levando em conta as necessidades diferenciadas das áreas rurais, semiurbanas e urbanas. O objetivo 11 está alinhado à Nova Agenda Urbana, acordada em outubro de 2016, durante a III Conferência das Nações Unidas sobre Moradia e Desenvolvimento Urbano Sustentável (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 12	Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;	<p>Para alcançar as metas deste ODS, a mudança nos padrões de consumo e produção se configuram como medidas indispensáveis na redução da pegada ecológica sobre o meio ambiente. Essas medidas são a base do desenvolvimento econômico e social sustentável. As metas do ODS 12 visam a promoção da eficiência do uso de recursos energéticos e naturais, da infraestrutura sustentável, do acesso a serviços básicos. Além disso, o objetivo prioriza a informação, a gestão coordenada, a transparência e a responsabilização dos atores consumidores de recursos naturais como ferramentas chave para o alcance de padrões mais sustentáveis de produção e consumo (World Health Organization, 2018).</p>
Objetivo 13	Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;	<p>A mudança do clima é um evento transnacional, cujos impactos estão desregulando economias nacionais e afetando pessoas em todos os lugares, principalmente aquelas em situação de maior vulnerabilidade nos países em desenvolvimento. Sem a ação imediata frente à mudança do clima, a temperatura terrestre está projetada para aumentar mais de 3 °C até o final do século XXI. Uma das metas para esse objetivo é mobilizar 100 milhões de dólares por ano até 2020 para ajudar os países em desenvolvimento no plano de mitigação de desastres relacionados ao clima. O estabelecimento do ODS 13 apenas para lidar com a questão do clima é encarado como estratégico para a mobilização dos atores capazes de promover as mudanças necessárias para impedir estas projeções de se tornarem realidade (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 14	Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;	<p>Os oceanos tornam a vida humana possível por meio da provisão de segurança alimentar, transporte, fornecimento de energia, turismo, dentre outros. Além, por meio da regulação da sua temperatura, química, correntes e formas de vida, os oceanos regulam muitos dos serviços ecossistêmicos mais críticos do planeta, como ciclo do carbono e nitrogênio, regulação do clima, e produção de oxigênio. Além, os oceanos representam aproximadamente US\$ 3 trilhões da economia global por ano, ou 5% do PIB global.</p> <p>Em 2017, 40% dos oceanos estavam sendo afetados incisiva e diretamente por atividades humanas, como poluição e pesca predatória, o que resulta, principalmente, em perda de habitat, introdução de espécies invasoras e acidificação. Nosso lixo também ajuda na degradação dos oceanos – há mais de 13.000 pedaços de lixo plástico em cada quilômetro quadrado. É frente a esses desafios que o Objetivo 14 indica metas para gerenciar e proteger a vida na água (World Health Organization, 2018).</p>

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 15	Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;	Os seres humanos e outros animais dependem da natureza para terem alimento, ar puro, água limpa e como um meio de combate à mudança do clima. As florestas, que cobrem 30% da superfície da Terra, ajudam a manter o ar e a água limpa e o clima da Terra em equilíbrio – sem mencionar que são o lar de milhões de espécies. Promover o manejo sustentável das florestas, o combate à desertificação, parar e reverter a degradação da terra, interromper o processo de perda de biodiversidade são algumas das metas que o ODS 15 promove. Usar sustentavelmente os recursos naturais em cadeias produtivas e em atividades de subsistência de comunidades, e integrá-los em políticas públicas é tarefa central para o atingimento destas metas e a promoção de todos os outros ODS (World Health Organization, 2018).
Objetivo 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;	Promover instituições fortes, inclusivas e transparentes, a manutenção da paz e o respeito aos direitos humanos baseados no Estado de direito são a base para o desenvolvimento humano sustentável. Estes são alguns dos princípios que sustentam as metas do ODS 16, que também inclui temas sensíveis, como o combate à exploração sexual, ao tráfico de pessoas e à tortura. Outros temas incluídos nas metas do ODS 16 são o enfrentamento à corrupção, ao terrorismo, a práticas criminosas, especialmente aquelas que ferem os direitos humanos (World Health Organization, 2018).

ODS	Enunciado	Contextualização
Objetivo 17	Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.	Este objetivo tem como propósito enfatizar os princípios de boa governança necessários para a implementação e adesão aos ODS complementam a complexidade envolvida na Agenda 2030. Segundo Irving (2018), isso implica em novas institucionalidades, mecanismos de transversalidade em políticas públicas, engajamento da sociedade civil e direcionamento com foco em equidade.

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se pode apreender do conteúdo e dos compromissos expressos nessas narrativas, a Agenda 2030 busca enfrentar, em grande medida, o contexto de desigualdades mundiais, fazendo com que os resultados previstos, uma vez alcançados, possam realmente promover mudanças significativas no contexto de sustentabilidade do planeta.

A Agenda 2030 representa, portanto, um real avanço em nível global, com relação ao significado de desenvolvimento, em termos de compromissos de sustentabilidade. Traduz uma leitura ética e polissêmica sobre as possibilidades desenvolvimento, sendo reconhecida no âmbito da ONU como um movimento de grande aderência mundial. Mas Segundo Szopik-Depczynska (2018), esse pacto representa um grande desafio para um período limitado, tendo em vista a complexidade dos compromissos envolvidos.

Mas, apesar desse avanço, do ponto de vista crítico, várias publicações acadêmicas reafirmam a preocupação com relação às reais possibilidades de êxito dos ODS e das metas de redução de consumo (Arruda Filho, 2017; Nieto, 2017; Szopik-Depczyńska et al., 2018; Van Hoof et al., 2019). Para os autores, muitas são as questões que precisam ainda de definição quando se discute sustentabilidade, pois o tema exige uma abordagem integrada entre a dinâmica ambiental, as percepções sobre as relações sociais e a própria subjetividade humana. Analogamente ao que discute o filósofo francês Félix Gattari, em sua obra “As três Ecologias” (Reis, 2021), a Agenda 2030 representa, também, a resultante de um campo de forças predominantemente orientado por uma lógica econômica e interesses políticos complexos, no contexto de uma sociedade capitalista.

Nessa reflexão crítica, é importante também destacar que, as metas, objetivos e indicadores da Agenda 2030 transcendem a discussão teórica e implicam em práticas cotidianas concretas. Essas vêm sendo gradativamente internalizadas nas estratégias dos países membros da ONU e no planejamento de muitas agências de cooperação internacional. Mas é senso comum, na academia, que, na prática, não parece haver um padrão ético convincente que possa assegurar o êxito dos ODS.

Segundo Arruda Filho (2017), as medidas que vêm sendo tomadas pelos países membros da ONU, em atendimento aos ODS, se caracterizam sobretudo

pela busca da eficiência econômica e da modernização da indústria, ampliando o seu alcance, melhorando a qualidade dos serviços, estimulando as tecnologias e as inovações, e, concentrando-se em setores que geram um alto valor ao efeito econômico-social.

Outro ponto crítico na reflexão sobre a Agenda 2030, e que, progressivamente vem sendo internalizado nos debates internacionais é que a produção, considerada como sustentável para a economia global tende a ser ampliada, com a participação da indústria no mercado de trabalho, inclusive nos países menos desenvolvidos (UNIC Rio, 2015). Porém, não parece claro na Agenda 2030 como a modernização da infraestrutura e a melhoria da indústria serão efetivadas, levando-se em conta o impacto desse setor sobre o ambiente e as economias menos resilientes. Assim, essa dinâmica poderia fazer com que a melhoria da eficiência na utilização de recursos materiais e energia, com soluções tecnológicas "limpas" e ambientalmente amigáveis, acabem por ser ajustadas às necessidades e possibilidades de estados particularmente ricos, sem produzir efeitos relevantes para os produtores de insumos, os quais possuem os maiores estoques naturais e as menores condições de estabilidade socioeconômica (Szopik-Depczyńska et al., 2018).

Além das questões econômicas e de produção envolvidas, outro tema relevante para ser debatido como desafio para a implementação da Agenda 2030 é a cooperação internacional. Isso porque os novos modelos de cooperação precisariam ser capazes de contribuir para os resultados do desenvolvimento, assegurando que "ninguém seja deixado para trás. Para isso, seria necessário que se lançasse mão de análises mais aprofundadas e qualitativas sobre as políticas públicas dirigidas à agenda socioambiental, com a produção de documentos executivos, com o compromisso de participação local e com o monitoramento das atividades lideradas pelos tomadores de decisão (Arruda Filho, 2017; Szopik-Depczyńska et al., 2018). A questão da cooperação intencional é tão importante nesse debate que, segundo Arruda Filho (2017), precisa perpassar todos os ODS.

Os desafios para a implementação da Agenda 2030 por todas as razões discutidas, são, portanto, extremamente complexos. Nesse movimento, o turismo, representa um setor estratégico no plano de transformações previstas e desejáveis. Mas o êxito do processo dependerá de públicas capazes de promover

a expressão dos diferentes interesses envolvidos no processo e integrá-los em ações comuns e pactuadas (Irving; Azevedo; Lima, 2018).

Ao integrar o turismo a essa discussão, emergem também as múltiplas interpretações e nuances que cercam a noção de sustentabilidade, revelando não apenas as potencialidades envolvidas, mas também os desafios inerentes à sua aplicação prática. Essa complexidade frequentemente se traduz em ações fragmentadas e, por vezes, contraditórias, em políticas públicas, que dificultam um compromisso efetivo com a sustentabilidade no setor. Nesse sentido, torna-se indispensável aprofundar o debate, investigando como essas contradições se manifestam e impactam o turismo, ao mesmo tempo em que são abertos caminhos para uma análise crítica das possibilidades e limitações do turismo, segundo essa perspectiva.

3.3 TURISMO E SUSTENTABILIDADE NO HORIZONTE DA AGENDA 2030: CAMINHOS POSSÍVEIS E CONTRADIÇÕES

A tradução das premissas de sustentabilidade, da teoria à prática, tem representado um grande desafio para diversas áreas do conhecimento. Isso porque o objetivo, nesse caso, envolveria a implementação de iniciativas e ações que promovam, ao mesmo tempo, maior equidade social, elevado nível de conservação ambiental e maior eficiência econômica (Irving et al., 2015).

Apesar de se configurar como atividade econômica anteriormente ao próprio capitalismo, o turismo passou a adquirir visibilidade, no plano global, apenas na segunda metade do século XX. Diversos estudos empíricos sobre o turismo foram realizados desde então pela percepção de sua importância como estratégia de desenvolvimento, no contexto de mercados. governos, agências internacionais de desenvolvimento, bancos, o setor privado e, a academia em geral.

No plano acadêmico, desde então vem se discutindo, as novas formas de produção de serviços e seus impactos na sociedade contemporânea. Mas essas obras, em grande parte, tinham originalmente o foco na quantificação do impacto econômico do turismo nos denominados “destinos”, tendo como ponto de partida, análises de insumo-produto e cálculos que estimam os retornos dos investimentos em

viagens. O sucesso ou o fracasso dos resultados econômicos advindos do desenvolvimento turístico eram então calibrados em relação à sua contribuição para o câmbio, a renda nacional e o emprego (Okumus et al., 2018; Sun, 2014; Xin; Tribe; Chambers, 2013).

Na perspectiva do desenvolvimento mundial, nos anos 1960, o turismo parecia alinhar-se particularmente bem com a premissa central das teorias de modernização da economia, ou seja, produzir mais e crescer. O turismo internacional de massa avançou, assim, em paralelo com a evolução dos meios de transporte e passou a ser entendido como uma via para o desenvolvimento econômico também nos países menos desenvolvidos, mas com "vantagens comparativas" como climas atraentes, abundância de riquezas naturais e "atrativos" culturais. Na época, o mundo passou a entender o turismo como atividade econômica e, assim, o setor de serviços passou a adquirir uma nova visibilidade ante a indústria e a agricultura.

Esta perspectiva de interpretação do turismo pelo viés econômico perdura até os dias atuais, principalmente no que se refere à narrativa de políticas públicas. E diante das dificuldades da gestão de políticas públicas de cunho social e cultural, governantes e especialistas de mercado passaram a interpretar o desempenho do turismo como solução para o aumento de receitas fiscais e promoção de políticas sociais.

Assim, até recentemente, o foco no desempenho econômico do turismo permaneceu amplamente desconectado de questões essenciais associadas ao compromisso de desenvolvimento, em bases sustentáveis. E essa parece ser uma real contradição na economia do turismo, uma vez que o setor depende da dinâmica dos recursos naturais e da cultura para a sua sustentação.

Do ponto de vista acadêmico, parte da explicação para essa distorção pode estar no fato de que as preocupações com os recursos naturais e culturais foram, em certa medida, incorporadas apenas tardiamente ao campo das Ciências Humanas e Sociais, da Antropologia, da Sociologia, entre outras, que se mantiveram durante muito tempo distantes dos debates sobre política, planejamento e evolução do turismo (Tribe; Liburd, 2016).

Para Bianchi (2018), o debate sobre o uso dos recursos naturais e culturais no turismo abrange uma multiplicidade de diferentes perspectivas teóricas, na fase inicial,

essa discussão resultou em inconsistências e imprecisões conceituais. Assim, a reflexão sobre o turismo na perspectiva da sustentabilidade vem sendo muitas vezes ofuscada por preocupações relacionadas à "viabilidade da indústria do turismo"¹⁴, ao invés de incidir sobre uma análise rigorosa sobre as questões conceituais envolvidas.

Como anteriormente discutido, os debates sobre desenvolvimento sustentável floresceram, no plano internacional, na década de 1970, e, a partir de então, inúmeras questões vêm sendo também problematizadas com relação ao desenvolvimento do turismo e à qualidade do processo, através da reflexão sobre a conservação dos recursos naturais, sociais e culturais (United Nations General Assembly, 2014; World Tourism Organization, 2017).

A discussão sobre sustentabilidade atrelada ao turismo passou a ter maior alcance a partir da década de 1980, em contraposição às práticas associadas ao denominado "turismo de massa". Desde então, esse debate vem adquirindo novas nuances que envolvem a dinâmica do uso turístico de natureza e cultura e, a crítica ao modelo vigente de planejamento turístico, ancorado na projeção de aumento de fluxo de viagens, sem a devida priorização dos benefícios sociais e econômicos para as comunidades envolvidas e sem as salvaguardas ambientais necessárias. (Cristina; Carvalho, 2017).

Segundo Carvalho (2016), a partir de então, o debate e os compromissos relacionados à questão de sustentabilidade passaram a compor, gradualmente, as discussões da agenda do turismo. A autora destaca, ainda nesse debate, o marco da Conferência de Manila (1980), que, pela primeira vez, viabilizou a discussão sobre a temática ambiental no turismo, e sobre a adoção de limites para o desenvolvimento turístico. Após esse evento de referência, a Organização Mundial Turismo (OMT/UNWTO) passou a organizar diversas reuniões técnicas para discutir essa questão. Segundo a autora, os resultados destas discussões resultaram em variados documentos, de caráter oficial, como declarações de intenções, códigos de conduta e regulamentos para orientar o turismo global.

Em 1993, após a Rio-92, e como resultado dos debates em curso no plano global, a UNWTO definiu turismo sustentável como aquele capaz de atender às necessidades dos turistas e destinos turísticos, protegendo e ampliando as

¹⁴ O turismo também é referido enquanto indústria de desenvolvimento por alguns autores. O conceito considera a soma das atividades do turismo com uma única atividade, comparando-se a modelos industriais.

oportunidades para o futuro, valorizando a cultura nacional (World Tourism Organization, 2017).

Mas, foi somente no final do século XX que a noção de turismo sustentável passou definitivamente a compor a pauta de debates internacionais. Nos anos seguintes, a "Carta do Turismo Sustentável de Lanzarote" (OMT, 1995) abordou desenvolvimento sustentável como um processo orientado para a gestão de recursos naturais e culturais em nível global, visando assegurar os direitos das gerações futuras (Hanai, 2012). O debate acadêmico e, o planejamento turístico em termos de políticas públicas dirigidas ao setor, passaram, a partir de então e, progressivamente, a abordar o turismo, segundo a perspectiva de desenvolvimento sustentável.

A participação da academia nesse debate tem sido de grande importância para a consolidação de narrativas e, a produção de metodologias de estudo, em função da demanda crescente referente à necessidade de análises críticas sobre os efeitos sociais e ambientais do turismo.

As pesquisas acadêmicas deram, portanto, visibilidade aos diversos aspectos relacionados às viagens e vem contribuindo para ampliar o debate sobre os efeitos do turismo na esfera global, em termos de decisões em políticas públicas.

Assim, em 2015, como consequência da pactuação da Agenda 2030, o turismo passou a ser interpretado pela UNWTO como movimento econômico capaz de promover inclusão e sustentabilidade (World Tourism Organization, 2017). E, no contexto da Agenda 2030, o turismo sustentável é entendido como aquele que

(...) leva em conta os seus impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs (United Nations, UNWTO???2017 ???agenda 2040 foi pactuada em 2025!!!!, p.15).

O entendimento da OMT nesse caso é que a sustentabilidade no turismo precisaria ser traduzida como um processo contínuo de construção, envolvendo o monitoramento constante das atividades projetadas e dos impactos delas resultantes, o que implica em ações de manejo que possam minimizar os impactos negativos, maximizar os impactos positivos e introduzir medidas preventivas ou corretivas

sempre que necessário, com a participação constante de todos os atores envolvidos, como o poder público, empresários, população local e os próprios turistas. O que torna desafiador o caminho com esse objetivo é que para sua efetivação, uma série de medidas precisaria ser adotada para conciliar uma gama de interesses das partes envolvidas, que muitas vezes podem ser contrários ou divergentes aos interesses de outros atores e/ou grupos sociais (Araújo et al., 2017)

Assim, o denominado turismo sustentável deveria ser compreendido de forma mais ampla e não como um segmento de mercado. Com frequência, sustentabilidade no turismo é interpretada como nicho de mercado, quando na verdade, deveria representar um compromisso transversal nas práticas e experiências turísticas.

Para compreender o turismo, em sua complexidade, seria, portanto, essencial reconhecê-lo como um fenômeno contemporâneo, em constante evolução, como anteriormente discutido. Sendo assim, a visão cartesiana e reducionista sobre o turismo na origem do debate vem sendo progressivamente colocada em xeque, dando lugar a uma abordagem mais abrangente e integrada. (Irving, 2014).

Assim, entender o turismo pela via da complexidade não apenas contribui para ampliar o conhecimento sobre o fenômeno, mas também enriquece a abrangência da análise sobre os seus efeitos, nas esferas social, ambiental, econômica e cultural da vida em sociedade. Essa leitura tende a permitir abordagens mais integradas sobre o tema em foco, capazes de lidar com os desafios globais associados ao turismo, iluminando as oportunidades potenciais que o desenvolvimento, em bases sustentáveis pode oferecer, em termos de inclusão social e salvaguardas socioambientais, de desenvolvimento sustentável e inclusivo que ele pode promover.

Sustentabilidade se expressa, portanto, como uma noção dinâmica, permeável a diversas interpretações e estruturas discursivas, e não se limita a uma única visão ou marco teórico. Também por essa razão, com frequência, o debate sobre sustentabilidade permanece "precário ou até mesmo ausente" no cotidiano de muitos lugares turísticos. Por essa razão, a importância de abordar a noção sustentabilidade segundo suas múltiplas dimensões e as relações a ela atreladas. (Loureiro, 2014). Sustentabilidade, mais do que um substantivo, representa um verbo em movimento, uma ação em contínuo desenvolvimento (Irving, 2014). Da mesma maneira o turismo representa um fenômeno em mutação, um processo humano que transcende a

compreensão simplista de apenas uma função no âmbito do sistema econômico (Beni; Moesch, 2017)

Promover o turismo, em bases sustentáveis envolve mais do que apenas controlar os seus impactos negativos. Implica em maximizar o potencial desse setor para gerar benefícios locais e fortalecer as estratégias de proteção ambiental e valorização das culturas locais. Para isso, as políticas públicas e as ações de planejamento devem buscar otimizar os benefícios e reduzir os custos e impactos indesejáveis, promovendo um turismo capaz de articular, simultaneamente, as demandas de desenvolvimento com as premissas de sustentabilidade (Irving; Bursztyn; Sancho; Melo, 2005). Além disso, a abordagem ética do processo precisa estar internalizada no discurso e na prática turística conforme discutido por Irving (2022), sendo também essencial para a formulação de políticas públicas.

Mas embora no plano global, os efeitos do aquecimento global e da Pandemia da COVID-19 tenham ampliado a tendência de busca por vias mais sustentáveis de vida e de consumo, iluminando a importância da preservação dos ambientes naturais, e, a necessidade de se pensar a longo prazo nas futuras gerações, esse debate vem se consolidando desde a década de 1970 (Lima; Costa, 2014).

Na esteira desse debate, a Assembleia Geral da ONU, em 2015, declarou 2017 o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, o que foi validado por meio de sua declaração de 2017 - um reconhecimento por todos os países do potencial do turismo para apoiar as transformações necessárias na sociedade contemporânea (Higgins-Desbiolles, 2018). Esse reconhecimento está transcrito a seguir para ilustrar o conteúdo dos argumentos previamente situados.

A 70ª Assembleia Geral das Nações Unidas designou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (A / RES / 70/193). O Ano Internacional representa uma oportunidade para aumentar a consciência da contribuição do turismo sustentável para o desenvolvimento entre os tomadores de decisão do setor público e privado e o público, ao mesmo tempo, em que mobiliza todas as partes interessadas a trabalhar em conjunto para tornar o turismo um catalisador de mudanças positivas.

No contexto da Agenda 2030 universal para o Desenvolvimento Sustentável e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, a

O Ano Internacional apoia uma mudança nas políticas, práticas de negócios e comportamento do consumidor em direção a um setor de

turismo mais sustentável que possa contribuir para os ODS em cinco áreas principais, a saber:

1. Crescimento econômico sustentável;
2. Inclusão social, emprego e redução da pobreza;
3. Eficiência de recursos, proteção ambiental e mudança climática;
4. Valores culturais, diversidade e patrimônio; e 5. Entendimento mútuo, paz e segurança. (United Nations, 2017, P.15)

Ao promover a mobilização de tomadores de decisão e partes interessadas, o Ano Internacional do Turismo Sustentável buscou catalisar mudanças positivas no setor, incentivando práticas de turismo que não apenas atendam às necessidades atuais, mas também contribuam para os ODS da Agenda 2030.

No plano acadêmico, os estudos que associam o turismo com os compromissos de desenvolvimento sustentável têm se ampliado no conjunto das produções bibliográficas, nos últimos anos. E parece consensual nesses estudos que, o turismo, se bem planejado, pode, pelo menos em tese, gerar empregos de qualidade, reduzir a pobreza e contribuir com para a conservação ambiental – um discurso que vai ao encontro aos ODS da Agenda 2030, também no sentido da transição para uma economia de baixo carbono, mais inclusive a sustentável. No entanto, sem salvaguardas e estratégias de monitoramento adequadas de políticas públicas, a expansão do turismo “*as usual*” (como é) tende a aumentar a pressão sobre a biodiversidade e os ecossistemas dos quais dependem os meios de subsistência de inúmeras comunidades locais.

Segundo dados das Nações Unidas (UNWTO, 2017) o turismo tem um papel crítico reconhecido no texto da Agenda 2030 porque representa um décimo do PIB mundial e dos empregos diretos e indiretos gerados. Nesse contexto, além de sua relevância econômica, o setor tem o potencial de contribuir, significativamente para o ODS 8, que incide sobre trabalho decente e crescimento econômico.

Nesse sentido, segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2017), três ODS têm maior importância para o turismo:

I. ODS 8: que busca promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos. Neste caso, sob uma vertente econômica do desenvolvimento, o setor de turismo é reconhecido

como uma das forças motrizes para o crescimento econômico global. Pela possibilidade de prover acesso a oportunidades de trabalho, especialmente aos jovens com menor educação, o turismo pode contribuir para habilidades e desenvolvimento profissional. A contribuição do setor para a criação de empregos é reconhecida na meta 8.9 que se expressa como "*conceber e implementar políticas para promover o turismo sustentável que crie empregos e promova a cultura e os produtos locais*".

II.ODS 12: que busca assegurar padrões sustentáveis de consumo e produção. Neste caso, ainda que o turismo represente uma atividade voltada para o setor de serviços, o incentivo a práticas sustentáveis de consumo e produção, seja pelo turista ou por organizações envolvidas no setor, pode ser essencial para a mudança global necessária rumo à sustentabilidade. Em associação à Meta 12.b, pode-se depreender que seria possível, no âmbito do turismo "*Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável que cria empregos, promove a cultura e os produtos locais*".

III.ODS 14: que trata da conservação e uso sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável. No documento, o turismo costeiro e marítimo é reconhecido como essencial em políticas públicas, por seu impacto global, particularmente para os Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento (SIDS), que dependem de ecossistemas marinhos saudáveis. Assim, o desenvolvimento do turismo deve estar em sintonia com a Gestão Integrada da Zona Costeira, para contribuir para conservar e preservar ecossistemas frágeis e servir como um veículo para promoção de sustentabilidade (World Tourism Organization, 2017). Esta perspectiva estaria articulada com a meta 14.7, que se expressa com base no compromisso de "*até 2030 aumentar os benefícios econômicos de SIDS da utilização sustentável dos recursos marinhos, nomeadamente através da gestão sustentável da pesca, da aquicultura e do turismo*".

Mas a discussão do turismo em articulação à Agenda 2030 não é exclusividade dos documentos oficiais das Nações Unidas e muitas são as pesquisas em curso com esse enfoque. Por exemplo, Irving (2018, p. 73), propôs o exercício de se repensar o turismo em articulação aos ODS da Agenda 2030, com foco prioritário em planejamento e gestão social do turismo. Um exercício pedagógico que pode contribuir para uma melhor compreensão da complexidade desse debate

Na abordagem sobre desenvolvimento sustentável, base de referência para a construção da Agenda 2030 para o turismo parece haver um consenso crescente de que o desenvolvimento turístico deve ser impulsionado pelas organizações de turismo globalmente estabelecidas (públicas ou privadas) mas deve também considerar aquelas não formalmente estabelecidas formalmente (comunidades locais, costumes, culturas) (Oosterveer et al., 2014).

As contradições inerentes à base conceitual e à prática do turismo, em bases sustentáveis revelam, portanto, a complexidade dos desafios a serem enfrentados com esse objetivo. Esse contexto evidencia, também, a necessidade de se buscar analisar como as estratégias de Promoção Turística poderão contribuir, simultaneamente e contraditoriamente, para reforçar ou mitigar essas contradições inerentes ao debate sobre sustentabilidade. Com esse objetivo, no próximo capítulo, se pretende problematizar a conexão entre sustentabilidade e Promoção Turística, questionando em que medida as estratégias adotadas com esse direcionamento alimentam narrativas vagas ou de fato contribuem para uma mudança paradigmática de abordagem.

4. PROMOÇÃO TURÍSTICA E SUSTENTABILIDADE

A Promoção Turística, no contexto das políticas públicas brasileiras, desempenha um papel essencial na consolidação do turismo como um dos principais motores do desenvolvimento econômico e social do país. A partir da criação e implementação de programas governamentais, o setor evoluiu de uma atividade econômica marginal para uma força expressiva no cenário nacional e internacional.

Compreender a Promoção Turística sob a ótica de sustentabilidade representa, portanto, uma necessidade urgente diante dos desafios e impactos que o turismo desenfreado tem gerado em ecossistemas, culturas locais e economias regionais. Embora o crescimento do setor seja frequentemente celebrado por impulsionar o desenvolvimento econômico, sem uma gestão responsável e sustentável ele pode gerar consequências irreparáveis, como a degradação ambiental, a exploração das comunidades locais e a descaracterização cultural. Promover o turismo de forma sustentável exige uma abordagem crítica que questione práticas tradicionais de marketing e considere não apenas o aumento de visitantes, mas também a capacidade de suporte dos destinos, o respeito pelos modos de vida locais e a proteção dos recursos naturais e culturais. Portanto, a Promoção Turística sustentável é mais do que um diferencial competitivo; ela é um imperativo ético e prático para assegurar que o turismo contribua positivamente para o futuro das regiões e para o equilíbrio ambiental e social do planeta.

Nesse sentido, este capítulo examina a base conceitual e os debates em torno da Promoção Turística, o processo de institucionalização e políticas públicas do turismo no Brasil e no mundo. Assim, este capítulo fornece o arcabouço teórico sobre o foco da tese para iniciar a discussão sobre os desafios enfrentados e, as oportunidades de aprimoramento da Promoção Turística nacional, com vistas a um desenvolvimento, em bases sustentáveis, para o país.

4.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

Conceituar políticas públicas envolve definir o termo política, que, segundo Silva (2013), citando Rua (1998), pode ser caracterizado como uma série de

procedimentos, tanto formais quanto informais, que expressam relações de poder e visam resolver pacificamente os conflitos relacionados aos bens públicos. Para a autora, o estudo das políticas públicas pode ser visto de forma interdisciplinar, englobando não apenas a ciência política, mas também áreas como ciências sociais aplicadas, economia e administração pública.

Ao definir políticas públicas, a maioria dos autores concorda que estas representam o conjunto de ações executadas pelo Estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender às necessidades de toda a sociedade (Farah, 2016; Jamal; Camargo, 2018; Martínez; Galván; Lafuente, 2014; Silva et al., 2013). Desse modo, as políticas públicas refletem, a um só tempo, pensamento e ação do governo em favor do bem coletivo.

No campo do turismo propriamente dito, as políticas públicas são condicionadas pela dinâmica econômico-social, que se expressa de diferentes maneiras, em diversos contextos sociais, culturais e ecológicos (Martínez; Galván; Lafuente, 2014). Enquanto campo de ação há pouco consenso sobre o que ela compreende, ou como ela deve ser explicada, sendo definida como tudo o que os governos escolhem fazer ou não fazem em relação ao turismo (Jamal; Camargo, 2018; Martínez; Galván; Lafuente, 2014; Sheppard; Fennell, 2019).

Na literatura especializada em políticas públicas é possível afirmar o entendimento de ser o turismo construído a partir da interação dos diversos atores públicos e privados, em uma configuração de uma complexa rede de relações (Fratucci, 2008). Nesse contexto amplo, a criação e implementação de políticas públicas setoriais deve considerar os atores envolvidos no processo, incluindo o turista e/ou o visitante, e o local onde ocorre o turismo, evitando-se a fragmentação de leitura, em termos de objetos de estudo (por exemplo, oferta e demanda). A partir desta dinâmica, é possível identificar interferências positivas e negativas nos locais onde o turismo acontece e o envolvimento de setores específicos de interesse (Sheppard; Fennell, 2019).

O estudo de políticas públicas de turismo é comumente referenciado na literatura, em articulação com o conceito de desenvolvimento. Sendo assim, a preocupação com o discurso economicista domina o repertório de artigos e livros

sobre as políticas deste setor, conforme ilustrado nas discussões de alguns autores de referência:

As políticas públicas são instrumentos que, se bem elaborados, implementados, monitorados e avaliados corretamente são capazes de promover o desenvolvimento social e econômico, não somente das populações, mas também dos setores da economia ao qual se destinam (Silva et al., 2013).

Nesse sentido, as políticas públicas de turismo são abordadas como fundamentais para promover o desenvolvimento econômico e social, desde que sejam bem planejadas e geridas. Elas são interpretadas, em sua articulação com o desenvolvimento, por meio da narrativa da geração de empregos, atração de turistas e, por seu papel estratégico na captação de divisas e, no aumento da renda nacional. Nesse caso, parte-se do pressuposto que, se implementadas corretamente, podem beneficiar tanto as comunidades locais quanto a economia em geral, como ilustrado no trecho, a seguir.

Políticas públicas ajudam a tomar decisões, alocar recursos e resolver problemas na sociedade. Tais políticas são formalizadas pelo desenvolvimento de planos, programas e acordos. Em termos de turismo, as políticas públicas impulsionam o crescimento da renda nacional, geram empregos, aumentam a renda cambial e ajudam a canalizar o fluxo de turistas (Martínez; Galván; Lafuente, 2014).

A questão da avaliação e monitoramento de políticas públicas é entendida como essencial para o desenvolvimento no caso do turismo. Para isso, são desenvolvidos indicadores, em sua essência econômicos, que visam mensurar a capacidade competitiva de determinados territórios. Contudo, há carência de pesquisas que se aprofundem na avaliação das políticas de turismo vigentes, a fim de se comparar e contrastar as dinâmicas em nível nacional (Sheppard; Fennell, 2019).

Não obstante, é preciso que as políticas públicas de turismo sejam entendidas na sua totalidade, interpretadas enquanto sistemas complexos de ações públicas que acarretam impactos econômicos, mas que também geram efeitos sociais, culturais e ambientais. Mas, em geral, essas questões não são abordadas nos indicadores usualmente utilizados com esse objetivo.

Assim, é necessário ampliar o campo de debate sobre como as políticas públicas são concebidas e implementadas e como atores sociais são beneficiados ou prejudicados pelas decisões tomadas. Por exemplo, a proposta de participação das comunidades locais no processo vem sendo, cada vez mais, internalizada nas narrativas das políticas setoriais vigentes, como uma quebra de paradigmas aos modelos tradicionais de administração centralizada. Também pelas várias razões discutidas, o modelo centralizador, tradicionalmente utilizado em planejamento turístico já não parece ser mais adequado para abordar a temática em foco, pois o poder público não é mais capaz de assumir, por si mesmo, responsabilidades que historicamente concentrava (Irving et al., 2015).

Segundo essa mesma referência, atores externos – por exemplo, visitantes das variadas localidades – podem ser indutores do turismo, mas, sem uma motivação endógena, o turismo só atenderá aos preceitos de uma abordagem de um viés de desenvolvimento economicista. Por esse motivo, frisa-se a necessidade de que as políticas públicas de turismo privilegiem a atenção às tradições, identidades espaciais, recursos naturais locais e sistemas de valores sociais.

Segundo Sheppard (2019), alguns estudos identificam a transformação dos processos e das responsabilidades da política governamental turística, que gradativamente passa a definir e agir para o bem público. Segundo relatório das Nações Unidas (World Tourism Organization, 2017), o turismo do século XXI está orientado para o desenvolvimento sustentável face às influências da globalização e da inovação tecnológica. Mas é importante que haja participação pública e planejamento para o estabelecimento de limites para o desenvolvimento do setor. Para Sheppard e Fennell (2019, p.12), “a evolução da indústria do turismo, que vai do turismo de massa à segmentação de mercado, à diferenciação de produtos e ao uso de novas tecnologias e novos estilos de gestão, requer mudanças no cerne da política de turismo”.

Ainda segundo Sheppard e Fennel (2019) essas mudanças de políticas devem se concentrar na competitividade dos negócios e no destino, ao mesmo tempo em que devem, em tese, atender aos objetivos sociais, econômicos e ambientais. Sendo assim, a política de turismo deve buscar um melhor equilíbrio entre intenções dos setores privado, público e movimento social.

Segundo esta tendência, a Agenda 2030 desponta como facilitadora de processo de planejamento para o turismo. Nesse sentido, o desafio para esta pesquisa é justamente buscar a ampliação do debate sobre o processo de tomada de decisão pública para a Promoção Turística, visando assegurar o compromisso de sustentabilidade no turismo. Defende-se, assim, um turismo com maior preocupação com os impactos ambientais, sociais e culturais.

Pautadas na hipótese deste estudo, caso as estratégias de Promoção Turística adotadas em destinos consolidados ou em processo de consolidação continuem sendo majoritariamente guiadas por uma lógica economicista, é provável que o foco estratégico permaneça na atração de um maior número de visitantes e no aumento das receitas, sem a devida consideração dos impactos socioambientais. Nessa perspectiva, a ausência de diretrizes claras para mensuração desses impactos pode resultar em uma desconexão entre as campanhas promocionais e as políticas setoriais voltadas à proteção da natureza, dificultando a integração desses dois campos fundamentais da gestão pública, rumo ao denominado desenvolvimento sustentável.

Por este motivo, antes de se buscar detalhar os modelos e estruturas atualmente utilizados internacionalmente para a Promoção Turística, cabe um exercício preliminar sobre os conceitos de marketing e de promoção de destinos turísticos.

O termo marketing não possui uma tradução direta para o português, e muitas vezes é erroneamente confundido com suas funções de promoção ou publicidade. Em uma tradução livre, marketing significa trabalhar com ou fazer o mercado, buscando vantagens competitivas aos agentes econômicos, sejam estes públicos ou privados (Kotler; Armstrong, 2017).

Tais vantagens advêm das estratégias que buscam uma leitura mais apurada e cada vez mais eficiente sobre as relações de troca e a satisfação dos desejos e necessidades dos clientes, a partir das definições do conjunto mercadológico: Produto – Preço – Canais de distribuição – Promoção. E, atualmente, o marketing ocupa um lugar de destaque nos processos econômicos, sendo muitas vezes estratégico para o sucesso ou o fracasso do negócio (Madeira, 2010).

O conceito de marketing voltado ao turismo enfatiza, cada vez mais, práticas flexíveis e orientadas a clientes exigentes, heterogêneos e em busca de experiências autênticas e personalizadas, em detrimento do consumo de produtos padronizados. Por este motivo o mapeamento das tendências de comportamento do “consumidor turista” deve representar um exercício constante em planejamento, e deve-se ter em conta os valores funcional, social, emocional, epistêmico e circunstancial para a composição de produtos multiatributo (Madeira, 2010).

A este desafio soma-se o caráter complexo, multi e interdisciplinar do turismo. Nesta linha de raciocínio, Cruz, Gonçalves, Filho e Santos (2008) destacam que o marketing de destinos turísticos deve extrapolar o objetivo de satisfação do cliente e o aumento do número de turistas, a fim de também satisfazer as “necessidades e desejos dos residentes e das empresas envolvidas com o turismo, para que desta forma se obtenha a longo prazo um desenvolvimento sustentável da atividade” (p. 3).

Por envolver, majoritariamente, serviços, e, portanto, ter produtos caracterizados, em menor ou maior grau, pela intangibilidade, inseparabilidade e variabilidade, o planejamento turístico implica em atenção especial à comunicação. São as estratégias de comunicação e marketing por meio de imagens, histórias, paladares, sons etc., que darão ao potencial “cliente-turista”, os meios de se aproximar do destino, inspirando confiança e credibilidade, e, finalmente, o desejo de conhecê-lo pessoalmente.

Deste modo, informações claras e confiáveis são essenciais para a tomada de decisão do “cliente-turista”, sendo a internet o principal meio de disseminação e comercialização de serviços turísticos, na atualidade. Graças à democratização do acesso, os turistas aumentam os seus patamares de exigências e de expectativas sobre os destinos e aguçam, como nunca, o apetite pela viagem (Marujo, 2008).

Como um dos elementos do conjunto mercadológico do marketing turístico, a Promoção Turística é uma atividade executada em parceria, na qual as entidades públicas têm uma forte participação. Por meio da promoção, objetiva-se divulgar a oferta, evidenciando as suas “qualidades distintivas em relação ao grupo de compradores visando estimular a procura através de ações promocionais apropriadas” (Madeira, 2010, p. 78). Desta definição destaca-se o binômio “dar a conhecer” e

“despertar o desejo de conhecer”, que será tão mais conquistado, quanto bem utilizados os instrumentos direcionados a cada mercado-alvo.

Nesse caso, um importante instrumento para a conquista do mercado-alvo é a mensagem promocional, que segundo Madeira (2010) pode adotar três tipologias distintas:

- Racional: apresenta os benefícios proporcionados pelo destino ou produto;
- Emocional: provoca emoções que motivam a compra;
- Moral: apela ao sentido do que é o bem e o mal.

Essas tipologias permitem ajustar as campanhas de marketing ao perfil e motivações do público-alvo, aumentando o sucesso na promoção de produtos ou destinos. Integrando essas abordagens, os agentes de marketing podem criar campanhas mais eficazes e alinhadas às necessidades dos consumidores.

Anteriormente à elaboração e veiculação das mensagens promocionais, contudo, deve haver um trabalho de desenvolvimento do sistema de identidade do destino, uma vez que é este quem direciona toda a estratégia de promoção e baliza o denominado Plano de Promoção Turística. Fazem parte deste sistema dois elementos de grande destaque nas campanhas de promoção de destinos: a logomarca e o *slogan*.

O documento *Plan de Marketing del Turismo* de Santiago de Compostela (Santiago de Compostela, 2004) consiste em um exemplo interessante do uso da imagem em suas estratégias. Um dos objetivos deste plano é “definir, posicionar e consolidar uma imagem de cidade e destino coerente com o que a cidade quer ser, ou seja, coerente com sua identidade” (Pimentel; Pinho; Vieira, 2006, p. 289). Em geral, a criação da identidade de um destino é um processo que exige pesquisa de mercado e levantamento das características-chave do destino, e espera-se que tenha o envolvimento da população residente (Pimentel; Pinho; Vieira, 2006).

Dentre as boas práticas de criação de sistemas de identidade de destinos pode-se citar o caso de Portugal, que estruturou a comunicação por estratos, começando pela marca dominante (do país), seguida das regiões, podendo chegar, subsequentemente, ao nível do produto e por fim da empresa (Madeira, 2008).

Nesse contexto, é fundamental reconhecer que as estratégias de Promoção Turística exigem instituições sólidas e planejamentos estratégicos que sejam coerentes com as realidades e, particularmente, com as peculiaridades de cada destino. Assim, para atender aos objetivos da tese, é também essencial analisar como o Brasil vem evoluindo, no que diz respeito ao desenvolvimento de suas instituições voltadas para o turismo, e como essa estrutura institucional se configura, atualmente. Compreender esse processo tende a ser essencial para identificar as oportunidades e, os desafios que o país precisará enfrentar, nos próximos anos, para a promoção do turismo, em bases sustentáveis.

4.2 SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA: CONTEXTOS GLOBAL E NACIONAL

No cenário atual, em que o turismo se consolidou como uma das principais atividades econômicas no mundo, estruturas institucionais sólidas são fundamentais para a coordenação de políticas públicas que possam abordar temas transversais, como o compromisso de sustentabilidade, em suas vertentes ambiental, de inclusão social e desenvolvimento econômico equitativo.

Nesse caso, organizações globais como a Organização Mundial do Turismo (OMT) desempenham um papel central no processo, ao propor e implementar diretrizes e normas que orientam os países para práticas responsáveis.

Mas para que se possa entender o cenário atual criticamente, é necessário questionar até que ponto elas são concebidas para assegurar o compromisso de sustentabilidade ou apenas para cumprir formalidades ou assegurar oportunidades para captar investimentos. Assim, repensar a institucionalização do turismo com foco em sustentabilidade tende a ser essencial para assegurar que o desenvolvimento do setor esteja, de fato, alinhado com os objetivos de preservação ambiental, justiça social e garantias de benefícios para as gerações atuais e futuras.

4.2.1 Institucionalização de Promoção Turística no Plano Global

Esta seção aborda a gestão da promoção do turismo, em um ambiente constante de mudanças organizacionais e de comportamento do “consumidor turista”, o que tem provocado uma discussão sobre o tema no plano global sobre o papel das instituições de marketing e promoção dos destinos turísticos.

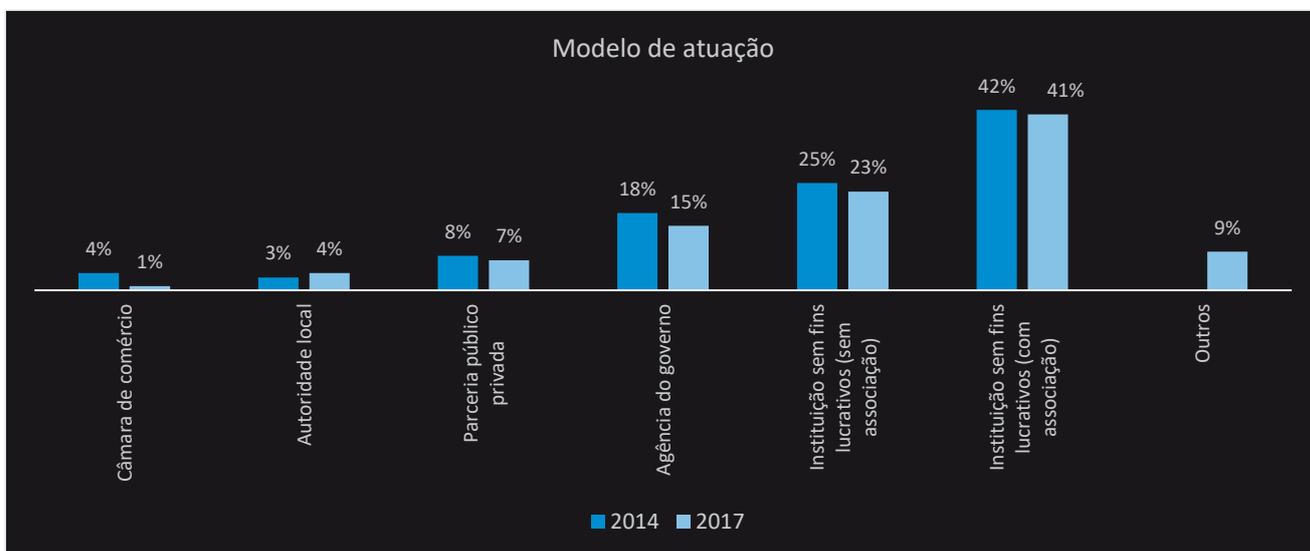
As análises de mercado têm demonstrado que cada país ou destino turístico, na linguagem convencional do *trade*, define um modelo de atuação para o setor, através de estruturas centralizadas e conhecidas como Destination Marketing Organizations (DMO), que contam ou não com o apoio de escritórios regionais pulverizados, denominados usualmente International Tourism Offices (ITO).

Cabe destacar, ainda, que neste trabalho a sigla DMO se refere à Destination Marketing Organizations (Organizações de Marketing de Destinos) e não a Destination Management Organizations (Organizações de Gestão de Destinos). Ainda que segundo seja mais utilizado no cotidiano, órgãos de marketing de um destino também são referidos, no inglês, com esta mesma sigla (WTM, 2022). Portanto, considerando o objeto dessa tese - a Promoção Turística -, entende-se que o organismo de referência do marketing do Brasil, atualmente, é a EMBRATUR.

O documento *DestinationNEXT Futures Study*, publicado pela Destinations International pela primeira vez em 2014 e, posteriormente, atualizado e publicado em 2017, realizou um mapeamento de mais de 400 DMO, em nível nacional, estadual e municipal, em mais de 50 países (Destinations International, 2017). Nesse processo foram considerados, órgãos governamentais de turismo, *convention and visitors bureaux*, entre outros. O documento sintetiza os perfis, os modelos de negócio e as tendências de posicionamento estratégico que os DMO devem adotar nos próximos 5 a 10 anos (Destinations International, 2017).

Entre 2014 e 2017 poucas mudanças foram identificadas no modelo de atuação dos DMO, que se caracterizam por serem majoritariamente instituições sem fins lucrativos, com ou sem filiação de associados (64% em 2017). E, como pode ser observado na Figura 21, esse percentual, no entanto, teve leve queda no período, assim como o modelo de Agências do Governo passou de 18% para 15% entre 2014 e 2017, com o crescimento de outras formas de estruturação não especificadas (Destinations International, 2017).

Figura 21 - Estrutura Jurídica dos DMO – 2014 e 2017



Fonte: DestinationNext, 2014 e 2017.

A leve queda desse percentual e a redução das agências governamentais de 18% para 15% no mesmo período sugerem um possível crescimento de novas formas de gestão, que podem estar traduzindo mudanças no cenário de governança e financiamento do turismo. Isso pode indicar uma busca por modelos híbridos ou alternativas mais flexíveis de atuação, no setor, como a colaboração público-privada ou novas iniciativas autônomas, respondendo às pressões econômicas e à necessidade de adaptação às mudanças no mercado turístico global.

Do ponto de vista administrativo, o próprio turismo se configura como a principal fonte de receita para os DMO. No ranking das fontes de receita destas organizações podem ser mencionados: estão as i) taxas de acomodação hoteleiras; ii) recursos públicos; iii) arrecadação de associados e, iv) patrocínios e parcerias, conforme ilustra a Figura 22. Contribui para esse panorama o fato de os DMO dos Estados Unidos terem um peso significativo no estudo.

Como se pode observar na Figura 22, a alocação de recursos públicos é a fonte principal para o Canadá e para regiões como a Europa, Ásia e Pacífico e África e Oriente Médio. Na América Latina, destaca-se a arrecadação de associados como

prioritária, provavelmente como resultado da ampla representatividade *convention and visitors bureaux* na amostra (Destinations International, 2017).

Figura 22 - Principais Fontes de Receita dos Orçamentos dos DMO's em 2017 – por região do globo

Ranking	Fonte	Estados Unidos	Canada	LATAM	Europa	Ásia & Pacífico	África & Oriente Médio
1	Taxa de acomodação	1	4	2	6	10	5
2	Alocação de recursos público	5	1	3	1	1	1
3	Arrecadação de associados	3	5	1	2	2	3
4	Patrocínios e parcerias	2	2	4	3	4	4
5	Outras fontes de renda	4	6	5	7	4	2

Fonte: DestinationNext, 2017.

Pode-se observar, também, ser essa uma distribuição razoavelmente equilibrada em várias faixas de orçamento, uma vez que o estudo contemplou DMO em vários níveis de abrangência (municipal, estadual e nacional). De qualquer forma, apenas 10% dos DMO pesquisados apresentaram orçamentos acima de US\$ 20 milhões anuais, conforme ilustra a Figura 23 (Destinations International, 2017).

Figura 23 - Síntese de orçamento dos DMO (US\$ milhões) – 2014 e 2017



Fonte: DestinationNext, 2014 e 2017.

Quanto às atribuições de uma organização desse tipo, tem-se, em geral, a promoção por meio de marketing e *branding* dos destinos que representam. São apontadas, ainda, como responsabilidades dos DMO, o desenvolvimento de produtos e destinos turísticos, a venda de eventos, o desenvolvimento econômico local e o fornecimento de informações e recursos do destino em questão, conforme ilustra a Figura 24 (Destinations International, 2017).

Figura 24 - Principais Expectativas de Atribuições dos DMO – por região do globo

Ranking	Atribuição	Estados Unidos	Canadá	LATAM	Europa	Ásia & Pacífico	África & Oriente Médio
1	Branding / Marketing	1	1	2	1	2	1
2	Desenvolvimento de produtos e destinos	2	2	1	4	4	2
3	Vendas de convenções e encontros	3	2	3	2	1	3
4	Amplitude no desenvolvimento econômico	4	4	6	6	2	6
5	Fonte de informação e recurso dos destinos	6	8	4	3	5	6

Fonte: DestinationNext, 2017.

Em termos de avaliação das ações dos DMO, em cerca de 5 a 10 anos as cinco métricas mais valorizadas pelos mesmos tendem a ser: i) o impacto econômico do turismo, incluindo desde a geração de empregos até a receita com a atividade; ii) a geração de pernoites; iii) a performance hoteleira; e iv) o retorno sobre o investimento em marketing. Assim, o número de chegadas perde importância, seja pela dificuldade em articulá-lo à atuação dos DMO e ITOs, uma vez que se trata de um número sensível a variações de câmbio, entre outros, seja pelo fato de que mais turistas, em um determinado país ou destino, não necessariamente significa um maior impacto econômico. Esta expectativa de métrica de sucesso está ilustrada na Figura 25 (Destinations International, 2017).

Figura 25: Expectativa de métrica de sucesso em 5 a 10 anos

Ranking	Métricas	Estados Unidos	Canadá	LATAM	Europa	Ásia & Pacífico	África & Oriente Médio
1	Impacto econômico no turismo (empregos, taxas, gastos dos turistas)	1	1	1	1	1	2
2	Geração de pernoites	2	4	2	10	3	6
3	Performance hoteleiras (ocupação, receita por quarto disponível)	3	2	9	6	8	8
4	Retorno sobre o investimento de marketing	4	5	5	2	4	2
5	Visitas de um dia para outro	5	3	6	7	4	1

Fonte: DestinationNEXT, 2017.

O estudo mencionado identificou, ainda, oportunidades de mudança para os DMO. Essas oportunidades estão pautadas em três vertentes:

- Vendas e marketing: mudança de atuação de transmissor de informação para engajador e de vendas para um foco mais estratégico;
- Gestão de destinos: ampliação da atuação e participação no desenvolvimento de produtos turísticos; e
- Modelo de negócio: aumento da ênfase em colaboração e parceria.

Observa-se que tais oportunidades extrapolam os objetivos de promoção dos destinos que os DMO representam, adentrando campos como gestão e *marketing*, e conseqüentemente, expandido as possibilidades de enquadramento de tais iniciativas aos objetivos da Agenda 2030.

Essas oportunidades estão lastreadas na definição de 25 tendências de atuação estratégica que os DMO devem passar a adotar em um cenário de curto e médio prazo. Estar atentos a essas mudanças é essencial para que os DMOs permaneçam competitivos, inovadores e alinhados às expectativas dos viajantes

contemporâneos, ao mesmo tempo em que contribuem para um turismo mais sustentável e responsável, de acordo com as diretrizes da Agenda 2030.

Por sua vez, essas tendências permitem a identificação de cinco papéis importantes que os DMO devem passar a exercer no futuro. São eles: 1) curadores de conteúdo; 2) usuários de *Big Data* e inteligência de dados, 3) catalisadores de desenvolvimento econômico, 4) ativistas do desenvolvimento comunitário, e 5) colaboradores em redes estratégicas (Destinations International, 2017).

Curadores de Conteúdo: Com o advento e a popularização dos computadores pessoais e smartphones, a forma de comunicação mudou. As fronteiras entre criadores de conteúdos e consumidores perderam o contorno. Os formatos, a quantidade, o dinamismo e os canais de disseminação de conteúdos se multiplicaram. Nesse mar de informações, o papel dos DMO passou a ser realizar a curadoria de conteúdos relevantes que, mais do que informar os turistas, devem contar histórias verossímeis, dinâmicas e engajadoras, de acordo com os anseios dos consumidores em cada etapa de sua jornada. As tendências de atuação estratégica relacionadas a esse papel são resumidas a seguir:

- Investir mais esforços e recursos em conteúdo em vídeo para promover o destino;
- Focar a atenção na criação de conteúdos e de estratégias de disseminação;
- Desenvolver meios de se conectar aos consumidores em todos os estágios de sua experiência de consumo, da sensibilização ao despertar do interesse, da reserva à visita até o momento pós-viagem;
- Enfatizar o engajamento com os consumidores em conversas diretas, ou seja, na construção de relacionamentos; e
- Participar mais no desenvolvimento de plataformas que melhorem a experiência do turista.

Usuários de *Big Data* e Inteligência de Dados: Nas últimas décadas, as organizações resistiram em investir no aumento da capacidade técnica para o uso da inteligência de dados, seja do ponto de vista da infraestrutura como de recursos humanos. Os DMOs devem passar, portanto, a incorporar de forma intensiva o uso de *Big Data* e privilegiar o desenvolvimento dessas capacidades em suas

organizações, para que as decisões estratégicas passem a incorporar evidências mais sólidas. As tendências de atuação estratégica relacionadas a esse papel são:

- Alinhar a metodologia de mensuração de impacto econômico com outros DMO;
- Desenvolver novas estratégias para focalizar novamente os *millenials*;
- Adotar padrões de operação e indicadores de performance alinhados a outros DMO;
- Enfatizar a segmentação de mercado; e
- Empreender esforços em mapear o mercado a partir de inteligência de dados.

Catalisadores de Desenvolvimento Econômico: Os DMOs têm um papel crucial em estimular a economia e influenciar a classe política e políticas públicas, tornando-se os catalisadores no crescimento de receitas do turismo, alocação de recursos para melhorias na infraestrutura, criação de empregos, construção de conhecimento e geração de lucro. As tendências de atuação estratégica relacionadas a esse papel são:

- Atuar como *advocate* no destino que representa;
- Participar em projetos de iniciativas de desenvolvimento econômico em sentido mais amplo;
- Contribuir para que o impacto do turismo seja mais bem compreendido no destino que representa; e
- Ter papel mais ativo em questões políticas e legislativas que impactem eventos.

Ativistas no Desenvolvimento Comunitário: Atualmente, poucas organizações de marketing de destinos estão efetivamente engajadas em desenvolver a comunidade local, em parceria com as autoridades e lideranças locais, sendo esse outro ponto que os DMOs vislumbram que deve mudar. O equilíbrio entre o desenvolvimento econômico através do fluxo de visitantes e as iniciativas dirigidas à sustentabilidade e atividades socioculturais serão imprescindíveis para garantir a manutenção da qualidade de vida dos residentes e beneficiar o próprio turismo, propiciando experiências mais autênticas aos visitantes. As tendências de atuação estratégica relacionadas a esse papel são:

- Desenvolver experiências autênticas para os visitantes;
- Aumentar o engajamento com a comunidade local para gerenciar questões futuras sobre a atividade turística;
- Criar estratégias para proteger os atrativos e o patrimônio cultural e natural do destino, conciliando com a atração de mais visitantes e eventos para a comunidade;
- Conciliar a experiência do visitante com a qualidade de vida dos residentes do destino;
- Considerar questões relacionadas a segurança nos planejamentos futuros de atividades.

Colaboradores em Redes Estratégicas: Para o futuro das organizações de turismo é importante ampliar a rede de parceiros e colaboradores dentro e fora do segmento do turismo, tais como fundos de investimento, universidades e outros negócios. Os DMO devem fazê-lo de maneira proativa, a fim de cocriar estratégias que sejam beneficiárias a múltiplos setores da economia. Quando bem-sucedida, a experiência para a visitante melhora e abre canais para entendimento das oportunidades e preocupações locais quanto aos investimentos do segmento do turismo e seus impactos na cadeia de valor. As tendências de atuação estratégica relacionadas a esse papel são:

- Formar alianças estratégicas com outras indústrias além do turismo;
- Gerar também relacionamento com partes interessadas não tradicionais; e
- Enfatizar a conexão de eventos corporativos com centros de conhecimento e inteligência locais.

O estudo destes papéis, juntamente com o mapeamento, análise e interpretação das melhores práticas de promoção de destinos turísticos, é imperativo para a proposição de estratégias de promoção de destinos turísticos que visem o

desenvolvimento do turismo, em bases sustentáveis, em alinhamento com as premissas globais, em especial a Agenda 2030.

Do ponto de vista dos ITO, um estudo realizado pela *Destination Think* (Destination Think, 2017) que pesquisou 71 ITO distribuídos em oito países, observou que as atividades que os ITO vêm realizando configuram-se em ações de rotina, de curto prazo, focadas em relacionamento com o *trade* e atividades de mídia, em função de uma estratégia já traçada pelos DMO, embora com autonomia para operar.

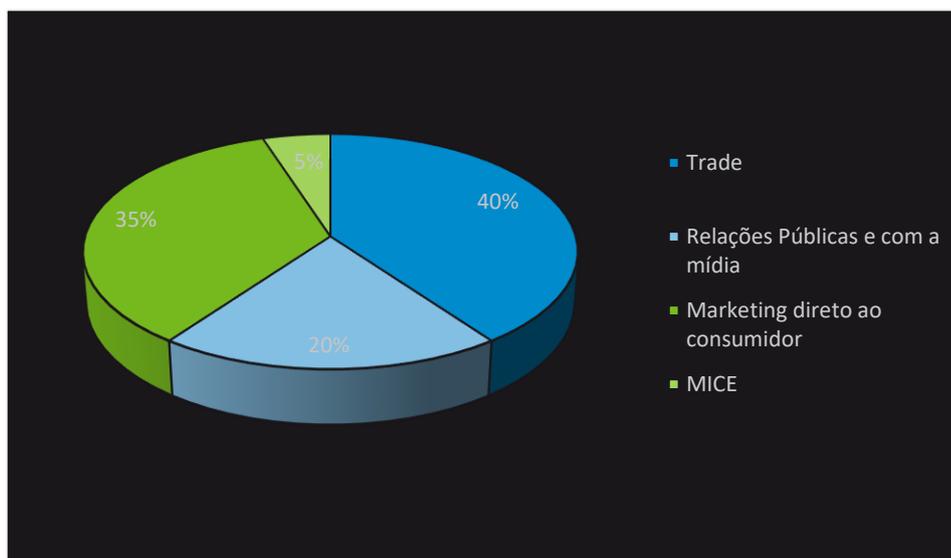
Essas atividades variam pouco, independentemente do orçamento disponível ou do tamanho da equipe, o que o estudo identifica como a falta de foco em necessidades de mercado. De fato, foi observada uma ausência de estratégia clara nos casos estudados. Muitos ITO são mensurados pelo volume de atividades que entregam, média de viagens, número de campanhas, visitas ao *website* ou alcance de conteúdo nas mídias sociais. Para 51,6% deles, o número de chegadas de turistas é a principal métrica utilizada para medir o sucesso das ações de marketing. Além disso, os planos anuais desenvolvidos não seguem uma estratégia de longo prazo.

O estudo identificou, ainda, que os ITO não usam Inteligência de Dados e Mercado para definir suas estratégias e que o orçamento de um ano é o que determina o do ano subsequente. Tais orçamentos estão concentrados na faixa de até US\$ 5 milhões, sendo que 50% deles têm orçamento de até US\$ 1 milhão anual. Em número de funcionários, 60% dos ITO pesquisados têm entre 2 e 5 pessoas na equipe.

A pesquisa observou, também, que embora alguns ITO já utilizem a segmentação por perfil de interesse, a maioria deles ainda baseia sua atuação por mercados geográficos e segmentação sociodemográfica. A segmentação do ponto de vista geográfico tem sua importância para as questões de acessibilidade, de cultura e para a perspectiva do idioma. Porém, numa análise global, isso perde relevância. O uso da segmentação agregando alguns outros elementos, como os interesses e perfil psicológico, potencializam o atingimento do público-alvo correto.

Ademais, a pesquisa identificou que cerca de 40% do orçamento dos ITO é destinado ao relacionamento com o *trade*, 35% para relações públicas e com a mídia e, 20% com marketing direto, conforme ilustrado na Figura 26.

Figura 26: Distribuição Orçamentária dos ITOs (%) – 2017

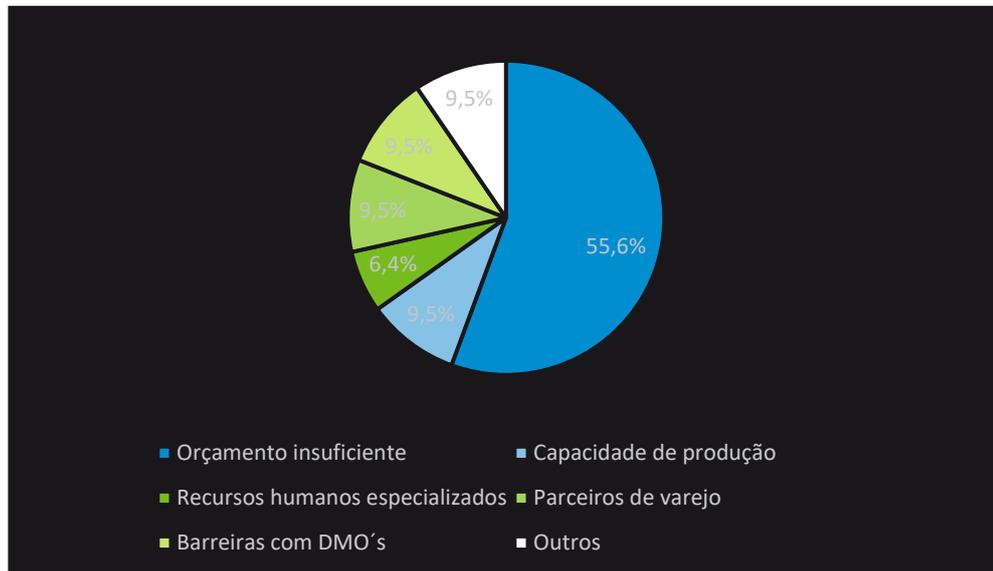


Fonte: Destination Think.

Essa divisão reflete a importância crescente atribuída ao relacionamento com o *trade* (40%), que envolvem a construção de parcerias estratégicas, com operadores de turismo, agências e outros atores relevantes para promover destinos. O orçamento destinado às relações públicas e mídia (35%) também é significativo, destacando a importância atribuída a moldar a percepção pública e construir uma imagem positiva do destino, através de mídia especializada e grandes veículos de comunicação. Já o marketing direto (20%), representa um percentual menor, o que sugere que as ITOs priorizam uma abordagem mais personalizada e direcionada para atingir consumidores específicos, mas não colocam tanto peso nessa estratégia em comparação com as outras.

Os ITO reportam na pesquisa que a principal limitação para aumentar a eficiência e eficácia dos resultados está no baixo orçamento (55,5%). Adicionado a esse fator há relatos de outros obstáculos advindos dos DMO, como o enrijecimento dos processos que reduzem a agilidade na implementação das atividades no mercado local (9,5%). A Figura 27 aponta outras dificuldades indicadas pelos ITO.

Figura 27 - Barreiras para Eficiência do Marketing



Fonte: Destination Think.

No modelo de atuação entre DMO e ITOs, obteve-se a declaração de alguns escritórios regionais quanto à falta de alinhamento em relação à estratégia global e a falta de foco, dando uma menor importância às necessidades reais do mercado local.

De todos os temas abordados, independentemente do modelo a ser adotado, é necessário entender, a fundo, sua audiência para refinar a segmentação. E a partir desse ponto criar um plano que esteja focado em desobstruir as barreiras de percepção e acessibilidade ao público-alvo, de modo que todos os pontos de contato consigam gerar sinergias para construir uma marca mais forte, contribuindo para a lembrança do destino perante os turistas no momento do planejamento da viagem.

Neste sentido, o conhecimento dos objetivos e da operacionalização dos DMO e ITO, bem como das prováveis evoluções pelas quais podem passar, são imprescindíveis para a construção de uma reflexão crítica sobre como as políticas públicas de marketing e promoção internacional de destinos turísticos podem estar alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e suas metas.

A sustentabilidade no turismo está, em tese, atrelada às especificidades de cada destino turístico, seja ele um país, estado, região ou município, pois seus objetivos e metas devem possuir um ponto de partida para o seu alcance. Por essa

razão, a próxima seção busca situar, como ponto de partida, o panorama global e nacional do turismo.

4.2.2 Promoção Turística e sustentabilidade: âmbito global

A promoção do turismo, em bases sustentáveis, no âmbito global requer um entendimento profundo das diretrizes e alinhamentos internacionais que norteiam essa prática. Para analisar a Promoção Turística de forma ampla e integrada, é fundamental que se compreenda a evolução das narrativas de documentos e acordos internacionais sobre turismo, em conexão com o compromisso de sustentabilidade, assim como os papéis desempenhados pelas instituições responsáveis por esse encaminhamento e os temas prioritários abordados ao longo do tempo. O Quadro 19 apresenta uma síntese destes principais documentos, de alcance global.

Quadro 19 – Síntese dos documentos internacionais na conexão entre turismo e sustentabilidade

Declaração de Manila (OMT, 1980)	Um dos primeiros documentos da OMT a reconhecer o papel social, cultural e econômico do turismo, abordando seus impactos e responsabilidades.
Carta para o Turismo Sustentável de Lanzarote (OMT, 1995)	Propõe diretrizes e compromissos para promover um turismo sustentável, reconhecendo tanto seu potencial socioeconômico quanto seus riscos ambientais e culturais.
Agenda 21 Para a Indústria de Viagens e Turismo: Em Direção a um Desenvolvimento Ambientalmente Sustentável (WTTC, OMT, & Earth Charter, 1993)	Propõe um plano de ação para tornar o setor de turismo mais sustentável, em alinhamento com a Agenda 21 da ONU.
Código Global de Ética para o Turismo (OMT, 1999)	Tem como objetivo promover um turismo responsável, sustentável e acessível para todos, orientando o setor para práticas que respeitem os direitos humanos e o meio ambiente, diretrizes que estão muito alinhadas com esta interrelação.
Declaração de Amã sobre o Turismo e a Paz (IIPT, 2000)	A declaração compromete-se a construir uma "Cultura de Paz" por meio do turismo, defendendo um turismo inclusivo, respeitoso e sustentável que aproxime diferentes culturas e nações.
Acordo de Mohonk: (Rainforst Alliance, 2000)	Propõe um programa internacional de certificação para turismo sustentável e ecoturismo.
Declaração de Québec sobre Ecoturismo (OMT, 2002)	Propõe um conjunto de recomendações para promover o ecoturismo como uma prática sustentável que beneficia tanto o ambiente natural quanto as comunidades locais.
Declaração de Cape Town sobre Turismo Responsável (OMT, 2002)	Propõe orientações para um turismo que promova o bem-estar das comunidades locais e preserve o meio ambiente.
Diretrizes para o Turismo Sustentável da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003)	Conjunto de diretrizes foca em práticas que assegurem a longevidade dos recursos naturais e culturais e incentivem o envolvimento das comunidades locais.
Declaração de Lusaka sobre Desenvolvimento de Turismo Sustentável, Mudança Climática e Paz (OMT, 2011)	Propõe diretrizes para integrar o turismo ao combate às mudanças climáticas e à promoção da paz.
Carta Mundial para o Turismo Sustentável (OMT, 2015)	Reafirma compromissos com o desenvolvimento sustentável do turismo, integrando os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e chamando a atenção para o papel do turismo na preservação ambiental, na promoção da paz e no empoderamento das comunidades locais.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos documentos levantados

O objetivo de desenvolvimento do turismo, pela perspectiva de sustentabilidade, tem sido gradualmente construído por uma série de declarações, cartas e diretrizes, cada uma delas traduzindo as preocupações e prioridades de seu tempo. Desde a **Declaração de Manila sobre o Impacto do Turismo nas Sociedades** (OMT, 1980), que começou a delinear os efeitos sociais, culturais e econômicos do turismo, até a **Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo** (1995), que introduziu um enfoque de sustentabilidade ambiental adaptado às diretrizes da Cúpula da Terra, cada um dos documentos mencionados no quadro anterior, contribuiu para a concepção de uma nova visão para o turismo.

A cronologia desses documentos permite ainda observar a ampliação progressiva do debate sobre sustentabilidade no turismo. Documentos como a **Carta de Lanzarote para o Turismo Sustentável** (OMT, 1995) enfatizam a conservação ambiental e a preservação cultural como princípios centrais a serem adotados em planejamento turístico. Já a **Declaração de Quebec sobre Ecoturismo** (OMT, 2002) e, a **Declaração de Cape Town sobre Turismo Responsável** (OMT, 2002) expandem esse debate ao reafirmar o papel do turismo para a geração de benefícios locais e, para a inclusão de comunidades anfitriãs. Esses documentos foram promovidos por organizações influentes, no plano global, como a Organização Mundial do Turismo (OMT), o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), e, o Instituto Internacional para a Paz através do Turismo (IIPT), que continuam a representar atores essenciais na concepção e promoção dessas diretrizes.

Cada uma dessas instituições vem contribuindo para o debate com enfoques particulares associados à sustentabilidade no turismo, seja pela preservação ambiental, pela inclusão social ou pela promoção da paz. Esses temas permeiam, constantemente, os documentos subsequentes, como a mais recente **Carta Mundial para o Turismo Sustentável** (OMT, 2015), que incorpora os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU e reforça a necessidade de um caminho para o turismo que respeite o ambiente, promova a paz e empodere as comunidades locais. A seguir serão detalhados os documentos levantados.

A **Declaração de Manila** (OMT, 1980)¹⁵ foi um dos primeiros documentos da OMT a reconhecer o papel social, cultural e econômico do turismo, abordando seus impactos e responsabilidades. Concebida para balizar a natureza do turismo em um mundo em rápida transformação, enfatizando a responsabilidade dos Estados em promover um caminho para o turismo que transcenda o viés da economia, integrando ao processo, também, suas implicações sociais, culturais e ambientais. As perspectivas do turismo adotadas na declaração são resumidas a seguir:

- Turismo entendido como Essencial: Turismo concebido como fundamental para as nações, com impactos sociais, culturais, educacionais e econômicos, dependente de condições de paz.
- Direito ao Lazer e Viagens: Acesso a férias e liberdade de viajar são direitos humanos, ligados ao bem-estar e ao desenvolvimento pessoal, devendo ser acessíveis a todos.
- Equilíbrio Econômico e Social: Além dos lucros, o turismo deve promover consciência cultural, identidade nacional e solidariedade entre as pessoas.
- Conservação e Sustentabilidade: Recursos naturais e culturais, considerados como patrimônio da humanidade, devem ser preservados para futuras gerações.
- Promoção da Paz e Entendimento: O turismo deve incentivar a paz e o respeito entre os povos, promovendo cooperação internacional.
- Desenvolvimento e Inclusão Social: O turismo deve gerar empregos e ser acessível para jovens, idosos e pessoas com deficiência.

A Declaração de Manila aborda o turismo como um fenômeno multifacetado que requer abordagens integradas e políticas públicas que respeitem as necessidades das sociedades locais e globais, incentivando uma prática turística ética e sustentável.

A **Carta para o Turismo Sustentável de Lanzarote** (OMT, 1995)¹⁶, elaborada no âmbito da Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável em Lanzarote, Espanha, propõe diretrizes e compromissos para promover o turismo sustentável, reconhecendo tanto o seu potencial socioeconômico quanto seus riscos ambientais e culturais. O documento apela para que a comunidade internacional, governos, setor privado, ONGs e turistas para que adotem uma abordagem responsável sobre o

¹⁵ <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01>

¹⁶ <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/03.%20Charter%20for%20sustainable%20tourism.PDF>

turismo, no sentido de equilibrar o desenvolvimento econômico, a proteção ambiental e, o respeito às comunidades locais, apontando as seguintes diretrizes:

- **Sustentabilidade Integral:** O turismo deve ser sustentável ambiental, econômica e socialmente, respeitando o ambiente e a cultura locais.
- **Respeito ao Patrimônio:** A cultura e identidade das comunidades locais devem estar no centro das estratégias turísticas.
- **Cooperação e Solidariedade:** A colaboração entre atores públicos e privados, com foco na cooperação internacional, é essencial.
- **Conservação:** Proteger o patrimônio natural e cultural é prioritário, com inovação cultural e tecnológica.
- **Qualidade e Diversidade:** O turismo deve valorizar a diversidade local e promover alternativas sustentáveis.
- **Instrumentos Econômicos e Legais:** Instrumentos econômicos e fiscais harmonizados são necessários para a sustentabilidade no turismo.
- **Turismo Alternativo:** Ecoturismo e outras formas alternativas devem ser incentivadas para a estabilidade ambiental e social.
- **Educação e Consciência:** Conscientização e educação de todos são essenciais para o turismo sustentável.

A Carta reforça, ainda, a ideia de que o turismo sustentável deve se constituir como uma responsabilidade coletiva, requerendo a adoção de políticas, práticas e ações coordenadas para minimizar impactos negativos e maximizar benefícios sociais e ecológicos.

A Agenda 21 Para a Indústria de Viagens e Turismo: Em Direção a um Desenvolvimento Ambientalmente Sustentável (OMT, 1993)¹⁷, foi pactuada na Cúpula da Terra do Rio de Janeiro (1992) e propõe um plano de ação para tornar o setor de turismo mais sustentável, em alinhamento com a Agenda 21 da ONU. Desenvolvida pelo WTTC, a OMT e o Earth Council, esta agenda reconhece a importância do turismo como força econômica e seu potencial para promover benefícios sociais e ambientais, ao mesmo tempo em que alerta para a necessidade

¹⁷ <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/estudos-e-seminarios/historico/documentos-de-trabalho/5224-agenda-21-para-a-industria-de-viagens-e-turismo-anexo-ao-dt-45/file>

de ações que minimizem seus impactos negativos. São as seguintes as diretrizes do documento:

- **Turismo Sustentável:** Deve ser ambientalmente sustentável, economicamente viável e socialmente justo e envolver o compromisso de governos e empresas.
- **Educação Ambiental:** Conscientização de todos os envolvidos é essencial para práticas que respeitem o meio ambiente e as culturas locais.
- **Planejamento Integrado:** É crucial considerar impactos ambientais, sociais e culturais, especialmente em áreas sensíveis.
- **Responsabilidade e Parcerias:** Colaboração entre governos, empresas e comunidades é vital para práticas sustentáveis e inclusão.
- **Monitoramento:** Uso de indicadores e metas para medir e ajustar a sustentabilidade no setor constitui premissa para o êxito do processo.
- **Tecnologias Sustentáveis:** Priorização de produtos e tecnologias de baixo impacto, como energias renováveis e infraestrutura eficiente como caminho a ser adotado.

Essas perspectivas visam construir um caminho para o turismo que equilibre crescimento econômico com a proteção dos recursos naturais e culturais, promovendo um desenvolvimento que seja benéfico para todos os envolvidos e sustentável, a longo prazo.

O **Código Global de Ética para o Turismo** (OMT, 1999)¹⁸, elaborado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) tem como objetivo promover um turismo responsável, sustentável e acessível para todos, orientando o setor para práticas que respeitem os direitos humanos e o ambiente. O documento se propõe a estabelecer um conjunto de princípios éticos que balizem as atividades turísticas, abordando a responsabilidade dos diversos atores envolvidos, como governos, empresas, turistas e comunidades locais. As perspectivas do turismo sustentável adotadas nesse código, são: Entendimento e Respeito Mútuo. Algumas premissas do documento são assim resumidas:

18 <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>

- **Desenvolvimento Sustentável:** O turismo deve respeitar o meio ambiente, economizar recursos e distribuir benefícios de forma justa.
- **Proteção Cultural:** A receita do turismo deve apoiar a preservação de locais históricos e tradições.
- **Benefícios Locais:** O turismo deve favorecer o desenvolvimento social e econômico das comunidades locais.
- **Direito ao Turismo:** O acesso ao turismo é um direito, e barreiras ao movimento dos turistas devem ser evitadas.
- **Responsabilidade Profissional:** Empresas devem fornecer informações claras, garantir segurança e respeitar as leis locais.
- **Direitos dos Trabalhadores:** O turismo deve oferecer condições justas, promovendo treinamento, segurança e igualdade.

O Código de Ética orienta o setor a adotar práticas que equilibram o crescimento econômico com o bem-estar social e, a conservação ambiental, promovendo um caminho mais responsável e inclusivo para todos os envolvidos.

A **Declaração de Amã sobre Paz por Meio do Turismo** (IIPT, 2000)¹⁹, por sua vez, foi elaborada durante a Cúpula Global do IIPT (International Institute for Peace Through Tourism) em Amã, Jordânia, com o propósito de promover o turismo como um meio para a paz, entendimento e prosperidade global. Reconhecendo o turismo como um fenômeno social e cultural global, a declaração compromete-se a construir uma "Cultura de Paz", por meio do turismo, defendendo um turismo inclusivo, respeitoso e sustentável que aproxime diferentes culturas e nações. As principais diretrizes adotadas na declaração são:

- **Direito ao Turismo:** O direito de viajar deve ser garantido a todos, promovendo inclusão e acessibilidade.
- **Fortalecimento Local:** O turismo deve beneficiar comunidades locais, promovendo coesão social e valorizando culturas e tradições.
- **Diversidade Cultural:** A diversidade deve ser celebrada, incentivando respeito e entendimento entre os povos.

¹⁹ <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/59.%20Amman.PDF>

- **Preservação do Patrimônio e Ambiente:** A proteção de monumentos e do meio ambiente é essencial para a sustentabilidade e o legado futuro.
- **Paz e Inclusão Global:** O turismo deve servir como ponte entre sociedades, promovendo paz e reduzindo desigualdades.

A Declaração de Amã, resultado de um workshop internacional em novembro de 2000, reconhece o turismo como força motriz para a paz, promovendo o compromisso de sustentabilidade, a proteção do patrimônio e, o respeito à diversidade cultural.

O **Acordo de Mohonk**²⁰ representa uma proposta do Programa Internacional de Certificação para Turismo Sustentável e Ecoturismo (2000) e propõe um programa internacional de certificação para o turismo sustentável e para o ecoturismo. O documento, desenvolvido durante um workshop internacional em Mohonk, Nova York, foi promovido pelo Institute for Policy Studies, visando estabelecer princípios e critérios para garantir que práticas de turismo e ecoturismo sejam ecologicamente e socialmente responsáveis. O acordo enfatiza que o turismo sustentável deve ser gerido com rigor, para minimizar impactos negativos e promover, benefícios econômicos e culturais para as comunidades locais. Suas principais premissas são:

- **Certificação Transparente:** Um Programa de certificação com participação de múltiplos setores e auditorias independentes para assegurar a transparência deve ser pactuado.
- **Crítérios de Sustentabilidade:** O Turismo sustentável deve cumprir padrões ambientais, sociais e econômicos, beneficiando comunidades locais.
- **Gestão Ambiental e Social:** Se reconhece a necessidade de planos e avaliações que promovam a conservação da biodiversidade e o uso sustentável de recursos.
- **Benefícios Comunitários e Conservação:** O Ecoturismo deve oferecer experiências educativas que incentivem a conservação e o envolvimento local.
- **Escala e Desenho Adequados:** A infraestrutura para o turismo deve ser culturalmente sensível e ambientalmente sustentável.

²⁰ <http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf>

A **Declaração de Québec sobre Ecoturismo** (2002)²¹, emitida durante a Cúpula Mundial de Ecoturismo, propõe um conjunto de recomendações para promover o ecoturismo como uma prática sustentável capaz de beneficiar tanto o ambiente natural quanto as comunidades locais. O documento traduz a importância de se buscar integrar as premissas do desenvolvimento sustentável ao ecoturismo, especialmente em áreas com significativos recursos naturais e culturais. Algumas perspectivas inspiram o conteúdo desse documento:

- **Conservação Ativa:** O Ecoturismo deve apoiar diretamente a preservação de ecossistemas e tradições locais.
- **Inclusão Local e Indígena:** As comunidades locais e indígenas devem ser incluídas no planejamento, promovendo seu bem-estar e conhecimento.
- **Educação e Sensibilização:** O Ecoturismo deve proporcionar aos visitantes uma compreensão profunda e respeitosa do patrimônio local.
- **Benefícios Econômicos Locais:** O Ecoturismo deve gerar benefícios econômicos significativos para comunidades anfitriãs, combatendo a pobreza.
- **Planejamento Sustentável:** O planejamento participativo e monitorado deve ser assegurado para garantir sustentabilidade e minimizar impactos negativos.

A Declaração de Québec promove o ecoturismo como um modelo que une turismo e conservação, destacando a importância de práticas turísticas que sejam sustentáveis e culturalmente respeitadas, beneficiando tanto o meio ambiente quanto as comunidades locais.

A **Declaração de Cape Town sobre Turismo Responsável** (2002)²², emitida como resultado da Conferência de Turismo Responsável em Destinos, propõe orientações para um turismo que promova o bem-estar das comunidades locais e preserve o meio ambiente. O documento enfatiza a importância da responsabilidade compartilhada entre governos, empresas e turistas na criação de destinos sustentáveis que ofereçam benefícios sociais, culturais e econômicos, com as seguintes diretrizes:

21 <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/quebec-declaration.pdf>

22 https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/?utm_source=Blog&utm_medium=Social&utm_campaign=Theme_announcement_responsible_tourism_hub_port

- **Responsabilidade Econômica:** Turismo deve maximizar benefícios locais, incentivando produtos e serviços locais e respeitando padrões de trabalho justos.
- **Responsabilidade Social:** Envolve a participação das comunidades e minimiza impactos negativos, promovendo inclusão e o combate à exploração e discriminação.
- **Responsabilidade Ambiental:** Promove o uso sustentável de recursos e conservação da biodiversidade, respeitando a capacidade dos ecossistemas.
- **Conexão Cultural:** Incentiva respeito e valorização da cultura local, criando experiências autênticas e fortalecendo a relação entre turistas e comunidades.

A Declaração de Cape Town defende que o turismo deve criar "lugares melhores para viver e visitar", promovendo práticas que sejam benéficas tanto para os habitantes locais quanto para os turistas. Ela destaca a necessidade de uma abordagem participativa e multissetorial para atingir metas sustentáveis, apoiada por relatórios transparentes e auditáveis de progresso.

As **Diretrizes para o Turismo Sustentável** da Organização Mundial do Turismo (OMT) (2003) oferecem orientações para promover o desenvolvimento de um turismo que equilibre crescimento econômico com a preservação ambiental e o bem-estar social. Esse conjunto de diretrizes foca em práticas que assegurem a longevidade dos recursos naturais e culturais e incentivem o envolvimento das comunidades locais. Aqui estão algumas questões-chave abordadas nas diretrizes:

- **Gestão Sustentável de Recursos Naturais:** Promove o uso consciente de recursos para evitar degradação e conservar a biodiversidade.
- **Benefícios para Comunidades Locais:** Incentiva a participação das comunidades para que os benefícios do turismo sejam compartilhados de forma justa.
- **Preservação Cultural:** Destaca a importância de valorizar e proteger o patrimônio cultural, promovendo experiências autênticas.
- **Educação e Sensibilização Ambiental:** Propõe campanhas educativas para conscientizar sobre sustentabilidade e práticas responsáveis.
- **Planejamento e Monitoramento:** Recomenda planejamento com avaliação de impacto e monitoramento contínuo para garantir sustentabilidade.

- Parcerias Multissetoriais: Enfatiza a colaboração entre governos, empresas e ONGs para implementar práticas sustentáveis.

Essas diretrizes da OMT visam criar um setor de turismo mais consciente e responsável, que contribua para o desenvolvimento econômico enquanto preserva o meio ambiente e respeita a diversidade cultural, beneficiando tanto as gerações atuais quanto futuras.

A Declaração de Lusaka sobre Desenvolvimento de Turismo Sustentável, Mudança Climática e Paz (2011)²³, promovida pelo Instituto Internacional para a Paz por Meio do Turismo (IIPT), propõe diretrizes para integrar o turismo ao combate às mudanças climáticas e à promoção da paz. Reconhecendo os desafios globais, a declaração destaca o papel do turismo sustentável no apoio ao desenvolvimento econômico, à conservação ambiental e, à criação de harmonia entre culturas. Algumas perspectivas de abordagem inspiram o documento:

- Mitigação Climática: No turismo devem ser adotadas práticas sustentáveis, utilizando-se para tal, energia renovável e recursos eficientes para reduzir a pegada de carbono.
- Desenvolvimento Econômico Sustentável: O turismo deve gerar empregos dignos, estimular economias locais e reduzir a pobreza.
- Empoderamento Local: A inclusão de comunidades locais e, especialmente mulheres e jovens, é fundamental em planejamento turístico, valorizando o conhecimento nos lugares turísticos.
- Responsabilidade Social e Cultural: O turismo deve promover o entendimento e respeito intercultural entre turistas e comunidades anfitriãs.
- Parcerias Globais: O turismo requer a cooperação entre governos, ONGs e setor privado para práticas que respeitem o ambiente e incentivem o desenvolvimento inclusivo.
- Educação e Conscientização: É essencial educar turistas e comunidades locais sobre práticas sustentáveis e mudanças climáticas para promover uma cultura de paz.

A Declaração de Lusaka busca estabelecer a compreensão do turismo como um veículo de mudança positiva, conectando o desenvolvimento sustentável, a ação

²³ <https://peacetourism.org/lusaka-declaration/>

climática e a promoção da paz global, por meio de uma abordagem colaborativa e inclusiva.

A **Carta Mundial para o Turismo Sustentável** (OMT, 2015) reafirma o compromisso com o desenvolvimento sustentável em articulação ao turismo, alinhando-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU. Reconhecendo o turismo como uma via para serem alcançadas as metas da Agenda 2030, o documento enfatiza o papel do setor para a preservação ambiental, a promoção da paz e, o empoderamento das comunidades locais. O turismo sustentável é decodificado como uma força motriz potencial para o bem-estar ambiental e cultural, sendo capaz de promover crescimento econômico inclusivo, consumo responsável e proteção dos recursos naturais, segundo as seguintes diretrizes:

- **Preservação do Patrimônio:** O turismo deve apoiar a conservação dos recursos naturais e culturais, assegurando sua preservação para futuras gerações.
- **Responsabilidade Ambiental:** O turismo deve ser capaz de reduzir a pegada ecológica, por meio de práticas eficientes de energia, gestão de resíduos e uso sustentável dos recursos.
- **Mudanças Climáticas:** No turismo devem ser implementadas estratégias de baixo carbono e energias renováveis, sendo promovidas práticas sustentáveis de mobilidade.
- **Empoderamento Local:** As comunidades locais devem ser incluídas no processo, especialmente indígenas e grupos vulneráveis, garantindo-se a distribuição justa dos benefícios econômicos.
- **Paz e Inclusão:** O turismo deve ser entendido como ferramenta de paz e diálogo intercultural.
- **Inovação e Tecnologia:** Tecnologias para a gestão sustentável e aprimoramento da experiência turística devem ser incentivadas.

A Carta Mundial para o Turismo Sustentável reafirma uma leitura sobre o turismo que prioriza a sustentabilidade ecológica e o desenvolvimento inclusivo, por meio de parcerias e governança participativa, para garantir o equilíbrio entre conservação ambiental e crescimento econômico.

Parece, portanto, haver uma convergência das percepções expressas nesses documentos sobre a necessidade de salvaguardas para a preservação do patrimônio

natural e cultural, para as presentes e futuras gerações. A responsabilidade ambiental também é amplamente enfatizada, por meio do compromisso de redução da pegada ecológica, da eficiência energética, da gestão de resíduos e do uso sustentável dos recursos naturais, com especial atenção aos ecossistemas vulneráveis. O empoderamento local e os benefícios para as comunidades envolvidas representam diretrizes comuns nos documentos analisados, que pregam o incentivo à participação ativa desses grupos sociais no processo, com ênfase aos povos indígenas e demais comunidades vulneráveis. Uma preocupação também recorrente nos documentos analisados se refere ao compromisso de distribuição justa dos benefícios econômicos advindos do turismo. Além disso, o turismo é interpretado, de maneira estratégica, como uma ferramenta para a promoção da paz, para o diálogo intercultural e, para a inclusão social.

A análise realizada ilustra, com clareza, como o debate sobre o compromisso de sustentabilidade vem sendo internalizado, nos últimos anos, nas narrativas de políticas públicas de alcance global, em conexão com o turismo. Para além das questões operacionais usualmente abordadas sobre o tema, os documentos analisados, nos últimos anos avançaram também com relação aos aspectos éticos envolvidos no debate. Evidentemente que esse movimento é evidente no plano das narrativas das políticas setoriais de alcance global. Contudo, a questão que se coloca é em que medida essas boas intenções vem sendo de fato, traduzidas em ações estratégicas para a transformação necessária do turismo, na contemporaneidade. Essa reflexão tende a ser essencial para se repensar a Promoção Turística nos próximos anos.

4.2.3 Institucionalidades, políticas públicas de Promoção Turística no Brasil

Uma série de marcos, no âmbito de políticas públicas, vem contribuindo, ao longo do tempo, para o desenvolvimento do turismo no Brasil como diversos programas, planos e projetos e, a inserção de pautas importantes na agenda do setor, como as abordagens dirigidas à competitividade, internacionalização e gestão descentralizada (Carvalho, 2016). No entanto, no início do processo foram muitas as dificuldades que precisaram ser enfrentadas para se chegar à formação de um ministério com atribuição específica para essa agenda. Assim, a trajetória de políticas

públicas de turismo resulta de um longo percurso de várias décadas até a criação do Ministério de Turismo, em 2003.

Essa trajetória de políticas públicas de turismo no Brasil é resumida em Lima (2019) e Lima, Irving, Fragelli, Nasri e Faico (2025), Maranhão (2017), Trentin e Fratucci (2011), Carvalho (2016), entre outros autores que inspiram o presente capítulo.

Contudo, é importante enfatizar que, desde as primeiras ações de regulamentação do turismo no Brasil até a criação do Ministério do Turismo, no período de 1939 a 2003, o turismo esteve sob a competência de diferentes instâncias públicas, sendo elas: Divisão de Turismo e Departamento de Imprensa e Propaganda (1939 - 1945); Departamento Nacional de Informação-Ministério da Justiça e Negócios Interiores (1945 – 1946); Departamento Nacional de Imigração do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (1951 – 1958; Comissão Brasileira de Turismo (1958 – 1961); Divisão de Turismo e Certames, do Departamento Nacional do Comércio do Ministério da Indústria e do Comércio (1961-1966); Ministério da Indústria e do Comércio, EMBRATUR e Conselho Nacional de Turismo (CNTur) (1966 – 1990); Secretaria de Desenvolvimento Regional e EMBRATUR (1990 - 1992); Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo e EMBRATUR (1992 – 1996); Ministério de Esportes e do Turismo, e EMBRATUR (1996 – 2002); Ministério do Turismo e Conselho Nacional de Turismo (2003 até o momento) (Maranhão, 2017). Esse perfil institucional mutante em toda a história de políticas setoriais no país, ilustra, pedagogicamente, a dificuldade de enquadramento do turismo no plano da gestão pública.

O processo da institucionalização do turismo no Brasil revela, ainda, uma trajetória marcada por fases distintas que traduzem mudanças nas prioridades governamentais e, descontinuidades no plano de políticas públicas. Mas o fato é que desde as primeiras tentativas de regulamentação do setor, em 1939 até a criação do Ministério do Turismo, em 2003, este vem adquirindo cada vez maior relevância no cenário político e econômico do país. Mas a criação do Ministério do Turismo foi o marco de políticas públicas que consolidou o turismo como tema central na agenda governamental. Por outro lado, um resgate de processo ilustra que o processo não foi linear e nem se efetivou sem inúmeros percalços.

Em uma leitura retrospectiva, em 1923, já havia no país um conjunto de associações empresariais de classes, entre outras instituições não governamentais, atuantes no setor, como a Sociedade Brasileira de Turismo. Em 1930, foi também criada a Divisão do Turismo, órgão do então Departamento de Imprensa em Propaganda (DIP), primeiro órgão público dirigido ao turismo no país, responsável pela fiscalização da atuação de agências de viagem. Neste período, foram efetivadas as primeiras ações do governo brasileiro para o turismo, como: o Decreto-lei n.º 406 de 1938 (Brasil, 1938) que regulamentava a entrada de estrangeiros no Brasil e a venda de passagens (aéreas, marítimas e terrestres), devendo as mesmas serem autorizadas pelo Ministério de Trabalho, Indústria e Comércio (Brasil, 1938). (Maranhão, 2017; Lopes; Panosso Netto, 2021).

Em fase posterior, o ano de 1966 representou um marco para o turismo do país, com a criação de estruturas federais voltadas para a regulamentação do turismo, como o Decreto-Lei n.º 55, de 18 de novembro de 1966 (Brasil, 1966), tendo sido criados, naquele momento, o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), de caráter normativo e, a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), como órgão executor da política setorial, e com ações voltadas para a formulação, coordenação e execução da Política Nacional de Turismo (PNT) (Maranhão, 2017; Lopes; Panosso Netto, 2021).

Este período marcou ainda o início de uma abordagem mais organizada e estratégica para o turismo no Brasil, com a Embratur desempenhando um papel central na esfera federal, na promoção internacional e, na definição de diretrizes para o desenvolvimento do turismo. A criação dessas instituições contribuiu, sem dúvida, para a estruturação do setor e facilitou o diálogo entre governo, indústria e outros atores sociais, no sentido de mobilização interinstitucional para o desenvolvimento turístico no Brasil.

A Embratur, de 1966 a 2003, tinha como objetivo fomentar a atividade turística, ao buscar viabilizar as condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o país. Também por essa razão e em decorrência do contexto político vigente, a Embratur desempenhou um papel crucial na história da administração pública brasileira, sendo essa a primeira empresa pública criada no

país²⁴. Para além destas motivações, as justificativas para a criação da Embratur eram ancoradas no reconhecimento do potencial do turismo para geração de divisas, necessidade de investimento no setor hoteleiro e, regulamentação das agências de viagens (Brasil, 2007).

Mas apesar desse movimento inicial, o setor de turismo ainda não era entendido, à época, como de grande relevância pelo governo, recebendo limitada atenção até a década de 1980, quando o setor passou a receber maior destaque na Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988 (Brasil, 1988), marco da redemocratização do país. Legislações específicas, acordos e subsídios para o setor foram então criados, com o intuito de incentivar o seu crescimento e favorecer o seu desenvolvimento, envolvendo o processo pressões políticas, empresariais e sociais (Carvalho, 2016).

A partir da década de 1990, o turismo passou, de fato, a ser abordado, em políticas públicas, com maior ênfase, o que foi resultante da crescente importância econômica mundial atribuída ao setor de serviços. O reconhecimento do elevado potencial turístico país, o fluxo de capitais estrangeiros que possibilitavam o financiamento de projetos e, o posicionamento favorável do setor público e privado em relação a investimentos no setor, contribuíram, significativamente, para essa mudança (Carvalho, 2016; Maranhão, 2017)

Outra iniciativa importante, na década de 90, que contribuiu para que o turismo passasse a ser entendido como uma via economicamente rentável para o país, foi a Política Nacional de Turismo (Brasil, 1995), com vigência de 1996 – 1999, constituída por um conjunto de normas voltadas ao planejamento e ordenamento do setor, tendo como resultado direto, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) (Brasil, 1994) Este programa tinha como objetivo a descentralização da gestão, dotando os municípios brasileiros com potencial turístico, de autonomia e condições técnicas e organizacionais para promover o turismo (Carvalho, 2016; Maranhão, 2017).

O PNMT dá início, portanto, à gestão participativa e descentralizada do turismo no país, por meio dos Conselhos Municipais de Turismo. Para tal, o governo nacional

24 Já nos primórdios no início da ditadura militar, a Embratur era percebida como “o instrumento ideal para combater a ideia de ditadura assassina que os setores da sociedade nacional e internacional denunciavam” (Brasil, 2007, p. 35). Foi neste contexto que o Brasil também “vendia” o país para o mercado externo, com grande apelo às mulheres brasileiras, fomentando o que, posteriormente passou a ser discutido como turismo sexual.

estabeleceu diretrizes para que os municípios pudessem planejar o desenvolvimento do turismo, fomentando um maior profissionalismo nos serviços e, eficiência econômica na administração do turismo doméstico. Naquele momento, não havia repasse financeiro direto aos municípios, mas somente repasse de tecnologia e de informações, sobretudo, por meio da capacitação de agentes multiplicadores locais, com foco nas metodologias de planejamento participativo (Trentin; Fratucci, 2011).

Essa abordagem descentralizada visava tornar o turismo um equitativo, com foco no desenvolvimento local e, no fortalecimento das economias municipais. Ao promover o planejamento participativo e, a capacitação local, o PNMT objetivou criar um modelo que buscava integrar os agentes municipais ao processo, embora inúmeras limitações práticas, especialmente no que diz respeito ao financiamento, tenham sido encontradas nesse percurso (Trentin; Fratucci, 2011).

Outro fator relevante que moldou o padrão de desenvolvimento do turismo, a partir de então, foi o contexto nacional e internacional da época, principalmente o cenário econômico e político que caracterizou a década de 1990, marcada por forte instabilidade, tensões e cortes orçamentários na economia. Esse panorama instável conduziu à busca por novas atividades econômicas, que pudessem oferecer novas perspectivas à situação de crise econômica enfrentada pelo país e, que pudessem fomentar a criação de novos empregos e geração de renda. Desse modo, o turismo passou a ser estimulado, não apenas como uma importante atividade econômica, mas também, como uma ferramenta estratégica para a retomada do crescimento econômico do país (Maranhão, 2017).

Importante enfatizar que, em 1991, o status institucional da Embratur também se modificou, passando a mesma de Empresa Brasileira de Turismo (autarquia especial), para Instituto Brasileiro de Turismo, vinculado ao Ministério do Esporte e Turismo, responsável pela coordenação e execução da Política Nacional de Turismo, sob competência do Conselho Nacional de Turismo. Essa alteração decorreu de imprecisões e problemas jurídicos junto a outras instituições da esfera federal, como Administração Financeira da Previdência Social e, a Secretaria Municipal da Fazenda do Rio de Janeiro (Brasil, 2017).

Mas apesar da crescente importância atribuída ao turismo, no Brasil e no mundo, foi somente no ano de 2003 que o Ministério do Turismo foi criado, com o

objetivo de regular o setor no país. Um marco importante nesse processo foi também, a partir de então, o desenvolvimento dos denominados Planos Nacionais de Turismo (PNT), contendo diretrizes, metas e programas com o objetivo de estruturar e nortear as ações do setor.

A Política Nacional do Turismo – também conhecida como Lei Geral do Turismo - (Brasil, 2008) regulamenta atualmente o setor de turismo no Brasil, estabelecendo diretrizes para o desenvolvimento sustentável e definindo as responsabilidades do poder público e do setor privado, atrelando-as, expressamente, aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável (art. 4º, parágrafo único, Lei 11.771/2008) (Vilani, 2012). A partir de então, o Ministério do Turismo passou a ser encarregado de planejar e coordenar políticas públicas para promover o Brasil como destino turístico internacional e fortalecer o turismo doméstico. Essa lei criou, ainda, o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), obrigatório para empresas e profissionais do setor, garantindo o cumprimento de normas e facilitando o acesso ao apoio governamental (Brasil, 2008).

O compromisso de sustentabilidade se expressa como um princípio na narrativa dessa lei, que busca promover um turismo responsável, respeitando o ambiente e incentivando o desenvolvimento econômico e social nas regiões turísticas. Com essa orientação, prestadores de serviços devem assegurar a qualidade no atendimento e, o cumprimento das legislações ambientais, trabalhistas e de defesa do consumidor. A descentralização da gestão turística representou, também, um outro ponto importante desse dispositivo legal, buscando estimular a cooperação entre União, Estados e Municípios, além da promoção de destinos menos conhecidos (Brasil, 2008).

Essa lei prevê, ainda, o apoio à modernização da infraestrutura turística, especialmente em áreas de relevância histórica e cultural, atribuindo à Embratur a responsabilidade pela promoção do Brasil no exterior. Também fomenta o turismo de negócios e eventos, reconhecendo a sua importância econômica, e incentiva a capacitação profissional, para melhorar a qualidade dos serviços. Por fim, estabelece que o governo pode oferecer incentivos fiscais e financiamentos para apoiar projetos turísticos e inovação no setor (Brasil, 2008).

Essa lei representou, portanto, um avanço na regulamentação do turismo no Brasil, fornecendo uma estrutura legal para o planejamento e a execução de políticas públicas setoriais. No entanto, a sua implementação precisou enfrentar inúmeros desafios, como a necessidade de maior integração entre as esferas governamentais, a efetividade na fiscalização e a construção de salvaguardas para assegurar um impacto social positivo (Oliveira, 2009). Mas, segundo Oliveira (2009), a sua implementação só seria bem-sucedida se fosse assegurada a articulação entre os diferentes atores e setores para que as promessas legais pudessem ser traduzidas em benefícios reais para o turismo brasileiro e, para as comunidades envolvidas.

O primeiro PNT (2003-2007), desde período, intitulado “Nosso Próximo Evento é no Brasil” (Brasil, 2003) partiu da análise das gestões anteriores e apontou os equívocos cometidos, permitindo uma melhor formulação de estratégias para evitar a repetição de erros do passado, em termos de planejamento (Maranhão, 2017; Ministério do Turismo, 2003; Lanzarini; Barreto, 2014).

Com o lançamento do segundo PNT (2007-2010), “Uma Viagem de Inclusão”, (Brasil, 2007) foi proposto o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), um programa estrutural que se diferenciou do PNMT (Programa Nacional de Municipalização do Turismo), ao enfatizar o desenvolvimento de regiões turísticas, ao invés de municípios isolados. O PRT propõe uma abordagem descentralizada, envolvendo estados, municípios e a sociedade civil, para valorizar destinos locais menos conhecidos e descentralizar a oferta turística do país (Lanzarini & Barreto, 2014).

Entre os pontos relevantes do PRT, cabe destacar a diversificação da oferta turística, a promoção de destinos para além dos polos tradicionais e o fomento ao desenvolvimento local. No entanto, o programa, desde a sua origem, vem enfrentando desafios significativos para o seu êxito, como a limitação de infraestrutura adequada em várias regiões, a coordenação entre os níveis de governo, e a escassez de recursos financeiros e humanos para sua plena implementação. A capacitação insuficiente da mão de obra local e, a necessidade de estratégias mais integradas também são reconhecidas como questões críticas que limitam o impacto positivo do programa. Além disso, muitos municípios ainda carecem de uma infraestrutura turística básica, o que impede o crescimento sustentável do turismo regional e o torna

menos competitivo tanto no cenário nacional quanto internacional (Trentin, Fratucci, 2011).

O terceiro Plano Nacional de Turismo (2013-2016) – O turismo fazendo muito mais pelo Brasil -, além de impulsionar políticas públicas, fortalecer a infraestrutura e qualificar o setor turístico, destacou os megaeventos como uma oportunidade estratégica para o país. Para maximizar seus impactos, o plano demandou ações coordenadas e investimentos direcionados, preparando o Brasil para receber esses eventos de forma estruturada e competitiva (Brasil, 2013). Nesse contexto, um de seus objetivos estratégicos foi a preparação do turismo brasileiro, com foco na modernização da infraestrutura, melhorias na mobilidade urbana, capacitação profissional e promoção do destino Brasil, com objetivo de consolidar sua posição no cenário global (Romano, Tomazzoni & Uvinha, 2019; Brasil, 2013).

O quarto Plano Nacional de Turismo (2018-2022) – Mais Emprego e Renda para o Brasil - (Brasil, 2018) traçou metas e diretrizes para impulsionar o turismo em bases sustentáveis, fortalecendo a competitividade e gerando emprego e renda. Com foco ainda na regionalização, fortaleceu a descentralização o setor, valorizando as identidades culturais e naturais de cada região. Para aumentar a competitividade, apontou objetivos relacionados com a modernização da infraestrutura, qualificação profissional e aprimoramento dos serviços turísticos. A inovação teve papel central, incorporando novas tecnologias para otimizar a experiência do turista e a gestão do setor. Além disso, o compromisso de sustentabilidade foi central, vinculado aos aspectos econômicos, ambientais e sociais. Mantendo a continuidade de programas iniciados em planos anteriores, o PNT 2018–2022 reafirmou o compromisso com a qualificação profissional, consolidando um esforço contínuo para aprimorar o capital humano no turismo (Santos, Pires & Souza, 2019).

O último, até o momento, Plano Nacional de Turismo 2024-2027, intitulado “O turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo” busca consolidar o turismo como um vetor estratégico de desenvolvimento econômico e social no Brasil. Estruturado em três eixos de atuação: Ordenamento e Desenvolvimento, Formalização, Qualificação e Certificação, e Promoção e Apoio à Comercialização. O plano representa um esforço conjunto entre governo, setor privado e sociedade civil para fortalecer o setor de forma integrada e com bases sustentáveis (Brasil, 2024).

O compromisso de sustentabilidade, um de seus princípios orientadores, permeia toda a estratégia. Essa diretriz também se reflete na visão do Brasil como um DMO, destacando a importância de um planejamento estruturado e de longo prazo para consolidar o país como um destino turístico efetivamente competitivo, responsável e inclusivo. (Brasil, 2024)

Ao analisar os PNTs, com foco no alcance de objetivos e metas estabelecidos, emergem alguns gargalos recorrentes para o êxito do setor, como a insuficiência de dados turísticos, a limitada qualificação profissional, regulamentações inadequadas para os contextos regionais e, deficiências na infraestrutura. E, mesmo que algumas metas e objetivos busquem abordar esses desafios, parece haver uma desconexão evidente entre o diagnóstico inicial e, as soluções apresentadas. Em particular, as metas relacionadas à qualificação profissional e à infraestrutura turística são enfatizadas com frequência, mas subestimadas em sua relevância ou descontinuadas nos planos seguintes, comprometendo a eficácia e o alcance das políticas públicas setoriais (Vilela; Costa, 2020).

Nessa trajetória é importante resgatar que, especificamente no âmbito da Promoção Turística, com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, foi lançado o primeiro Plano Aquarela (Embratur, & Chias Marketing, 2005) e a Marca Brasil, dirigidos ao mercado internacional, ambos inseridos no Plano Nacional de Turismo 2003-2007 (Brasil, 2003, Gomes, 2011), anteriormente contextualizado. O Ministério do Turismo, por sua vez, naquele momento passou a assumir a responsabilidade pelo desenvolvimento do turismo, esse entendido como atividade econômica sustentável, desempenhando um papel estratégico na geração de empregos, investimentos e na promoção da inclusão social (Ministério do Turismo, 2021).

Nesse contexto de mudanças institucionais, a Embratur foi transformada em Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo em 2020, conforme a Lei nº 14.002/2020 (Brasil, 2020). A principal alteração com relação ao seu status institucional foi o seu enquadramento como serviço social autônomo, o que a desvinculou da administração pública federal, conferindo-lhe maior flexibilidade e autonomia administrativa e financeira. Com isso, a agência passou a ter foco, exclusivamente na promoção internacional do turismo, facilitando parcerias e ações estratégicas globais. Essa nova estrutura também tende a possibilitar a captação de

recursos próprios, ampliando a capacidade de governança e inovação, buscando fortalecer a presença do Brasil no mercado turístico global

O fato é que, desde 2003, quando a responsabilidade pela promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior foi atribuída à Embratur, foram implementados planos específicos para fortalecer o marketing turístico internacional do Brasil, a seguir listados.

O Plano Aquarela integrou o Programa de Reposicionamento da Imagem do Brasil no exterior, dentro do Macro Programa de Promoção e Apoio à Comercialização do Plano Nacional de Turismo (2003-2007). Desenvolvido segundo a metodologia de Josef Chias, sua estrutura foi dividida em três fases: diagnóstico, formulação da estratégia de marketing e plano operacional (Gomes, 2012).

O primeiro plano tinha como objetivo apresentar um diagnóstico do marketing interno do turismo brasileiro, analisando produtos e roteiros turísticos do país, modalidades de promoção e segmentação no turismo. Assim, foi construído com a finalidade de representar um instrumento técnico voltado ao desenvolvimento do turismo por meio de crescimento sólido e sustentável para o setor. (Costa; Marques; Weber, 2019).

O Plano passa por atualizações anuais, incorporando novos produtos e mercados (Gomes, 2012). Mais recentemente, o Plano Aquarela 2020 (Brasil, 2010) deu continuidade ao planejamento do marketing turístico internacional, estabelecendo metas para preparar o Brasil para grandes eventos, como os Jogos Olímpicos de 2016. Com base em estudos e pesquisas, o plano visa fortalecer a promoção do país como destino turístico, ampliar a chegada e permanência de turistas estrangeiros e reforçar a imagem do Brasil na mídia internacional (Pereira, Benetti, Ozelame e Nóbrega (2018).

Pereira, Benetti, Ozelame e Nóbrega (2018) apresentam uma síntese analítica dos Planos de Promoção Turística, cujos argumentos estão resumidos a seguir, para concluir a análise, reafirma que a criação de conselhos estaduais e regionais contribuíram para fortalecer o processo de governança do turismo no Brasil, promovendo um caminho para a sua gestão participativa. Entretanto, a integração eficaz entre as diferentes esferas de governo e entre diferentes setores da sociedade

tende a ser ainda limitada, reduzindo a capacidade de articulação para a ação coletiva e, a eficiência nas instâncias regionais de governança.

Esse cenário, para os autores, tem dificultado a implementação das políticas públicas setoriais e, a consolidação de uma estratégia de desenvolvimento turístico coesa e abrangente

Na questão da Informação, os mesmos autores destacam que a obtenção e, a padronização de dados sobre o turismo ainda representam um problema para o planejamento turístico. E, sendo assim, apesar dos avanços reconhecidos nas pesquisas e estudos sobre o setor, a ausência de uma base de dados unificada, representa um problema a ser superado, uma vez que prejudica a tomada de decisões, além de limitar a capacidade de monitoramento e avaliação dos impactos advindos de políticas públicas. Essa carência, segundo os autores, torna a gestão do turismo mais vulnerável a erros e menos eficaz no aproveitamento de oportunidades

Pelas razões discutidas, para eles, a estruturação da oferta turística é entendida como um dos maiores desafios a ser superado pelo setor, devido à diversidade territorial do país. Sendo assim, eles reconhecem, também a importância do Programa de Regionalização do Turismo, em seu papel de promover a integração entre municípios e a valorização dos produtos regionais. No entanto, riscos são reconhecidos para a continuidade das políticas turísticas, em função da falta de estruturas de governança consolidadas e, da fragmentação das políticas, o que tende a dificultar, também, o desenvolvimento de uma oferta turística consistente e sustentável

Em relação ao fomento, o mesmo artigo aponta avanços na ampliação de linhas de crédito e incentivos fiscais, destinados a aumentar a competitividade das empresas do setor. Contudo, o acesso a esses recursos é restrito devido a dificuldades burocráticas e, à informalidade que ainda prevalece no turismo brasileiro. Esse cenário limita a possibilidade de novos investimentos, especialmente em regiões onde o turismo poderia representar uma alternativa de desenvolvimento econômico

Da mesma maneira, a qualificação profissional constitui um outro ponto discutido na pesquisa, com destaque para a falta de articulação entre as instituições que oferecem capacitação para o setor. Assim, embora existam iniciativas voltadas para a formação, não parece haver, ainda, uma definição clara de padrões mínimos

de qualificação, nem uma avaliação sistemática dos resultados dos programas oferecidos. Essa deficiência dificulta a profissionalização e, o aprimoramento da qualidade dos serviços turísticos, um fator essencial para a competitividade e o desenvolvimento sustentável do setor.

No que se refere à Infraestrutura, segundo a referida pesquisa, o turismo no Brasil enfrenta grandes obstáculos devido à carência de estrutura básica, como por exemplo, para atender às demandas de mobilidade urbana e saneamento, além de infraestrutura turística específica, como sinalização, centros de convenções e espaços receptivos. Assim, embora haja investimentos governamentais com esse objetivo, a articulação intersetorial para priorização e aplicação desses recursos ainda é limitada, o que tende a dificultar a expansão, diversificação e qualificação do setor em diversas regiões do país.

Sobre o tema da logística e transporte, são também inúmeros os desafios a serem superados pelo país, segundo os autores. Assim, a limitação do transporte aéreo e terrestre tende a afetar, negativamente a expansão do turismo, sendo agravada pela precariedade das vias e pela falta de interconectividade na malha de transporte, o que contribui para limitar o crescimento do turismo doméstico, mas também, a atração de turistas internacionais, entendidos como essenciais para fortalecer a economia do setor.

No que tange à promoção e apoio à comercialização, segundo os autores, o Brasil já dispõe de diversas iniciativas de Promoção Turística, incluindo campanhas voltadas para o mercado externo. Contudo, a falta de uma imagem turística sólida e, a escassez de dados sobre os perfis de consumo interno tendem a limitar o êxito dessas ações. Além disso, a localização geográfica do Brasil, distante dos principais centros emissores, e o elevado "Custo Brasil" dificultam a competitividade do país, no cenário internacional.

Aos argumentos anteriormente discutidos por Pereira, Benetti, Ozelame e Nóbrega (2018), cabe enfatizar a questão da segurança pública, que tem gerado muita desconfiança no plano internacional e afastado muitos turistas potenciais do processo. E, embora esse estudo tenha sido realizado em 2018, essa análise permanece atual, tendo em vista a descontinuidade e, os inúmeros retrocessos das políticas setoriais, desde então

Essa análise indica alguns avanços do setor desde a criação da Embratur, mas também ilustra os ilimitados desafios a serem enfrentados pelo país que o turismo possa, de fato se efetivar como uma via para o desenvolvimento do país, em bases sustentáveis. A necessidade de políticas públicas mais integradas e uma maior articulação entre o setor público e privado tende a ser evidente como caminho, visando ao fortalecimento de uma estratégia de turismo que assegure o compromisso de sustentabilidade e, a competitividade do país, no mercado global.

Importante mencionar, também, que a Embratur, atualmente está em processo de elaboração de seu novo Plano de Marketing Turístico do Brasil, com lançamento previsto ainda para 2025. Esse documento definirá a estratégia de promoção do Brasil no exterior, para o período de 2025 a 2028. O novo plano deverá levar em consideração as transformações que vem ocorrendo no cenário turístico internacional nos últimos anos, incluindo em seu conteúdo, as tendências relativas à sustentabilidade no turismo, o impacto das inovações tecnológicas e, as novas demandas dos viajantes. Além disso, a proposta deverá abranger planos de divulgação para os vinte e sete estados brasileiros, buscando promover a diversidade cultural, natural e histórica do país.

Nesse sentido, cabe ainda mencionar o papel de associações e entidades responsáveis²⁵ por regular normas, discutir regras, definir conceitos e debater assuntos relacionados a viagens e turismo no país, voltados para empresas e clientes e que, com suas ações, tendem a contribuir para garantir a segurança e, a qualidade dos serviços prestados relacionados ao turismo e às viagens como um todo.

Em suma, a institucionalização do turismo no Brasil, embora tenha raízes anteriores, só se efetivou, efetivamente, a partir da criação da Embratur, em 1966 e, principalmente, a partir das décadas de 1990 e 2000, com a criação do Ministério do Turismo, em 2003. As decisões voltadas à estruturação de programas e políticas públicas do turismo, como o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), foram, em grande parte,

25 Abaixo segue uma lista com algumas das principais associações e entidades relacionadas ao turismo no Brasil, como Agência Nacional Aviação Civil, Associação Brasileira das Agências de Viagens, Associação Brasileira das Agências de Viagens Corporativas, Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo, Associação Brasileira de Gestores de Viagens Corporativas, Associação Brasileira de Guias de Turismo, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, Associação Brasileira das Operadoras Turismo, Associação Brasileira Profissionais em Turismo, Associação Brasileira Representação Empresas Marítimas, Associação Brasileira Turismo Rural, Confederação Nacional do Turismo, Federação Nacional de Turismo, Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação, Fórum de Operadores Hoteleiros Brasil, IBT – Instituto Brasileiro de Turismólogos, MTUR – Ministério do Turismo, Organização Mundial do Turismo e Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias.

respostas à crescente demanda interna e ao fluxo turístico já existente no país que, por sua vez, demandaram também maior esforço público dirigido ao setor. Esse movimento tem inspirado a construção dos planos estratégicos para o setor que, por sua vez, vem delineando, mesmo entre avanços e retrocessos, o turismo no Brasil.

Contudo, são ainda complexos os desafios a serem superados pelas políticas públicas de turismo, nos próximos anos, para que o país possa se configurar como uma real opção de viagem.

4.2.4 Políticas Públicas de turismo e sustentabilidade no Brasil

Como anteriormente situado, as políticas públicas de turismo no Brasil vêm evoluindo ao longo de diferentes fases, cada uma delas marcada por avanços e desafios, no que se refere, também ao compromisso de sustentabilidade. Lima, Irving, Fragelli, Nasri e Faico (2025) identificam quatro fases principais nas políticas públicas de turismo no Brasil (1966-2024), com esse direcionamento:

A fase inicial, entre as décadas de 1960 e 1970, concentrou-se na institucionalização do setor, como anteriormente discutido, a partir da criação da Embratur, 1966. Naquele esse período, o foco esteve concentrado na promoção do turismo para atender às demandas de mercado, mas já é possível se perceber nas narrativas de políticas públicas a preocupação com a proteção do patrimônio natural e cultural. Contudo, o foco em sustentabilidade ambiental e social, como se aborda na atualidade, ainda não tinha lugar nas políticas setoriais, sendo o turismo abordado, principalmente, sob um viés econômico.

Para os autores, com a promulgação da Constituição de 1988 (Brasil, 1988) iniciou-se uma nova fase da política setorial, que trouxe mudanças significativas em suas narrativas. O reconhecimento do direito fundamental ao ambiente saudável, expresso na Constituição de 1988, contribuiu para ampliar a discussão sobre o papel do turismo com esse objetivo.

Segundo Vilani (2012), a Constituição reconhece o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico (art. 180, CF/88) e reforça a responsabilidade do poder público para a consolidação do turismo como instrumento de distribuição de

renda, geração de emprego e conservação do patrimônio natural, cultural e turístico. O autor problematiza, ainda que, embora o texto da Constituição destaque esse compromisso, ele não tem uma abordagem clara sobre a temporalidade do processo e a responsabilidade intergeracional. Isso traduz, segundo o autor, a prática histórica do poder público de priorizar ações imediatistas, negligenciando medidas que assegurem o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico para as gerações atuais e futuras.

Durante este período, que se estendeu até a década de 1990, o turismo começou a ser reconhecido como via potencial para a preservação ambiental e, para o desenvolvimento regional. Entretanto, o compromisso de sustentabilidade, segundo os autores, era ainda interpretado, de maneira periférica nas narrativas de políticas públicas setoriais.

A partir desse período e, nos anos subsequentes, segundo Lima, Irving, Fragelli, Nasri e Faico (2025), o debate sobre sustentabilidade no turismo começou a se fortalecer, principalmente já na década de 1990, especialmente sob a influência da Rio 92. Assim, em 1994, foi criado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) (Brasil, 1994), com o objetivo de promover o desenvolvimento do turismo, nos níveis municipal e local.

O programa foi estruturado com base em cinco princípios fundamentais: descentralização, sustentabilidade, parcerias, capacitação e mobilização. O PNMT incentivou, ainda, a criação de conselhos e fundos municipais que captassem as necessidades e particularidades de cada destino turístico de forma descentralizada (Oliveira & Rossetto, 2013), evidenciando, assim a preocupação com a dinâmica local.

Ainda segundo Lima, Irving, Fragelli, Nasri; Faico (2025), entre 2000 e 2016, o debate sobre sustentabilidade passou a ser internalizado, de maneira mais evidente nas estratégias governamentais, especialmente através dos Planos Nacionais de Turismo. Nesse contexto, o turismo passou a ser associado ao compromisso de inclusão social e de conservação ambiental, refletindo um alinhamento com os debates globais, provavelmente influenciado pela pactuação dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) (Organização das Nações Unidas, 2015). Programas voltados ao turismo comunitário e, ao desenvolvimento regional

começaram a ser delineados destacando-se, nessa esteira, algumas iniciativas dirigidas a promover um modelo de turismo mais inclusivo.

A criação do Ministério do Turismo em 2003, com o PRT, contribuiu para dar visibilidade a essa orientação, uma vez que consolidou o turismo como um tema central na agenda governamental.

Nesse sentido, Lima, Irving, Fragelli, Nasri; Faico (Op.cit.) mencionam que, com o objetivo de fomentar o desenvolvimento das regiões turísticas no Brasil, o Ministério do Turismo divulgou, em 2007, uma série de documentos técnico-orientadores que oferecem um guia detalhado para a implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, entre os quais um dedicado a Turismo e Sustentabilidade²⁶, que se consolidou como um dos primeiros esforços institucionais no Brasil voltado especificamente para tratar de forma direta e aprofundada as questões de sustentabilidade no setor turístico.

O texto aborda a necessidade de integrar sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional nas políticas públicas de turismo para promover um desenvolvimento equilibrado e inclusivo. Nesse caso, o conceito de desenvolvimento sustentável é interpretado como uma via para o equilíbrio entre crescimento econômico, equidade social e preservação ambiental, essencial e para que o turismo possa gerar benefícios sem comprometer os recursos naturais e culturais (Brasil, 2007).

As políticas e planos desenvolvidos desde então passam a abordar sustentabilidade como eixo e a promover ações para descentralizar a gestão e garantir que os benefícios do turismo sejam distribuídos de maneira equitativa. O tema da sustentabilidade, no contexto turístico brasileiro, portanto, passa a ser entendido, pelo menos no plano das narrativas governamentais, não apenas como necessário, mas como estratégia de desenvolvimento que conecta governo, empresas e comunidades locais, na busca por um turismo mais equilibrado e duradouro (Brasil, 2003).

Mas apesar dessas boas intenções, os autores discutem que o debate sobre sustentabilidade, até aquele momento, esteve sempre atrelado às abordagens mercadológicas usuais, limitando o alcance da transformação do setor nessa direção.

26 https://regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/turismo_e_sustentabilidade.pdf

Durante esse período, as políticas públicas formalmente estabelecidas, passaram a considerar sustentabilidade como uma diretriz transversal, conforme problematizado por Vilani (2012). Assim, a denominada Lei Geral do Turismo- Lei nº 11.771/2008 (Brasil, 2008) define diretrizes para o desenvolvimento sustentável do setor, atribuindo responsabilidades com esse objetivo, tanto ao poder público quanto ao setor privado. Esse dispositivo legal vincula expressamente o turismo, aos princípios constitucionais da livre iniciativa, descentralização, regionalização e desenvolvimento econômico-social justo e sustentável (art. 4º, parágrafo único).

A fase mais recente de políticas públicas, a partir de 2018, segundo Lima, Irving, Fragelli, Nasri; Faico (2025). representa um momento de transição, caracterizado por desafios significativos e avanços mais retóricos do que práticos. Os planos de turismo dessa fase passaram a enfatizar o compromisso de sustentabilidade de maneira mais explícita, buscando alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030. No entanto, esse direcionamento tende a ser dificultado por obstáculos de toda ordem, como a falta de instrumentos de monitoramento eficazes e, a ausência de planejamento estratégico de longo prazo. A instabilidade política e econômica do país, segundo os mesmos autores, tende a agravar esse cenário, esse cenário, dificultando a implementação de políticas consistentes e, até mesmo, comprometendo o avanço do setor rumo à abordagem necessária de sustentabilidade.

Importante mencionar que, em tempos mais recentes, com a retomada gradual dos fluxos turísticos no mercado internacional, após Pandemia da COVID-21, a Embratur vem, progressivamente, reestabelecendo suas operações no exterior, adaptando-se às novas realidades e desafios impostos por esse contexto disruptivo na dinâmica turística. Mas as transformações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas que a sociedade vem experimentando compõem, portanto, um amplo e complexo cenário de tendências e incertezas, que afetam, em maior ou menor grau, o setor de turismo e as escolhas dos turistas, também no caso brasileiro.

Nesse sentido, parece haver uma mudança de perspectiva da missão, visão e valores da Embratur ao longo dos anos, até os dias atuais. Em 2018, sua missão era “promover internacionalmente a imagem do Brasil para incrementar a entrada de visitantes e divisas” e, como visão de futuro para 2022, “ser referência em inovação na Promoção Turística internacional”. Atualmente, em 2024, tem como missão “promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e

posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país”. E, como visão de futuro: “tornar o Brasil reconhecido por sua diversidade e experiências turísticas autênticas e sustentáveis, contribuindo para o aumento da entrada de turistas internacionais e de divisas”, sendo que seus valores se apoiam em “Sustentabilidade, Autenticidade, Diversidade, Colaboração e Inovação”.

Com essa orientação e, em resposta à sua potencialidade para o desenvolvimento do país, em bases sustentáveis. o setor turístico vem sendo cada vez mais reconhecido pelo poder público como uma via relevante para as estratégias governamentais dirigidas à inclusão social, ao crescimento econômico e, ao compromisso de sustentabilidade, em articulação aos ODS da Agenda 2030.

Neste contexto recente, a Embratur Lab²⁷ constitui uma das iniciativas do DMO com foco na inovação e promoção do país, ao oferecer um espaço de experimentação de soluções inovadoras na promoção do Brasil, focado na experiência do turista estrangeiro no país. Por meio do uso de tecnologia, dados e em conexão com ESG (“*Environmental, Social and Governance*”), a agência deseja melhorar a experiência e solucionar os problemas enfrentados pelos turistas que visitam o país.

No rumo da inovação, o compromisso de sustentabilidade vem se estabelecendo, progressivamente, nos direcionamentos estratégicos e nas agendas da Embratur, em sintonia com a agenda socioambiental no Brasil e no mundo. Assim, o Plano Estratégico (2024-2027) (Brasil, 2024) da agência enfatiza que “priorizamos a sustentabilidade em nossas atividades, agindo com responsabilidade para preservar o meio ambiente e promover impacto socioeconômico positivo”.

Dentre os sete objetivos estratégicos do plano, sustentabilidade está expressa em dois deles, Especificamente no Objetivo Estratégico 3 se busca “tornar o Brasil um dos principais destinos de viagem pensado pelos turistas responsáveis na hora de viajar”, com foco na “promoção ativa de destinos e produtos turísticos sustentáveis,” com o “uso de tecnologias inovadoras para facilitar a adesão a práticas sustentáveis”, visando o “engajamento social nas comunidades locais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país”. Neste sentido, um dos indicadores que dão suporte ao monitoramento das ações estratégicas planejadas, está “número de

²⁷ <https://embraturlab.com.br/>

parcerias em Iniciativas sustentáveis", referindo-se ao envolvimento da Embratur em parcerias, projetos e ações que promovem a sustentabilidade da oferta turística. Já o Objetivo Estratégico 7 se dedica à sustentabilidade organizacional, ao almejar "otimizar custos e assegurar solidez financeira para um crescimento sustentável da agência".

Em uma leitura mais atenta do Plano Estratégico da Embratur (2024-2027) (Brasil, 2024), é possível apreender que a abordagem de sustentabilidade vem sendo atrelada à projeção de desenvolvimento econômico, com destaque ao objetivo de aumento do número de turistas e de divisas estrangeiras. Nesse caso, contraditoriamente à complexidade envolvida no debate teórico sobre sustentabilidade, apesar de todas as boas intenções, no documento mencionado, essa noção se associa, ainda, à projeção de tendências de mercado. Ainda assim, no plano organizacional, a Embratur já dispõe de uma instância intitulada Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS), o que reafirma o reconhecimento da importância desse tema em Promoção Turística, nos próximos anos.

Em síntese, o debate sobre sustentabilidade em políticas públicas setoriais e, especificamente, em Promoção Turística no Brasil, revela ser esse um caminho em construção. Embora o discurso sobre sustentabilidade tenha se fortalecido nos últimos anos, sua aplicação prática, no cotidiano do turismo, ainda permanece como uma incógnita. Para que se possa alcançar os ODS da Agenda 2030, será, portanto, essencial se buscar reconstruir as narrativas das políticas públicas de turismo, com base em uma abordagem estratégica, ética e de longo prazo, alinhada às prioridades mais amplas da agenda socioambiental (Lima, Irving, Fragelli, Nasri; Faico, 2025). Além disso, o país precisa superar lacunas estruturais e romper com a visão restrita que associa o crescimento do turismo exclusivamente às expectativas do mercado, promovendo um modelo mais integrado e sustentável para o setor.

A trajetória do turismo brasileiro analisada traduz um esforço gradual da gestão pública para integrar ao setor práticas sustentáveis e descentralizar a gestão. No entanto, esses avanços muitas vezes permanecem limitados ao plano teórico e das narrativas governamentais e tendem a ser ilimitados os desafios a serem equacionados para a sua implementação prática nos territórios turísticos. A desconexão entre as diretrizes estabelecidas e, as condições reais para a sua

execução expõe fragilidades estruturais, como a falta de recursos, as lacunas de coordenação e monitoramento eficazes e, a fragmentação de políticas públicas, que dificultam a consolidação de um turismo verdadeiramente sustentável e inclusivo, no Brasil.

Após essas análises críticas sobre turismo e sustentabilidade no Brasil e no cenário global, são apresentados os resultados das pesquisas conduzidas, evidenciando as implicações para o setor.

5. INTERPRETANDO NARRATIVAS DE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA NA PERSPECTIVA GLOBAL

Este capítulo tem como objetivo examinar, detalhadamente, a incorporação dos compromissos de sustentabilidade nos planos de Promoção Turística em diferentes níveis. Para tal, realizou-se uma análise crítica sobre sustentabilidade nos discursos dos principais DMOs globais, conforme descrito na metodologia de pesquisa

5.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA: ESCALA NACIONAL

As análises desta seção, referem-se ao contexto daqueles países de destaque no turismo global. Para tal, inicialmente, buscou-se contextualizar os planos em referência. Em seguida, segundo a perspectiva de sustentabilidade, pretendeu-se refletir sobre as narrativas das políticas públicas de Promoção Turística em âmbito global, a nível nacional. O Quadro 20, a seguir, sintetiza os documentos de referência global analisados.

Quadro 20 - Matriz síntese das referências em políticas públicas em âmbito global, perspectiva nacional

Destino	Instituição	Período	Título	Referência	Descritivo
Peru	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)	2015 - 2025	PENTUR, “Plano Estratégico Nacional de Turismo 2025 - Turismo con Futuro	Mincetur, 2015	O plano é composto por cinco seções: o contexto do setor, as políticas públicas de apoio ao turismo, a atualização do plano (incluindo visão, missão, objetivos, modelo de desenvolvimento, modelo de gestão e pilares estratégicos) e o monitoramento e avaliação. O foco principal do documento recai sobre as políticas públicas de apoio ao turismo e sua atualização, orientando as diretrizes para o desenvolvimento do setor.
Filipinas	Department of Tourism	2016-2022	National Tourism Development Plan	Department of Tourism, 2016	O plano de turismo apresenta o perfil da indústria turística no país, princípios orientadores e visão, programas estratégicos de ação, estrutura de monitoramento e avaliação, e um programa de ação de médio prazo, com elementos detalhados de estratégia e atividades. O foco principal está no desenvolvimento e implementação dos programas de longo e médio prazos, alinhados às diretrizes estratégicas.
África do Sul	National Tourism Sector Strategy – NTSS	2016 - 2026	Estratégica Nacional do Setor de Turismo da África do Sul	NTSS, 2016	O documento de referência analisa o destino África do Sul, a situação atual do turismo, os objetivos do plano anterior, e define visão, missão e valores do plano vigente. Detalha pilares estratégicos, planos de ação, questões críticas, arranjos institucionais e processos de monitoramento e avaliação, com foco nos pilares e ações estratégicas.
Costa Rica	Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo	2017 - 2021	Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica	Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo, 2017	O plano de turismo é estruturado em quatro partes: o modelo de turismo do país, a situação atual, o quadro estratégico e o plano integrado de execução. O foco principal do documento incide sobre a análise da situação atual e o quadro estratégico, que define as diretrizes e prioridades para o desenvolvimento do setor.
Portugal	Turismo de Portugal	2017 - 2027	Estratégia Turismo 2027	Turismo de Portugal, 2017	O plano é dividido em cinco partes: a situação atual do destino e do mundo, visão e metas, diretrizes para atuação (eixos e linhas de atuação), operacionalização e modelo de gestão e monitoramento. O destaque do documento está na seção dedicada às diretrizes para atuação, que detalha os eixos estratégicos e suas linhas de atuação.

Destino	Instituição	Período	Título	Referência	Descritivo
Nova Zelândia	Tourism New Zealand	2018 - 2021	Tourism New Zealand - Four Year Strategic Plan	Tourism New Zealand, 2018.	O plano é estruturado em três grandes seções: propósito, situação atual e os próximos quatro anos, que incluem prioridades, iniciativas e atividades. O foco principal do documento está nas ações planejadas para os próximos quatro anos, orientando o desenvolvimento estratégico do setor.
Fiji	Minister for Industry, Trade and Tourism	2018 - 2021	Fijian Tourism 2021	Minister for Industry, Trade and Tourism, 2018	O plano de turismo apresenta a visão e os objetivos do DMO, a situação atual do país, as áreas temáticas prioritárias e a estratégias de implementação. Seu foco principal é o desenvolvimento das nove áreas temáticas, detalhadas em 28 estratégias para orientar o crescimento do setor.
Espanha	TurEspana - Instituto de Turismo de España Ministerio de Industria, Comercio y Turismo	2021 - 2024	Plan Estratégico Marketing	TurEspana, 2021	O plano de turismo aborda missão, visão, contexto pré e pós-COVID-19, objetivos de recuperação e sustentabilidade, eixos estratégicos, prioridades, segmentos e mercados-alvo, fortalecimento da marca, ações promocionais, indicadores de desempenho e planejamento operacional.

Fonte: Elaborado pelo autor

A perspectiva dirigida à sustentabilidade se expressa por diversas nuances nos planos mencionados, tanto em termos de escopo, como em profundidade.

O Plano Estratégico de Turismo do Peru (PENTUR), (Mincetur, 2015), elaborado em 2015, traduz o compromisso de sustentabilidade do país, em sintonia, com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), incorporando elementos da recente Agenda 2030. O documento faz referência explícita à Agenda 2030 e menciona os 17 ODS, reforçando o papel do turismo como um setor-chave para promover o desenvolvimento sustentável. O seguinte trecho do documento evidencia essa percepção:

A Organização das Nações Unidas (ONU) também reconhece o turismo como um dos dez setores capazes de promover a transição para uma economia verde. Nesse sentido, os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, aprovados em setembro de 2015, buscam fortalecer os avanços alcançados com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). (p. 14).²⁸

O PENTUR reconhece, ainda, o papel direto do turismo para o atendimento de três dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU: o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e o ODS 14 (Vida na Água), como destacado no trecho a seguir: " O PENTUR reconhece que o turismo está presente em 3 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas: os objetivos 8, 12 e 14" (p. 16)²⁹.

Embora esses objetivos tenham maior destaque no documento, o plano também traduz um histórico de alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), reforçando a continuidade dos compromissos do Peru com as diretrizes da ONU para o desenvolvimento sustentável. Esse alinhamento estratégico

28 Tradução nossa: La Organización de las Naciones Unidas - ONU también reconoce al turismo como uno de los diez sectores capaces de propiciar el cambio hacia una economía verde. En este sentido, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en el mes de setiembre de 2015, buscan fortalecer el avance alcanzado con los Objetivos del Desarrollo del Milenio - ODM.

29 Tradução nossa: El PENTUR reconoce que el turismo está presente en 3 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: los objetivos 8, 12 y 14

de longo prazo é evidenciado na seção Política Ambiental do Setor de Turismo³⁰, que destaca:

A Política Ambiental do Setor de Turismo é constituída pelos Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), que, desde o ano 2000, têm sido um compromisso do Governo do Peru, cujo cumprimento permite fortalecer a colaboração entre os governos, a cooperação internacional, o setor privado e a sociedade civil" (p. 33).³¹

O compromisso de inclusão social representa, também, um dos pilares do plano, que se reflete no Princípio de Equidade da Política Ambiental do Setor de Turismo³² e, na Política de Inclusão Social do Setor de Turismo³³. O turismo é apresentado como uma "ferramenta de inclusão social", destacando-se o seu papel para a promoção da equidade e, para o fortalecimento das comunidades locais. Essa abordagem estratégica reforça o compromisso do plano em compreender o turismo como instrumento de desenvolvimento social e econômico.

O compromisso de inclusão social permeia também diversas seções do documento, sendo essa reconhecida como uma das conquistas significativas do setor ao longo dos anos. Essa perspectiva é ilustrada no trecho: "Turismo como ferramenta de inclusão social" (p. 58)³⁴, que sintetiza a visão do plano sobre o papel transformador do turismo em promover oportunidades e, reduzir desigualdades no país.

O plano estabelece, ainda, uma relação direta entre sustentabilidade e diversos aspectos essenciais da vida em sociedade, como participação das comunidades envolvidas nas decisões, questões ambientais e, a importância da preservação do patrimônio cultural. Essa preocupação é evidenciada em trechos que destacam a importância da organização local e do uso responsável dos recursos naturais: "...de forma planejada e sustentável, baseada na participação das populações locais organizadas" (p. 14), O documento prega, ainda, "Promover o uso sustentável dos

30 Tradução nossa: "Política Ambiental del Sector Turismo"

31 Tradução nossa: Política Ambiental del Sector Turismo lo constituyen los Ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio - ODM, que desde el año 2000, há sido un compromiso del Gobierno de Perú, cuyo cumplimiento permite fortalecer la colaboración entre los gobiernos, la cooperación internacional, el sector privado y la sociedad civil".

32 Tradução nossa: "Princípio de Equidade da Política Ambiental do Setor de Turismo"

33 Tradução nossa: "Política de Inclusión Social del Sector Turismo"

34 Tradução nossa: Turismo como herramienta de inclusión social

recursos naturais..." (p. 32), advogando que "...espaços que compõem o patrimônio cultural sejam sustentáveis" (p. 32)³⁵.

O documento busca, também, estabelecer a conexão entre sustentabilidade, autenticidade e competitividade, articulando essas dimensões em sua visão estratégica. A proposta de "...produtos turísticos sustentáveis, competitivos e autênticos" (p. 39)³⁶ ilustra essa abordagem integrada, enquanto a ênfase no planejamento estratégico reforça a visão de longo prazo para um turismo sustentável conforme explicitado na intenção do "...desenvolvimento de um turismo planejado, estratégico e sustentável" (p. 3)³⁷.

A noção de sustentabilidade é traduzida no documento como um de seus eixos estruturantes, sendo diretamente associada à competitividade, ao crescimento econômico e à participação comunitária. Termos como "crescimento sustentável", "competitividade" e "uso sustentável dos recursos naturais" ocorrem com frequência, reforçando o compromisso com um modelo de turismo que busque equilibrar benefícios econômicos, sociais e ambientais. Essa visão é ilustrada pela intenção de tornar o Peru "um destino sustentável e competitivo" (p. 5 e 6)³⁸. Essa leitura se resume no trecho a seguir:

O crescimento sustentado do setor, nos últimos anos, tem contribuído para o desenvolvimento sustentável, tanto por meio da geração de valor econômico quanto pela criação de empregos e pelo cuidado com o meio ambiente, o que impacta favoravelmente o crescimento econômico do país (p. 32).³⁹

A definição de turismo sustentável no plano é abrangente, incorporando a gestão estratégica dos impactos econômicos, sociais e ambientais. Busca atender de forma equilibrada, às necessidades de visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades locais. O seguinte trecho deixa claro o significado atribuído ao turismo sustentável:

35 Tradução nossa: "...de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas", "Promover el uso sostenible de los recursos de la naturaleza..." e "...como en los espacios que integran el patrimonio cultural sean sostenibles".

36 Tradução nossa: como productos turísticos sostenibles, competitivos y auténticos

37 Tradução nossa: el desarrollo de un turismo planificado, estratégico y sostenible

38 Tradução nossa: como un destino sostenible y competitivo

39 Tradução nossa: El crecimiento sostenido del sector, en los últimos años ha contribuido al desarrollo sostenible tanto a través del aporte económico como la generación de empleo y el cuidado del ambiente, lo cual incide favorablemente al crecimiento económico del país".

Turismo sustentável: É o turismo que leva plenamente em consideração os impactos econômicos, sociais e ambientais, tanto atuais quanto futuros, para atender às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs (p. 152).⁴⁰

O plano faz também referência ao Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (2017), reforçando a sua adesão às diretrizes globais de sustentabilidade. Além disso, vincula sustentabilidade à visão estratégica do Peru como destino, conforme transcrito no texto a seguir: "O Peru é reconhecido, em nível mundial, como um destino turístico sustentável, competitivo, de qualidade e seguro." (p. 46)⁴¹. Essa visão é reforçada pelo *Pilar 2 da Oferta Turística* do documento, que estabelece como objetivo "Consolidar e desenvolver uma oferta turística sustentável" (p. 55)⁴².

O compromisso transversal com sustentabilidade no plano se expressa claramente em sua visão, missão, diretrizes e objetivos específicos, que abrangem qualidade, competitividade e segurança. Essa abordagem estratégica evidencia um alinhamento claro com os princípios de um turismo sustentável, ao mesmo tempo em que busca posicionar o Peru como referência mundial em turismo responsável e competitivo.

Sustentabilidade, nesse caso, é concebida de forma integrada, considerando as três dimensões fundamentais envolvidas: social, econômica e ambiental. O compromisso com esse equilíbrio é evidenciado no trecho:

Esses princípios e diretrizes são transversais ao desenvolvimento das atividades turísticas e, por isso, devem estar incorporados nos planos, programas, projetos, produtos e iniciativas do Setor de Turismo, buscando alcançar o equilíbrio entre os benefícios sociais, econômicos e ambientais nos destinos turísticos do país. Isso envolve uma aliança entre o Estado, as empresas e a comunidade, com o objetivo de desenvolver um turismo sustentável" (p. 33).⁴³

40 Tradução nossa: Turismo sostenible: Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (p. 152)

41 Tradução nossa: El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro

42 Tradução nossa: Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible

43 Tradução nossa: Estos principios y lineamientos son transversales al desarrollo de las actividades turísticas, por ello deben estar incorporados en los planes, programas, proyectos, productos e iniciativas del Sector Turismo, buscando lograr el equilibrio entre los beneficios sociales, económicos y ambientales en los destinos turísticos del país, que involucra una alianza entre el Estado, la empresa y la comunidad, teniendo como objetivo el desarrollo de un turismo sostenible".

Essa perspectiva ressalta a transversalidade do compromisso de sustentabilidade, que permeia, em tese, todas as ações do setor turístico do Peru. Ao integrar o Estado, as empresas e as comunidades, o plano busca consolidar um modelo de turismo que promova benefícios equilibrados, preservando o ambiente, fortalecendo a economia e gerando impactos positivos para a sociedade.

Nesse caso, sustentabilidade é interpretada não apenas como uma meta de longo prazo, mas também como um elemento concreto de gestão, conforme discutido por Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz (2018), integrando-se às estratégias do DMO. A análise do Plano Estratégico de Turismo do Peru (PENTUR) revela um compromisso estruturado com relação às premissas de sustentabilidade, evidenciado pela integração intencional dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e, pela ênfase em práticas que equilibram crescimento econômico, inclusão social e preservação ambiental. O Peru se destaca nesse sentido, ao abordar sustentabilidade não apenas como uma diretriz, mas como um eixo central que orienta todas as suas políticas de turismo, desde o planejamento estratégico até a implementação prática. Entretanto, essa abordagem não é consensual em todos os países. Um contraponto interessante ao caso descrito é o caso das Filipinas.

O documento estratégico de turismo das Filipinas (Department of Tourism, 2016) não faz menção explícita à Agenda 2030 ou aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). No entanto, o termo "inclusão" permeia a sua narrativa, ainda que abordado de maneira superficial. Essa preocupação é mencionada em trechos como "um setor de turismo mais competitivo, sustentável e inclusivo"⁴⁴ e "...criando crescimento inclusivo" (p. 1)⁴⁵. Apesar disso, o compromisso de inclusão social parece se expressar ainda como um acessório, sem o aprofundamento esperado para a integração com os princípios da Agenda 2030, como o desenvolvimento sustentável e, o compromisso de enfrentamento das desigualdades sociais.

A análise do documento das Filipinas revela uma abordagem apenas superficial sobre sustentabilidade, associada a termos como competitividade, inclusão, crescimento inclusivo e valorização do patrimônio natural e cultural. Ainda assim, o plano destaca a intenção de construção de um setor turístico "mais competitivo,

44 Tradução nossa: "more competitive, sustainable and inclusive tourism sector"

45 Tradução nossa: "creating inclusive growth"

sustentável e inclusivo" (p. 2)⁴⁶ e, reforça a importância de alinhar-se a objetivos de crescimento sustentável e inclusivo (p. 3)⁴⁷. Além disso, sublinha a questão da sustentabilidade na valorização do patrimônio natural e cultural (p. 19)⁴⁸.

O documento envolve duas seções específicas dirigidas à de sustentabilidade. A primeira refere-se a proposta de um subcomitê intitulado "*Inclusive and Sustainable Sub-Committee*" (p. 20), um dos quatro apresentados no plano, enquanto a segunda se concentra em seu objetivo, "*Pursuing Sustainability and Inclusive Growth*" (buscar sustentabilidade e crescimento inclusivo)" (p. 36). Apesar de abordar sustentabilidade em diferentes contextos, o documento não aprofunda suas dimensões ou explicita uma compreensão abrangente do termo, tratando-o de maneira vaga e sem conexão direta com a Agenda 2030.

Observando as expressões e palavras associadas à noção de sustentabilidade no texto, verifica-se uma visão parcial sobre o tema vinculando-o à competitividade, inclusão, crescimento inclusivo e à preservação de valores culturais e naturais.

O documento traduz sustentabilidade como um conjunto de critérios para minimizar impactos ambientais e sociais, orientando práticas organizacionais no turismo com foco em responsabilidade socioambiental. Embora não ofereça uma definição formal para sustentabilidade, permite inferir o seu significado, embora sem expressar uma visão integrada ou de longo prazo, como previamente discutido por Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018).

A noção de sustentabilidade é, portanto, abordada superficialmente, o que limita a apreensão de suas dimensões de maneira mais estruturada. Assim, embora o plano das Filipinas demonstre um compromisso com as premissas de sustentabilidade, há lacunas no que tange a uma real intenção de integrá-las, plenamente, às diretrizes formuladas.

Com abordagem semelhante, no documento de Promoção Turística da África do Sul, sustentabilidade é interpretada, prioritariamente, como um conjunto de

46 Tradução nossa: "more competitive, sustainable and inclusive tourism sector"

47 Tradução nossa: "in adherence to sustainability and inclusive growth objectives"

48 Tradução nossa: ("to enhance the value of our natural and cultural heritage through sustainability")

diretrizes gerais para minimizar impactos do que como um princípio norteador integrado às estratégias de desenvolvimento turístico.

O documento de referência para o turismo na África do Sul (NTSS, 2016), faz apenas uma menção pontual à Agenda 2030, sem detalhar como ou em que medida as ações propostas são guiadas pelas metas e diretrizes dessa agenda global, como sintetizado no trecho a seguir:

Pilar Um - Marketing Eficaz: o plano deve identificar intervenções que apoiem a realização dos objetivos da União Africana no âmbito do Marco da Agenda 2063 da UA, bem como dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. (p. 19)⁴⁹

Ainda assim, no documento, em seu quinto pilar, há uma menção indireta ao compromisso de inclusão social, uma das questões centrais abordadas na Agenda 2030, por meio de vários ODS, conforme pontua o seguinte trecho:

Pilar Cinco - Benefícios Ampliados: O crescimento do setor, promovendo maior inclusão social por meio da transformação, ajudará, em última análise, a enfrentar os desafios do desemprego, da pobreza e da desigualdade. (p. 34)⁵⁰

Embora o alinhamento com a Agenda 2030 seja periférico, o plano parece traduzir um esforço ao abordar o compromisso de sustentabilidade, em diversas seções.

Sustentabilidade, nesse caso, é associada a termos como “crescimento”, “competitividade”, “verde”, “responsável” e “ética”, traduzindo a intenção de se buscar integrar práticas sustentáveis ao planejamento turístico em diversas dimensões. O termo “crescimento”, muitas vezes é relacionado à “competitividade”, como no trecho a seguir: “Esse crescimento será, pelos valores que guiam a África do Sul como um estado de desenvolvimento, inclusivo, responsável e sustentável” (p. 1)⁵¹. Além disso,

49 Tradução nossa: “Pillar One - Effective Marketing: the plan must identify interventions to support the attainment of the African Union’s objectives within the Framework of the AU Agenda 2063 as well as the United Nations’ Sustainable Development Goals.”

50 Tradução nossa: “[Pillar Five - Broad Based Benefits]: Growth of the sector through enhancing more social inclusion through transformation, will ultimately help address the challenges of unemployment, poverty and inequality.”

51 Tradução nossa: “This growth will, by the values that drive South Africa as a developmental state, be inclusive, responsible and sustainable;” “sustainable growth and global competitiveness”

a noção de sustentabilidade é vinculada a outros adjetivos que sugerem valores, como “verde”, “responsável” e “ética”, conforme, evidenciado no trecho a seguir que situa o: "Crescente interesse no turismo “verde”, “sustentável”, “responsável” e “ético” " (p. 4)⁵².

Essa abordagem traduz a intenção de equilibrar o crescimento econômico e os interesses de competitividade global com as práticas sustentáveis, destacando a inclusão e a responsabilidade como princípios norteadores. Contudo, a definição e a aplicação prática desses pressupostos carecem de uma maior articulação com a noção de sustentabilidade, em todas as suas dimensões.

O reconhecimento do ano de 2017, como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento da ONU, é utilizado, no documento, como um marco para orientar suas diretrizes com esse enfoque. Nesse contexto, o Turismo Responsável é destacado como uma via desejável, conforme, alinhado a três dimensões de sustentabilidade envolvidas – ambiental, social e econômica.

Essa abordagem traduz a aparente intenção do plano em integrar o compromisso de sustentabilidade às práticas turísticas, de forma abrangente. O Turismo Responsável é enfatizado como caminho, na perspectiva de Princípios e Valores Orientadores do plano, evidenciado no trecho a seguir:

Turismo responsável: Todo desenvolvimento e atividade turística deve atender ao tripé da sustentabilidade, ou seja, sustentabilidade econômica, social e ambiental (...)" (p. 16)⁵³.

No entanto, o plano não oferece uma definição explícita do que se compreende por sustentabilidade, abordando-a mais como um conjunto de critérios que orientam práticas para minimizar impactos ambientais e sociais (Salas-Zapata & Ortiz-Muñoz, 2018). Portanto, o documento não explicita o que compreende por sustentabilidade, e apenas traz indícios de seu significado por meio de expressões associadas.

52 Tradução nossa: "Increasing interest in 'green,' 'sustainable,' 'responsible' and 'ethical' tourism".

53 Tradução nossa: "Responsible tourism: All tourism development and activities shall deliver on the triple bottom-line, namely economic, social and environmental sustainability (...)".

Por outro lado, há destinos que parecem expressar esse compromisso, de maneira mais clara, como é o caso da Costa Rica. O documento estratégico de turismo da Costa Rica (Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo, 2017), por sua vez, faz referência direta aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), embora utilize o termo "Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)" de maneira imprecisa. Apesar dessa ambiguidade terminológica, o plano identifica os ODS mais alinhados à realidade turística do país, destacando os ODS 1 (Erradicação da Pobreza), 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) e 12 (Consumo e Produção Responsáveis), conforme o trecho a seguir:

As políticas aqui descritas estão relacionadas à consecução dos objetivos de desenvolvimento sustentável* (conhecidos como Objetivos do Milênio), conforme são distribuídos em relação a cada eixo de política apontado na figura 3.345, com destaque especial para os objetivos 1, 8 e 12, que, no caso da Costa Rica, possuem uma relação muito direta com o turismo. (p. 73)⁵⁴

Apesar da imprecisão das nomenclaturas utilizadas, o Plano de Turismo da Costa Rica se diferencia dos demais, ao identificar com maior precisão os ODS mais vinculados ao turismo, com base na realidade do território. É particularmente notável a inclusão do ODS 1 no documento, que raramente é vinculado ao turismo, mas que, no contexto da Costa Rica, ganha clara relevância. Essa escolha traduz uma abordagem contextualizada e reforça o alinhamento do plano com os princípios da Agenda 2030, ilustrando um esforço desse DMO em adaptar os objetivos globais às necessidades, especificidades e desafios locais.

O Plano de Turismo da Costa Rica estabelece, ainda, sustentabilidade, inovação e, inclusão social como pilares fundamentais de seu modelo turístico. Esses princípios definem a essência do modelo e garantem, em tese, a sua continuidade, conforme destacado no documento:

(...) três princípios fundamentais que definem a essência do modelo e garantem sua continuidade e existência no futuro: sustentabilidade, inovação e inclusão (p. 13)⁵⁵.

54 Tradução nossa: "Las políticas aquí descritas tienen relación con la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible* (conocidos como objetivos del milenio) según se distribuyen en relación a cada eje de política que se señalan en la figura 3.345 y muy particularmente respecto de los objetivos 1, 8 y 12 que para el caso de Costa Rica, tienen una relación muy directa con el turismo."

55 Tradução nossa: "en tres principios fundamentales que definen la esencia del modelo y aseguran su continuidad y existencia a futuro: sostenibilidad, innovación e inclusión" (p. 13).

O documento detalha, também, as dimensões envolvidas nesses pilares, conectando-os aos ODS de forma integrada, com o objetivo de promover um modelo turístico que equilibre desenvolvimento social, econômico e ambiental. Termos associados à noção de sustentabilidade, como "inclusão", "inovação", "desenvolvimento", "crescimento", "competitividade", "autenticidade cultural" e "gestão ambiental", são recorrentes ao longo do texto, evidenciando um esforço para alinhar as práticas turísticas aos princípios sustentáveis.

Embora o plano não faça referência explícita ao Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (2017), ele inclui seções e diretrizes/objetivos específicos voltados ao compromisso de sustentabilidade. Uma seção central do documento, intitulada "*Sostenible*" (sustentável) (p.13), reforça esse compromisso como fundamental. Essa percepção permeia outras partes do plano, incluindo as políticas de turismo (p. 71), o objetivo geral (p. 75) e as estratégias associadas aos objetivos 2 (p. 80) e 3 (p. 83), direcionando metas e ações alinhadas a práticas entendidas como sustentáveis.

O plano estabelece, também, um programa de "certificação de sustentabilidade", detalhando as dimensões ambiental, sociocultural e econômica envolvidas, com atributos específicos a serem desenvolvidos e aprimorados em planejamento turístico. Esse programa reafirma o compromisso com as premissas de sustentabilidade, promovendo a integração destas três dimensões no setor turístico.

O documento estabelece o que se compreende por sustentabilidade em relação ao turismo, especialmente ao fundamentar a sua abordagem ao referencial da OMT/PNUMA (2005) (p. 13-14). Reafirma, ainda, que o conceito de Turismo Sustentável deve abranger três dimensões, econômica, ambiental e social/cultural, para que se possa se garantir compromisso de sustentabilidade. Na dimensão econômica, destacam-se a satisfação do visitante, a equidade social, a qualidade no emprego, a prosperidade local e a viabilidade econômica. Na dimensão ambiental, é enfatizada a gestão do território, da água, da energia e dos resíduos, além da redução da pegada de carbono. Já na dimensão social e cultural, os pontos centrais considerados incluem a proteção do patrimônio, a oferta cultural, o bem-estar

comunitário, as associações locais e o desenvolvimento local, buscando promover um turismo que equilibre benefícios para a sociedade, o meio ambiente e a economia.

Ele também aborda os “princípios de sustentabilidade para o caso da Costa Rica” (p. 14-15), destacando sua relevância histórica, conforme explicitado no trecho a seguir:

Fazer uso otimizado dos recursos ambientais, como elemento fundamental do desenvolvimento turístico, mantendo os processos ecológicos essenciais e contribuindo para a conservação dos recursos naturais e da diversidade biológica.

Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, conservar seus ativos culturais e arquitetônicos e seus valores tradicionais, além de contribuir para o entendimento e a tolerância intercultural.

Garantir atividades econômicas viáveis a longo prazo, que proporcionem benefícios socioeconômicos bem distribuídos a todos os agentes, incluindo oportunidades de emprego estável, geração de renda e acesso a serviços sociais para as comunidades anfitriãs, contribuindo para a redução da pobreza.

Promover a satisfação dos turistas, proporcionando-lhes uma experiência significativa, que os torne mais conscientes dos problemas relacionados à sustentabilidade e que fomente práticas turísticas sustentáveis. (p. 14-15)⁵⁶

Nesse sentido, a noção de sustentabilidade é compreendida não apenas como uma visão e meta de longo prazo, mas também como um compromisso concreto de gestão (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018).

No contexto europeu, o Plano Estratégico de Turismo de Portugal (Turismo de Portugal, 2017) aborda a noção de sustentabilidade vinculada a estratégias de longo prazo, gestão da sazonalidade e competitividade, além de destacar a importância do uso de indicadores para monitoramento. No entanto, apesar dessas menções, sustentabilidade não parece ocupar um papel central no plano, se expressando mais

56 Tradução nossa: Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, como elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. Impulsar la satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

como um complemento do que como um eixo estruturante. Isso é perceptível em objetivos relacionados com a promoção de “sustentabilidade da atividade turística ao longo do ano” (p. 2), nos quais o foco está na distribuição temporal do fluxo de turistas, evidenciando uma preocupação com a sazonalidade mais do que com práticas sustentáveis. Além disso, a menção a um “sistema de indicadores de sustentabilidade” (p. 55) sugere uma tentativa de mensurar o impacto das atividades turísticas, mas sem detalhar como esses indicadores orientam decisões estratégicas ou como estão integrados às metas ambientais, sociais e econômicas do país.

No documento de Portugal, a noção de sustentabilidade é frequentemente vinculada à atividade econômica e ao crescimento do fluxo de visitantes, mesmo ao apontar que “se compromete com metas de sustentabilidade econômica, social e ambiental” (p. 6), em articulação com o objetivo de “alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável” (p. 38). Além disso, o plano define, apenas indiretamente sustentabilidade, por meio de metas específicas para cada dimensão envolvida, enfatizando o desafio de equilibrar a preservação do patrimônio cultural e natural com o desenvolvimento econômico e a permanência das comunidades locais em seus territórios, como destacado na intenção expressa no trecho a seguir:

Assegurar a preservação e a valorização econômica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local (p. 38).

Apesar de reconhecer as dimensões econômicas, sociais e ambientais associadas à sustentabilidade e de estabelecer metas relacionadas, a abordagem carece de profundidade. Nesse sentido, cabe apontar que o documento trata sustentabilidade, exclusivamente como uma visão e uma meta de longo prazo (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018). Embora o documento estabeleça bases para a sustentabilidade, não parece haver uma conexão com a Agenda 2030 e, não se observa um alinhamento claro às diretrizes globais.

Em linha semelhante à de Portugal, o plano estratégico de turismo da Nova Zelândia (Tourism New Zealand, 2018) não faz menção explícita à Agenda 2030.

Embora o documento expresse menções pontuais à noção de sustentabilidade, essas são limitadas e tratadas superficialmente, com maior ênfase no crescimento econômico, a longo prazo. Termos como "crescimento sustentável" e "desafios globais" aparecem em contextos relacionados ao aumento do número de turistas e, à dispersão regional, mas sem detalhar práticas ou compromissos concretos em termos de sustentabilidade. Portanto, a ausência de uma definição clara sobre o que se entende por "sustentabilidade" ou suas dimensões indica a profundidade do documento nesse aspecto.

O compromisso com sustentabilidade é abordado superficialmente e, frequentemente vinculado ao crescimento econômico. Um exemplo dessa afirmação é a ênfase na 1ª estratégia prioritária, que destaca a necessidade de ampliar as métricas de valor além do crescimento de curto prazo, para incluir a sustentabilidade a longo prazo como transcrito: "Ampliar nossa medida de valor do crescimento de curto prazo para a sustentabilidade de longo prazo" (p. 2)⁵⁷. Ainda assim, as prioridades do plano são dominadas por parâmetros econométricos, como volume de turistas e dispersão regional "...bem como os desafios de responder às mudanças globais e crescer de forma sustentável" (p. 9)⁵⁸.

O plano também não faz referência ao Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (2017) promovido pela ONU, nem aborda, de forma abrangente, as dimensões da sustentabilidade. Embora mencione desafios globais e, a necessidade de crescimento sustentável, a abordagem carece de profundidade e clareza sobre como esses objetivos seriam incorporados, na prática, no desenvolvimento turístico.

De maneira geral, sustentabilidade no documento é entendida como um conjunto de diretrizes para orientar práticas organizacionais e turísticas. Sem uma definição explícita, o plano permite inferir, indiretamente, o seu significado, especialmente, associado à minimização de impactos ambientais e sociais. Essa abordagem se apoia em diretrizes socioecológicas para promover responsabilidade social e ambiental, mas não adota uma visão integrada ou de longo prazo. A carência de uma definição formal sobre sustentabilidade nos documentos, como apontam

57 Tradução nossa: Broaden our measure of value from near-term growth to long-term sustainability

58 Tradução nossa: as well as the challenges of responding to global changes and growing sustainably

Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018), limita a sua aplicabilidade prática, restringindo-se o foco a padrões genéricos, sem o estabelecimento de estratégias concretas.

Por outro lado, há países que assumem seus compromissos de sustentabilidade, também pela incorporação dos ODS, como Fiji (Minister for Industry, Trade and Tourism, 2018). O Plano Estratégico de Turismo de Fiji ilustra um alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), abordando o setor sob uma perspectiva econômica, social e ambiental. No documento, sustentabilidade é apresentada como um pilar estratégico, na integração entre crescimento econômico, inclusão social e ética ambiental, em consonância com a Agenda 2030. Essa abordagem reflete-se em expressões como "alcançando progresso econômico sustentado"⁵⁹ (p. 12) e "alcançando uma taxa de crescimento sustentável nas chegadas de visitantes"⁶⁰ (p. 6), que vinculam sustentabilidade ao progresso econômico contínuo e, ao aumento sustentável de chegadas de visitantes.

A inclusão social é outro ponto destacado no plano, evidenciada no compromisso de desenvolvimento de um setor "(...) que seja cada vez mais sustentável e inclusivo no futuro." (p. 13)⁶¹. Além disso, o documento associa sustentabilidade à ética, buscando promover o turismo como uma prática responsável, alinhada às tendências globais de viagens éticas: " (...) como um destino sustentável que se alinha à tendência global de viagens éticas." (p. 50)⁶².

O plano enfatiza, também, o desenvolvimento sustentável como processo contínuo, com foco na proteção dos recursos naturais e culturais, especialmente marinhos, na conservação e na eficiência no uso dos recursos. Esses elementos estão alinhados aos ODS 12 (Consumo e Produção Sustentáveis) e ODS 14 (Vida na Água). No âmbito social e econômico, o plano destaca o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ao priorizar a criação de empregos e o fortalecimento da economia local.

Adicionalmente, a sustentabilidade, em sua dimensão ambiental é particularmente valorizada, com menções ao uso sustentável de recursos naturais e ao Crescimento Verde (*"Tourism Agenda in the Green Growth Framework"*, p. 50), que

59 Tradução nossa: "achieving sustained economic progress"

60 Tradução nossa: "achieving a sustainable growth rate of visitor arrivals"

61 Tradução nossa: "developing a sector that is increasingly sustainable and inclusive in the future"

62 Tradução nossa: "as a sustainable destination aligns with the global trend for ethical travel"

inclui iniciativas voltadas para energias renováveis e conservação de água. O sistema de monitoramento e avaliação do plano reforça esse alinhamento, ao considerar explicitamente os ODS, no sentido de que o turismo contribua para um crescimento econômico sustentável, ético e inclusivo.

O plano utiliza, ainda, o contexto de 2017 –Ano Internacional do Turismo Sustentável – como base para sua estratégia de “Desenvolvimento Sustentável da Indústria do Turismo” (“*Strategy 18 – Sustainable Tourism Development Framework*”, p. 52). Embora não forneça uma definição explícita de sustentabilidade, ela é apresentada por meio de suas dimensões econômicas, sociais, ecológicas e culturais, entendida tanto como um conjunto de critérios orientadores quanto como uma visão de longo prazo. Portanto, a noção de sustentabilidade é tratada no plano não apenas como uma meta de longo prazo, mas como uma abordagem integrada que conecta objetivos ambientais, sociais e econômicos (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018).

Por fim, o Plano Estratégico de Turismo da Espanha (TurEspanña, 2021) se destaca como o mais recente e, possivelmente, o que expressa, com maior clareza, o compromisso de sustentabilidade entre os analisados, mesmo sem mencionar explicitamente os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O “*Plano Estratégico de Marketing 2021-2024*” do Instituto de Turismo da Espanha incorpora a noção de sustentabilidade de forma transversal, abordando-a não como um tema isolado, mas como um elemento central da proposta, que permeia todo o documento. A noção de sustentabilidade é abordada em suas três dimensões— ambiental, social e econômica — e está integrada aos objetivos, eixos estratégicos, linhas de atuação e indicadores de desempenho

Cabe pontuar que a visão da Turespaña (DMO espanhol) reforça o compromisso com a sustentabilidade em planejamento turístico no sentido de: “Fazer com que a Espanha seja o destino mais desejado do mundo, tornando-a um referencial de sustentabilidade ambiental, responsabilidade social e rentabilidade.” (p. 6)⁶³. Em consonância a esta questão, a narrativa do plano esclarece o papel central das três dimensões de sustentabilidade (ambiental, econômica e social).

63 Tradução nossa: “Conseguir que España sea el destino más deseado del mundo, convirtiéndolo en referente de sostenibilidad medioambiental, responsabilidad social y rentabilidad”

Além disso, a seção “*Posicionamiento en sostenibilidad*”, um dos posicionamentos da marca turística do país, destaca que a Espanha está entre os cinco países líderes em sustentabilidade ambiental, econômica e social, apesar do documento não citar a fonte que sustenta esse ranking. O segundo objetivo geral do plano destaca a importância do compromisso de sustentabilidade ao propor “Identificar e atrair um turista mais rentável que contribua para a sustentabilidade do destino.” (p. 4)⁶⁴. No entanto, uma contradição: emerge nessa narrativa. Enquanto a rentabilidade e o desempenho pré-pandemia são tratados como metas de curto prazo, sustentabilidade é apresentada como objetivo a ser atingido a médio e longo prazos.

Três dos quatro eixos estratégicos do plano estão diretamente ligados à sustentabilidade. O eixo de sustentabilidade social foca em “atrair turistas que colaborem com a estruturação do turismo por meio da diversificação espacial e temporal das viagens.”⁶⁵. Já sustentabilidade ambiental é apresentada como um atributo central da marca turística Espanha, com o objetivo de “melhorar a associação da marca turística Espanha com sustentabilidade ambiental.”⁶⁶. Por fim, sustentabilidade econômica incide sobre a promoção de ofertas de maior valor agregado e a atração de turistas com gasto médio elevado. Se busca assim, “atrair e fidelizar aqueles segmentos de clientes que contribuam para alcançar a diversidade motivacional das viagens. Atrair os segmentos de demanda com maior gasto no destino.”⁶⁷ (p. 5).

O plano coloca o compromisso de sustentabilidade como um elemento central em suas linhas de atuação (p. 42), convertendo suas dimensões em objetivos aparentemente concretos, o que é incomum em planejamentos estratégicos dessa natureza, nos quais sustentabilidade frequentemente é interpretada apenas como um complemento menos importante da narrativa. Sustentabilidade social é abordada com foco na diversificação espacial e temporal dos fluxos turísticos, melhoria da qualidade do emprego e, combate ao despovoamento rural; sustentabilidade ambiental, se expressa pela busca em atrair turistas com alta motivação ambiental e promover a transição ecológica; e, sustentabilidade econômica, é entendida como voltada à

64 Tradução nossa: “identificar y atraer a un turista más rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino”

65 Tradução nossa: “Atraer a turistas que colaboren con la vertebración del turismo a través de la diversificación espacial y temporal de los viajes”

66 Tradução nossa: “Mejorar la asociación de la marca turística España con la sostenibilidad medioambiental”

67 Tradução nossa: “Atraer y fidelizar a aquellos segmentos de cliente que contribuyan a lograr la diversidad motivacional de los viajes. Atraer a los segmentos de demanda con un gasto superior en destino.”

promoção de maior valor agregado no turismo e, fidelização de turistas com maior poder de gasto.

No entanto, embora a questão da sustentabilidade seja amplamente enfatizada, os indicadores de desempenho permanecem concentrados em métricas econômicas, como gastos e tempo de estadia, evidenciando uma desconexão entre os “objetivos sustentáveis” e, as métricas para avaliação de desempenho do setor. Essa incoerência traduz um desafio comum nos planos estratégicos analisados: como articular, efetivamente, os princípios da sustentabilidade com as metas de desempenho econômico.

Portanto, a noção de sustentabilidade no documento relacionado à Promoção Turística da Espanha é entendida, nesse contexto, não apenas como uma visão ou meta de longo prazo, mas também como um componente prático e aplicado à gestão, conforme anteriormente debatido por Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz (2018).

Em suma, os documentos de Costa Rica e Fiji reforçam a perspectiva da preservação de recursos naturais e culturais, buscando manter a autenticidade cultural e o patrimônio ambiental. No caso da Costa Rica, o compromisso de sustentabilidade se expressa como um pilar central em seu modelo turístico, ao lado de inovação e inclusão, no incentivo a práticas de gestão ambiental e certificação verde. No caso de Fiji, sustentabilidade ambiental é o foco, na associação entre o turismo sustentável e o crescimento econômico e ético, com estratégias voltadas para a conservação e uso sustentável dos recursos naturais.

O documento de Espanha adota as três principais dimensões da sustentabilidade – econômica, social e ambiental – e aborda essas dimensões de forma consistente em todas as seções do documento. No caso da África do Sul, a sustentabilidade econômica, social e ambiental está entre os Princípios e Valores Orientadores do documento. Mas como anteriormente discutido, no contexto da Espanha, o termo sustentabilidade é entendido como valor central, sendo essa também articulada à competitividade, ao crescimento e à inovação. O país posiciona sustentabilidade como um valor de marca do turismo espanhol, promovendo uma imagem de destino responsável e inovador, que atende às expectativas de visitantes e investidores interessados em destinos que respeitam práticas ambientais e sociais

No caso de Portugal, apesar de serem mencionadas as dimensões econômica, social e ambiental, a abordagem adotada ainda é limitada e vaga.

Contudo, alguns países priorizam a abordagem econômica, associada à competitividade e ao crescimento. Na África do Sul, por exemplo, o turismo sustentável é diretamente vinculado a crescimento e competitividade, embora considere valores éticos, em articulação ao conceito de Turismo Responsável como um pilar para o desenvolvimento do setor e das comunidades locais.

Na Nova Zelândia, a ênfase em sustentabilidade econômica se alinha à estratégia governamental de promoção do turismo como vetor de crescimento e geração de renda, reforçando o compromisso com práticas de negócios responsáveis e crescimento sustentável.

Na África do Sul, o denominado Turismo Sustentável é promovido principalmente como uma estratégia para impulsionar o crescimento e a competitividade no mercado.

Os planos da Nova Zelândia e Portugal, especificamente, relacionam sustentabilidade também com a sazonalidade e a competitividade turística, ressaltando a necessidade de se preservar os recursos naturais, para sustentar o turismo, a longo prazo. No entanto, essa ênfase no crescimento e na competição global acaba por minimizar outros aspectos críticos do debate sobre sustentabilidade, como a justiça social, a inclusão das comunidades locais no processo e, a proteção dos ecossistemas naturais, essenciais para um turismo realmente sustentável.

Nas narrativas da Espanha e de Portugal, a coesão territorial é mencionada como um elemento central do processo. Para a Espanha, o compromisso de sustentabilidade é condicionado por políticas de ordenamento territorial que promovem o uso equilibrado do espaço e, um planejamento integrado. Da mesma forma, o documento de Portugal destaca a coesão territorial como uma estratégia para reduzir disparidades regionais, assegurando que o desenvolvimento econômico e social atinja diferentes áreas do país de forma equitativa.

Assim, pode-se perceber inúmeras nuances e prioridades estratégicas nos documentos promocionais analisados. Mas é possível afirmar que, em todos esses

documentos o foco em sustentabilidade representa uma escolha consensual, em maior ou menor profundidade ou segundo uma perspectiva mais periférica ou estratégica de abordagem, mas pela análise realizada pode-se apreender ser essa uma tendência evidente em Promoção Turística nos próximos anos.

5.2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA: ESCALA SUBNACIONAL

A seguir, será analisada a dimensão subnacional do processo de Promoção Turística, com foco em regiões ou estados de destaque global no turismo. Para tal, o Quadro 21 sintetiza o perfil dos documentos analisados, com o propósito de contextualizar e introduzir os planos de referência. Em seguida, serão examinadas as questões específicas vinculadas ao compromisso de sustentabilidade.

Quadro 21 - Documentos referenciais de políticas públicas em âmbito global (nível subnacional)

Destino	Instituição	Período	Título	Referência	Descritivo
Paris	Prefeitura de Paris (Mairie de Paris)	2017 - 2022	Tourism Strategy Development Plan	Mairie de Paris, 2017	O plano de turismo de Paris é organizado em seções que incluem a orientação do plano e a situação atual, destacando a abordagem participativa, as principais figuras do turismo e os ativos únicos do destino. Também aborda os desafios enfrentados, a estratégia proposta e o plano de ação operacional. O foco principal do documento está no desenvolvimento e implementação das estratégias propostas para o setor.
Londres	London & Partners	2017 - 2025	A tourism vision for London	London & Partners, 2017	O plano de turismo de Londres é estruturado em seções que incluem a abordagem do plano e gestão, o panorama atual do setor de turismo na cidade, orientações para superar barreiras ao crescimento, identificação de oportunidades, recomendações em áreas de atuação e o papel da London & Partners. O foco principal do documento está nas recomendações, que delineiam as principais áreas de atuação para o desenvolvimento do turismo na cidade.
Califórnia	Visit Califórnia	2022-2023	Destination Stewardship & Sustainable Travel	Visit Califórnia, 2022	O plano de turismo da Califórnia inclui análises sobre a situação atual da gestão e do mercado do turismo, bem como os objetivos de gestão. Embora não seja o principal documento de referência em larga escala para o destino, sua estrutura e desenvolvimento seguem um formato semelhante ao de outros planos institucionais.
Miami	Greater Miami Convention & Visitors Bureau	2020 - 2025	Destination Miami. Greater Miami and beaches. Strategic Plan	Greater Miami Convention & Visitors Bureau, 2020	O plano de turismo de Miami, elaborado em inglês, é composto por seções que abordam a visão geral da situação atual do destino, visão geral do projeto, envolvimento dos atores, tendências da indústria e do DMO, avaliação pelo DestinationNext, principais descobertas (temas gerais direcionadores do plano) e, por fim, metas e iniciativas estratégicas. O foco principal está nas seções que tratam das principais descobertas e das metas e iniciativas estratégicas que orientam o desenvolvimento do destino.

Fonte: Elaborado pelo autor

Em nível subnacional, os planos de Promoção Turística também não são consensuais no que tange à compreensão sobre o compromisso de sustentabilidade.

O documento de Promoção Turística de Paris (Mairie de Paris, 2017), por exemplo, não faz qualquer menção direta aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. Na seção dirigida à sustentabilidade, há apenas uma referência à inclusão social, no trecho que defende "(...) o turismo uma alavanca para a inclusão social" (p. 21)⁶⁸;

Ainda assim, o documento de Paris reafirma o seu compromisso com sustentabilidade, segundo uma abordagem operacional, na articulação com o transporte urbano sustentável. Isso é evidenciado no trecho que propõe a "(...) reorganização do transporte de ônibus turísticos criando as condições adequadas para garantir a sustentabilidade dessa opção" (p. 8)⁶⁹ e, no objetivo de "tornar Paris a capital da mobilidade turística sustentável" (p. 22)⁷⁰.

O Plano Estratégico de Turismo de Paris enfatiza, ainda, o conceito de "turismo de qualidade", destacando o objetivo de que a cidade venha a ser "a capital mais acolhedora, com turismo de alta qualidade e sustentável" (p. 3)⁷¹. Entre as demais iniciativas propostas se reconhece o foco na regulação do aluguel turístico, buscando "regulamentar a oferta de aluguéis turísticos mobiliados para garantir a sustentabilidade desse tipo de acomodação" (p. 9)⁷². Além disso, o documento propõe ações voltadas ao fortalecimento da "identidade verde" da cidade, por meio de passeios temáticos, no sentido de "desenvolver passeios de 'Paris sustentável' para fortalecer a identidade de Paris como um destino verde" (p. 14)⁷³.

O documento dedica também uma seção a um dos pilares estratégicos do plano, "Desenvolver o Turismo Sustentável" (p. 20)⁷⁴, enfatizando o compromisso de desenvolvimento responsável do turismo, com objetivo de desenvolver uma "Uma cidade harmoniosa, graças ao seu modelo de desenvolvimento turístico solidário e

68 Tradução nossa: "...which will make tourism a lever for social inclusion"

69 Tradução nossa: "Reorganise coach transport by creating the right conditions for the sustainability of this option (...)"

70 Tradução nossa: "(...) to make Paris the capital of sustainable tourist mobility."

71 Tradução nossa: "...it the most welcoming capital, with high-quality, sustainable tourism."

72 Tradução nossa: "Regulate the supply of furnished tourist rental options in order to ensure the sustainability of this type of accommodation (...)"

73 Tradução nossa: "(...) develop 'sustainable Paris' walks to strengthen Paris' identity as a green destination (...)"

74 Tradução nossa: "Develop Sustainable Tourism"

sustentável, que respeita o meio ambiente e seus moradores." (p. 10)⁷⁵. O documento destaca duas diretrizes principais que fundamentam a compreensão sobre a sustentabilidade no turismo: Turismo harmonioso e solidário (p. 20)⁷⁶, enfatizando a convivência em harmonia entre turistas e Parisienses e, Turismo que respeita o meio ambiente (p. 22)⁷⁷, reforçando o compromisso com práticas ambientais responsáveis

Apesar de não mencionar explicitamente o Ano Internacional do Turismo Sustentável (2017) ou a Agenda 2030, o plano dedica seções relevantes ao tema, Em sua Visão, destaca o turismo sustentável como gerador de empregos (p. 10)⁷⁸. Um destaque importante é também a priorização do bem-estar dos moradores e do meio ambiente, quando reconhece ser a sustentabilidade " essencial para que o desenvolvimento do turismo aconteça com respeito à qualidade de vida dos parisienses, garantindo que as pessoas possam conviver em harmonia" (p. 21)⁷⁹ reforçando a importância atribuída à qualidade de vida dos parisienses e, à convivência harmoniosa entre moradores e turistas.

Sustentabilidade é entendida, no plano, segundo as dimensões econômica, social e ambiental envolvidas, em um esforço para integrar ações sustentáveis ao desenvolvimento turístico. Embora o plano não explicita a articulação do turismo com a Agenda 2030, ele avança na proposta ao defender práticas sustentáveis em várias frentes, ilustrando a preocupação com a ação, no sentido de transformar Paris em um destino turístico responsável e sustentável.

A noção de sustentabilidade se expressa, nesse caso, como um conjunto de diretrizes socioecológicas que orientam práticas para minimizar impactos negativos no ambiente e na sociedade. Sem partir de uma definição explícita, o documento sugere um alinhamento do debate a valores ecológicos e sociais, buscando promover ações responsáveis. Em alguns pontos, também considera sustentabilidade como uma meta de longo prazo, no sentido do equilíbrio de objetivos ambientais, sociais e econômicos, como discutido por Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018).

75 Tradução nossa: "A harmonious city, thanks to its solidarity-based, sustainable tourism development model that respects its environment and residents."

76 Tradução nossa: "Harmonious and solidarity-based tourism"

77 Tradução nossa: "Tourism that respects the environment"

78 Tradução nossa: "(...) sustainable tourism that creates jobs."

79 Tradução nossa: "(...) essential for tourism development to take place with a respect for Parisians' quality of life, ensuring that people can live together in harmony."

O Plano de Turismo de Londres (London & Partners, 2017) não faz menção direta aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 sendo poucos os indícios que conectam o plano a esse pacto global. Em termos de alinhamento internacional, a Organização Mundial do Turismo (OMT) é mencionada em apenas dois momentos: ao serem utilizados os dados da instituição com projeções para 2030, como no trecho "*the UNWTO long-term forecast to 2030*" (p. 13) e, ao ser mencionado um comunicado de imprensa de 2017: "*United Nations World Tourism Organization (UNWTO): Sustained growth in International Tourism despite challenges*" (Crescimento estável em Turismo Internacional apesar dos desafios) (p. 19).

A noção de sustentabilidade no documento é predominantemente associada aos aspectos econômicos envolvidos no debate, como "crescimento" e, aumento do número de visitantes. Expressões como "gerenciar o crescimento significativo esperado no número de visitantes de forma sustentável." (p. 6)⁸⁰ e "(...)gerenciar o crescimento significativo de visitantes de forma sustentável" (p. 9)⁸¹ ilustram essa perspectiva, evidenciando uma leitura apenas limitada sobre o significado de sustentabilidade. Apesar disso, termos como "força de trabalho sustentável" (p. 24)⁸² são mencionados, evidenciando o viés econômico adotado.

Assim, sustentabilidade é prioritariamente associada à busca por "crescimento sustentável" e, ao aumento desejado do número de visitantes. Os trechos a seguir ilustram esse argumento:

Estabelece a oportunidade de crescer a economia turística de Londres de forma sustentável. (p. 6)

Isso é crucial, pois a economia turística de Londres só crescerá de forma sustentável por meio de uma colaboração mais estreita (p. 13).

A indústria do turismo trabalhará em conjunto para gerenciar o esperado crescimento significativo no número de visitantes de maneira sustentável (p. 9).⁸³

80 Tradução nossa: "to grow London's tourism economy sustainably

81 Tradução nossa: "(...) to manage the expected significant growth in visitor numbers in a sustainable way."

82 Tradução nossa: "(...) building a sustainable workforce"

83 Tradução nossa: It sets out the opportunity to grow London's tourism economy sustainably (p.6); This is critical as London's tourism economy will only grow sustainably through closer collaboration (p. 13); The tourism industry will work together to manage the expected significant growth in visitor numbers in a sustainable way (p. 9).

Embora o plano utilize expressões associadas ao termo sustentabilidade, não fica claro como esse compromisso poderá ser traduzido em ações com esse objetivo. Assim, a abordagem sobre sustentabilidade se expressa perifericamente no plano, segundo uma perspectiva de crescimento econômico sustentável para o setor.

O Plano Estratégico de Turismo da Califórnia (Visit Califórnia, 2022) apresenta um foco em "viagens sustentáveis", como indicado já no título do documento. Apesar disso, não há menções clara aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. A única referência à Organização Mundial do Turismo (OMT) aparece em se associar aos dados projetados para 2030, apresentados no relatório "*Highlights 2017 — World Tourism Organization (UNWTO), July 2017*".

O termo sustentabilidade é associado a práticas agrícolas sustentáveis, buscando posicionar o destino como "líder em práticas agrícolas sustentáveis" e, destacando a importância da "agricultura sustentável" como um componente fundamental do desenvolvimento turístico (p. 11)⁸⁴. Além disso, o plano enfatiza a importância atribuída à preservação ambiental, com referências diretas à proteção ambiental, na conexão com Sustentabilidade, evidenciando o compromisso com a conservação dos recursos naturais.

Outro aspecto relevante do documento é o destaque para os programas de certificação verde, mencionados como "*green certification programs*" (p. 12), que visam garantir padrões ambientais rigorosos no setor. O documento também introduz uma abordagem ética sobre o turismo, afirmando que os profissionais "... estão começando a adotar abordagens éticas em seu trabalho que promovem um turismo sustentável e culturalmente sensível" (p. 13)⁸⁵.

A ênfase em termos como "*princípios*", "*práticas*", "*valores*" e "*objetivos de sustentabilidade*" é recorrente ao longo do texto, consolidando a leitura de sustentabilidade como um alicerce estratégico. O conceito de "turista sustentável" é introduzido para enfatizar um perfil desejável de visitante que não apenas adota comportamentos responsáveis, mas que também "*gasta mais do que outros turistas*",

84 Tradução nossa: "a leader in sustainable farming practices"; "sustainable farming"

85 Tradução nossa: "are beginning to adopt ethical approaches to their work that promote sustainable and culturally-sensitive tourism"

sugerindo uma articulação entre sustentabilidade e o valor econômico agregado no turismo (p. 12).

Além disso, no documento são recorrentes terminologias como "*principles of sustainability*" (princípios da sustentabilidade), "*sustainable practices*" (práticas sustentáveis), "*values of sustainability*" (valores da sustentabilidade), e "*aggressive sustainability initiatives*" (iniciativas agressivas de sustentabilidade). Complementam essa leitura expressões como "*sustainability objectives*" (objetivos de sustentabilidade), "*sustainable behavior*" (comportamento sustentável) e "*sustainability attributes*" (atributos de sustentabilidade), que parecem ancorar um arcabouço conceitual que evidencia a centralidade do tema em todas as etapas do planejamento estratégico.

Contudo, não há uma abordagem clara sobre as dimensões de sustentabilidade consideradas, o que tende a gerar lacunas e/ou dificuldades para a sua tradução, no plano aplicado.

Mas uma inovação do plano da Califórnia é a introdução da perspectiva do "turista sustentável", entendido como o perfil de visitante que, em média, gasta 50% a mais do que outros viajantes motivados por lazer (p. 12).

Embora não haja uma definição clara sobre sustentabilidade no plano, o tema é traduzido como central e transversal, em todas as seções do documento, desde o título, o que indica o reconhecimento sua importância estratégica para o setor. Essa abordagem é traduzida em objetivos específicos, como o Objetivo 1: "Expandir Práticas Sustentáveis em toda a Indústria de Turismo da Califórnia" (p. 11)⁸⁶, que evidencia o compromisso em ampliar a adoção de práticas sustentáveis em todos os segmentos do turismo. No entanto, mesmo com essa ênfase transversal o plano, não menciona explicitamente os marcos globais relevantes com esse direcionamento, como a Agenda 2030, o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (2017), sugerindo que a preocupação com esse alinhamento ainda não está internalizada no documento.

86 Tradução nossa: Expand Sustainable Practices Across the California Tourism Industry

Essa aparente desconexão faz emergir um paradoxo. Enquanto se aborda sustentabilidade como um pilar fundamental do plano, não se justifica, ainda, esse movimento em sintonia com os pactos globais. Nesse caso, não parece claro como poderá ocorrer a avaliação dos resultados do plano para o alcance das metas globais, por exemplo, em sintonia com a Agenda 2030 e outros.

Além disso, embora a expressão "sustentabilidade" e seus derivados sejam mencionados com frequência no documento da Califórnia, este não oferece uma definição clara do seu significado, o que dificulta a tradução para o destino em referência, do que representa ser sustentável. E, apesar das diversas menções aos princípios da sustentabilidade, esses não são detalhados ou articulados de forma estruturada no texto. O que se observa na narrativa são indícios da dimensão ambiental do debate, evidenciada pela preocupação com temas como mudanças climáticas, aquecimento global e, a preservação de recursos naturais, a longo prazo. Esse foco ambiental é ilustrado em passagens como "*melhores práticas ambientais*" (p. 13)⁸⁷., sugerindo uma leitura com viés ecológico para inspirar as ações propostas.

O plano enfatiza, ainda, a preocupação com a implementação de práticas que minimizem impactos ambientais e incentivem o consumo responsável, o que ilustra o argumento anterior. No entanto, a ausência de uma visão integrada da sustentabilidade, que contemple, de maneira articulada as dimensões econômica, social e ambiental, tende a limitar, parcialmente, o alcance estratégico do plano.

Com todas as inovações mencionadas, o foco do documento está na expansão de práticas sustentáveis no setor turístico (p. 11), mas, a noção de sustentabilidade é ainda apresentada de forma fragmentada e ambígua. O documento se limita a pistas que apontam para o tema, pelas perspectivas ambiental e socioecológica, ou como um conjunto de critérios que orientam comportamentos e ações para minimizar impactos ambientais e sociais. Essa abordagem, conforme discutido por Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018), tende a utilizar diretrizes socioecológicas para direcionar ações organizacionais, promovendo responsabilidade social e ambiental no contexto das práticas turísticas

87 Tradução nossa: environmental best practices

Apesar dessa orientação pragmática, a abordagem sobre sustentabilidade no plano da Califórnia é ainda vaga e pouco precisa. A dimensão econômica do turismo é pouco abordada e também não se detalha como as questões da inclusão social e de desenvolvimento comunitário serão avaliadas, em termos de desempenho do setor. Isso porque esse debate é entendido no sentido das boas práticas e não propriamente segundo uma perspectiva estratégica, o que pode limitar o alcance do plano com esse objetivo.

O documento de turismo de Miami, por sua vez, (Greater Miami Convention & Visitors Bureau, 2020) menciona, pontualmente, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, com o objetivo de contextualizar temas relacionados, mas sem detalhar os ODS, em sua vinculação com o turismo, como exemplificado no texto a seguir:

Atualmente, um número crescente de empresas na economia global de visitantes está alinhando suas operações com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, o que está promovendo um engajamento com os consumidores em um nível completamente novo. (p. 18)⁸⁸

O plano menciona também o compromisso de inclusão social em diversas seções, frequentemente associada à discussão sobre diversidade, no que se refere às comunidades locais. Termos como "*Diversity and inclusion*" (Diversidade e Inclusão) são mencionados em algumas passagens (p. 7 e 41), evidenciando a importância atribuída à inclusão e ao suporte necessário ao desenvolvimento da força de trabalho das comunidades locais, expressa na preocupação de ser o turismo "(...)mais inclusivo e apoiar o desenvolvimento da força de trabalho e das comunidades locais em mais segmentos da população (p. 16)⁸⁹. Além disso, o tema da equidade, emerge, também, na articulação com o compromisso de sustentabilidade, na perspectiva de "(...) um marco mais estruturado para orientar o desenvolvimento do turismo de maneira sustentável e equitativa (p. 28)⁹⁰.

88 Tradução nossa: "Today, more and more companies in the global visitor economy are aligning their operations with the UN's 17 Sustainable Development Goals, which is driving engagement with consumer audiences on an entirely new level"

89 Tradução nossa: "...to be more inclusive and support workforce and community development among more segments of the population"

90 Tradução nossa: "...a more structured framework to inform sustainable and equitable tourism development direction..."

O plano destaca a importância do compromisso de sustentabilidade da em gestão empresarial, crescimento responsável, resiliência e inovação tecnológica. Trechos como “*garantir a gestão sustentável de destinos e o desenvolvimento empresarial equitativo*” (p. 12)⁹¹, “líder em sustentabilidade e resiliência” (p. 16)⁹² e “tecnologia, inovação e sustentabilidade” (p. 22)⁹³ exemplificam essa abordagem.

Apesar de não definir objetivamente o conceito de sustentabilidade, o plano explicita as dimensões envolvidas desenvolve suas dimensões mais características: econômica, social, ambiental e organizacional, ainda que de maneira dispersa, como nos trechos: “abrangendo impactos econômicos, sociais e ambientais de forma coletiva” (p. 16)⁹⁴, pela “perspectiva de sustentabilidade integrada nas dimensões econômica, social e ambiental para o maior benefício de toda a comunidade” (p. 20)⁹⁵ e, “sustentabilidade organizacional de longo prazo” (p. 3)⁹⁶.

Sustentabilidade é decodificada também como tendência no título “*Integrated Sustainability*” (p. 20), especialmente entre as gerações mais jovens, que valorizam destinos comprometidos em mitigar impactos negativos.

Nesse documento sustentabilidade é, portanto, interpretada tanto como um conjunto de diretrizes práticas, quanto como uma meta de longo prazo a ser atingida, segundo o pressuposto que premissas socioecológicas contribuem para orientar comportamentos e práticas para minimizar impactos negativos no ambiente e na sociedade.

5.3 UMA SÍNTESE CRÍTICA

As análises realizadas dos planos de Promoção Turística em escala global (níveis nacional e sub nacional) traduzem algumas convergências e dissonâncias com relação ao tema em foco. De maneira geral, a expressão “crescimento sustentável” permeia os planos estratégicos de turismo, evidenciando uma intencionalidade de

91 Tradução nossa: to ensure sustainable destination management and equitable business development”

92 Tradução nossa: leader in sustainability and resilience

93 Tradução nossa: technology, innovation and sustainability

94 Tradução nossa: encompassing economic, social and environmental impacts collectively

95 Tradução nossa: lens of integrated economic, social and environmental sustainability for the greatest benefit of the entire community

96 Tradução nossa: Long-Term Organizational Sustainability

equilibrar desenvolvimento econômico e práticas ambientais responsáveis. No entanto, em muitos casos, essa associação é apenas superficial, operacional ou pouco engajada. Os documentos da África do Sul e da Nova Zelândia, por exemplo, associam a Promoção Turística diretamente às noções de sustentabilidade, crescimento e, competitividade global, sem um aprofundamento sobre o tema. A narrativa do documento de Portugal aborda sustentabilidade como ferramenta para gerenciar a sazonalidade e manter o fluxo de turistas durante o ano, mas sem detalhamento prático. Assim, enquanto alguns planos abordam sustentabilidade como um pilar fundamental, outros a decodificam apenas de forma acessória, para assegurar fluxos turísticos.

Os planos de Peru, Costa Rica e Fiji enfatizam a abordagem de sustentabilidade como eixo central, com conexões claras aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU. O documento do Peru reconhece, explicitamente, o turismo como ferramenta para a inclusão social, alinhado aos ODS 8, 12 e 14. Por outro lado, as narrativas de Filipinas e Nova Zelândia têm uma abordagem mais superficial sobre o tema, mencionando os termos inclusão e sustentabilidade, mas sem conexão direta com a Agenda 2030 ou com um detalhamento prático, que possa orientar ações com esse objetivo.

O compromisso de inclusão social, aliás, é destacado em vários planos como premissa da noção de sustentabilidade. No caso do Peru e da Costa Rica, o turismo é entendido como ferramenta de inclusão social, no sentido de promover, pelo menos em tese, a equidade e o fortalecimento das comunidades locais, enquanto o documento da África do Sul faz menções indiretas à inclusão social, interpretando-a como necessária para o enfrentamento de problemas como desemprego e desigualdade, mas sem uma estratégia clara para a consolidação dessa proposta.

A noção de sustentabilidade é frequentemente interpretada segundo três dimensões: ambiental, social e econômica, nos planos analisados. Os documentos da Costa Rica e Espanha partem de uma abordagem integrada, detalhando as três dimensões e suas aplicações práticas. No caso da Espanha, políticas públicas de Promoção Turística tratam o tema de sustentabilidade de forma transversal, em seus eixos estratégicos, apesar da contradição entre os objetivos expressos e os indicadores econômicos previstos para a avaliação de desempenho do setor. As

narrativas de Portugal e Nova Zelândia, por outro lado, mencionam as três dimensões, mas sem aprofundamento e sobre as ações necessárias para alcançá-las.

Apesar do consenso sobre a importância de práticas sustentáveis no turismo, a análise realizada revela uma discrepância significativa entre o discurso e, a prática projetada nos diferentes planos nacionais. Muitos documentos utilizam a noção de sustentabilidade como um “termo *fashion*”, associando-a a crescimento e competitividade do setor, mas sem incorporar, plenamente às narrativas, as suas dimensões sociais e ambientais. Diretrizes de Promoção Turística de países como Peru, Costa Rica e Fiji parecem ilustrar um maior comprometimento com o tema, conectando o turismo a políticas de inclusão social e preservação ambiental, de maneira estruturada. Por outro lado, planos como os da Nova Zelândia e das Filipinas abordam apenas superficialmente o tema, limitando-se a menções genéricas, sem definir ações concretas ou indicadores com esse objetivo. O documento da Espanha, apesar de incorporar o termo sustentabilidade em sua visão estratégica, expressa a contradição entre esse objetivo e, a predominância de métricas econômicas para avaliar o sucesso da política. Essa discrepância sugere que, em muitos casos, o compromisso com sustentabilidade ainda é abordado retoricamente, e não propriamente como princípio norteador estratégico de políticas públicas de turismo. O desafio, nesse caso, se traduz em como transformar o discurso em prática, com ações concretas, indicadores alinhados e uma visão integrada e engajada, que considere os impactos econômico, social e ambiental do turismo, de forma sistêmica, em todas as fases de planejamento e implementação das políticas setoriais.

No que tange ao nível subnacional, em diversos planos analisados, sustentabilidade é associada diretamente ao crescimento econômico e, à competitividade turística, muitas vezes em detrimento das dimensões sociais e ambientais. No caso de Londres adota-se uma abordagem fortemente centrada no crescimento econômico sustentável, mas sem detalhar como as questões ambientais ou sociais serão integradas à proposta. O documento da Califórnia, apesar de posicionar a noção de sustentabilidade como um pilar central, associa o “turista sustentável” a um perfil que gasta mais, evidenciando uma preocupação econômica subjacente.

Muitos dos planos analisados abordam sustentabilidade de forma fragmentada, sem integrá-la de maneira direta aos objetivos da política turística. Assim, o documento de Miami menciona os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 de forma pontual, embora utilize, em sua narrativa, o termo "sustentabilidade integrada", sem uma clara conexão com práticas concretas rumo a esse pacto global, sendo essa interpretada como uma diretriz para minimizar impactos. O documento de Paris foca em transporte sustentável e regulação de aluguéis, sendo o compromisso de sustentabilidade abordado operacionalmente, sem um alinhamento explícito com a Agenda 2030 e sem aprofundamento das dimensões envolvidas. O documento da Califórnia enfatiza as práticas agrícolas sustentáveis, a preservação ambiental e, os programas de certificação verde, mas carece de uma definição abrangente de sustentabilidade que inclua as dimensões sociais e econômicas associadas. O plano de Paris, por sua vez, destaca a meta de tornar a cidade, a "capital da mobilidade turística sustentável" e investe em passeios temáticos verdes. O tema da inclusão social se expressa como tópico complementar à noção de sustentabilidade, sendo o turismo interpretado como alavanca para a inclusão social. No documento é enfatizada, também, a preocupação com o bem-estar dos moradores como essencial nesse debate. Em abordagem semelhante, a narrativa de Miami conecta inclusão à sustentabilidade, especialmente, em associação ao apoio às comunidades locais e, à promoção da diversidade, mas esses temas são tratados, de forma vaga e dispersa.

A análise dos Planos de Promoção Turística revela ser a preocupação com sustentabilidade uma real tendência global, embora essa noção seja decodificada de maneira imprecisa e, prioritariamente, com viés econômico, sem a mesma ênfase nas demais dimensões associadas ao desenvolvimento turístico, em bases sustentáveis

De maneira geral, os planos analisados ilustram a mudança na percepção da importância do compromisso de sustentabilidade em turismo, mas revelam, também, a dificuldade em transpor essa noção para ações concretas e integradas em políticas públicas. O desafio para esses destinos seria, portanto, alinhar suas estratégias às diretrizes globais de sustentabilidade, garantindo que o crescimento do turismo não ocorra às custas da degradação ambiental e exclusão social. Nesse caso, para que o

compromisso de sustentabilidade deixe de ser apenas um *slogan*, seria necessária a definição clara de objetivos, indicadores e práticas que promovam a conexão entre as dimensões econômica, social e ambiental no desenvolvimento do turismo.

Nesse sentido, os planos analisados abordam apenas superficialmente sustentabilidade, sendo esta decodificada principalmente como uma via instrumental para a ampliação de fluxos turísticos e as receitas deles advindos. Embora o tema seja abordado de maneira transversal em alguns documentos, não parece haver o necessário aprofundamento sobre o seu significado, limitando-se o mesmo, frequentemente, às dimensões ambientais ou econômicas envolvidas, ou o termo é utilizado de forma descritiva e/ou operacional. Contudo, Irving (2014) ressalta que sustentabilidade deve ser entendida como um verbo, uma proposta em construção, rumo a sociedades flexíveis, adaptáveis e guiadas por suas especificidades culturais e interpretações do mundo e da natureza.

Outro ponto crítico evidenciado na pesquisa é a falta de informações precisas sobre o que se compreende por sustentabilidade, o que dificulta a compreensão objetiva das intenções dos DMOs. Além disso, é frequente o uso de termos como "turismo sustentável", "turismo responsável" e "turismo inclusivo" como sinônimos, sem que haja clareza sobre o seu significado.

O uso destas expressões de maneira imprecisa tende a inspirar a sua tradução como nichos de mercado ou abordagens genéricas de problemas específicos, limitando a compreensão do compromisso de sustentabilidade, em planejamento turístico. Embora essas expressões sejam úteis no processo de comunicação e compreensão da dinâmica do turismo, na atualidade, elas precisam estar fundamentadas em um arcabouço teórico bem definido, para evitar que se tornem meros *slogans* e para que as intenções expressas sejam de fato efetivas e não apenas representem menções pontuais em narrativas vazias, sem desdobramentos práticos.

Assim, a noção de sustentabilidade é frequentemente reduzida a ações pontuais e/ou conceitos fragmentados, carecendo de uma abordagem mais abrangente, essencial para o enfrentamento dos desafios relacionados ao desenvolvimento turismo na contemporaneidade.

Além disso, o foco prioritário na dimensão econômica e na competitividade turística em diversos destinos ilustra uma perspectiva pragmática que responde às pressões pelo crescimento do setor e à demanda de geração de renda e empregos. Ao mesmo tempo, se busca incorporar à discussão elementos de responsabilidade social e ambiental.

A análise realizada reforça, portanto, a importância de que sustentabilidade seja entendida não como um conceito fixo e estático, mas como um processo contínuo de transformação social, com a garantia de salvaguardas ambientais, baseado em um compromisso ético, intergeracional e de longo prazo. Esse compromisso abrange tanto a justiça social quanto uma conexão essencial com a natureza e a própria humanidade, conforme discutido por Irving (2014).

No entanto, traduzir essa complexa noção de sustentabilidade em políticas públicas de turismo que efetivamente orientem a ação governamental em um país continental, de grande diversidade e heterogeneidade regional constitui em desafio significativo, especialmente considerando o viés de mercado que muitas vezes permeia o modelo atual de planejamento e desenvolvimento turístico (Lima; Irving, 2018). Essa visão, centrada no mercado, tende a limitar a eficácia de políticas públicas, ao desviar o foco das transformações estruturais necessárias para uma leitura operacional do planejamento turístico, sem a devida atenção ao respeito as comunidades envolvidas e à qualidade ambiental do processo de maneira consistente.

Por meio da análise das narrativas de sustentabilidade nos documentos de referência internacional em Promoção Turística foi possível captar algumas nuances e tendências que vem influenciando esse debate. A partir dessa imersão inicial, busca-se a seguir, abordar, em maior detalhamento, o caso brasileiro, não apenas a partir da análise documental, mas também a partir de leituras de especialistas sobre o tema.

6. INTERPRETANDO NARRATIVAS DE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA: O CASO BRASILEIRO

Para investigar a Promoção Turística no Brasil em relação ao compromisso de sustentabilidade, além da análise documental, foram realizadas entrevistas com especialistas, conforme descrito na metodologia. As entrevistas foram organizadas em torno de grandes questões norteadoras, buscando compreender como é realizado o planejamento da Promoção Turística no país, sua conexão com o tema e o nível de aderência em relação aos ODS da Agenda 2030.

6.1 NARRATIVA DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM ESCALA NACIONAL

A Promoção Turística, com esse enfoque, foi analisada com base em documentos referência em políticas públicas de turismo (nos níveis nacional e subnacional) no Brasil. No Quadro 22 são apresentados os documentos analisados.

Quadro 22 - Documentos referenciais de políticas públicas em âmbito brasileiro, nível nacional e subnacional

Nível	Alcance	Instituição	Período	Título	Referência	Descritivo
Nacional	Brasil	Ministério do Turismo	2018 - 2022	Plano Nacional de Turismo - Emprego e Renda	Ministério do Turismo, 2018	O Plano Nacional de Turismo do Brasil é estruturado em quatro seções principais: diagnóstico sobre o turismo no Brasil e no mundo, metas globais para o turismo nacional, diretrizes, e linhas de atuação que incluem iniciativas e estratégias. O foco do documento está no detalhamento das linhas de atuação, com ênfase em suas iniciativas e estratégias, direcionadas a traçar caminhos para o futuro do turismo no país.
			2024 - 2027	Plano Nacional de Turismo - O turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo	Ministério do Turismo, 2024	O Plano Nacional de Turismo 2024-2027 posiciona o turismo como motor do desenvolvimento sustentável e inclusivo, alinhado a tendências globais e nacionais. Com base em 10 pontos convergentes, define princípios, objetivos e metas para fortalecer o setor. Sua Visão 2027 e modelo de gestão asseguram uma implementação eficaz e impacto positivo.
Subnacional	Rio de Janeiro	Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro	2022 - 2032	Plano Estratégico do Turismo RJ + 10	Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, 2022	O Plano de Turismo do Estado do Rio de Janeiro é dividido em várias seções, abrangendo o panorama do turismo, com foco no diagnóstico das regiões turísticas; a metodologia de elaboração do plano apresentada na seção do plano estratégico de turismo; as metas da SETUR e a visão estratégica; macrodiretrizes, macro programas e

Nível	Alcance	Instituição	Período	Título	Referência	Descritivo
						programas; projetos; monitoramento; e as entidades participantes.
	São Paulo	Secretaria de Turismo de São Paulo	2020 - 2030	Turismo SP 20-30 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo	Secretaria de Turismo de São Paulo, 2020	O Plano de Turismo do Estado de São Paulo é estruturado em seções que incluem a situação atual, abordando o contexto do setor e os desafios do estado; princípios e visão estratégica; diretrizes; objetivos; estratégias; monitoramento; e entidades participantes. O foco principal do documento está nas seções dedicadas às diretrizes, objetivos e estratégias, que orientam as ações para o desenvolvimento do turismo no estado.

Fonte: Elaborado pelo autor

Os documentos de referência: o Plano Nacional de Turismo - Emprego e Renda (2018-2022) e, o Plano Nacional de Turismo – O turismo como Protagonista do Desenvolvimento Sustentável e Inclusivo (2024-2027), foram elaborados sob a responsabilidade do Ministério do Turismo.

Cabe pontuar, ainda que, embora o DMO responsável pela Promoção Turística nacional atualmente seja a Embratur, e seu principal documento estratégico seja o Plano Aquarela⁹⁷, os especialistas consultados reconhecem que este está desatualizado e, por essa razão, não é capaz de traduzir as demandas e desafios atuais do setor. Como anteriormente situado, a primeira versão do Plano Aquarela foi elaborada em 2003, em um contexto socioeconômico e turístico consideravelmente diferente do atual, conforme já discutido, em maior detalhe, na seção que aborda as institucionalidades e estratégias em Promoção Turística no Brasil. Embora tenham sido realizadas, desde então, algumas atualizações no referido plano, alguns especialistas apontam que essas não foram substanciais para acompanhar plenamente as transformações no comportamento dos viajantes e modelos de gestão coerentes com a realidade do mundo, no contexto atual. Tendo em vista esse panorama, optou-se pela análise dos últimos Planos Nacionais de Turismo, anteriormente mencionados. .

O Plano Nacional de Turismo - Emprego e Renda (2018-2022) (Ministério do Turismo, 2018) já traduzia uma clara sintonia com a Agenda 2030, com menções diretas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e ao compromisso com os esses objetivos globais nas estratégias turísticas. Esse plano definiu como prioritários os ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e, o ODS 14 (Vida na Água). Esse direcionamento é evidenciado no seguinte trecho:

(...) Ministério do Turismo buscará articular e incentivar a convergência das ações voltadas ao desenvolvimento responsável no âmbito da Política Nacional de Turismo e do avanço da Agenda 2030,

97 O Plano Aquarela foi uma estratégia de marketing desenvolvida pela Chias Marketing para a Embratur, com o objetivo de promover o Brasil como destino turístico internacional. Lançado em meados dos anos 2000, este plano buscava aumentar a visibilidade do Brasil no mercado global, destacando suas atrações naturais, culturais e a diversidade do país. Inclui a criação de materiais promocionais, campanhas publicitárias e ações voltadas para fortalecer a imagem do Brasil em mercados prioritários, como Estados Unidos, Europa e América Latina. As estratégias abarcaram a participação em feiras internacionais de turismo, parcerias com operadoras de turismo e ações de relações públicas. Entre os principais conceitos promovidos estavam a diversidade cultural do Brasil, suas belas paisagens naturais, a hospitalidade e o espírito alegre do povo brasileiro.

especialmente dos ODSs 8, 12 e 14, onde o turismo foi especialmente [sic] incluído como meta. (Ministério do Turismo, 2018, p. 120-121)

Há, portanto, clara menção aos ODS da Agenda 2030, inclusive em diferentes trechos do documento, como nos conteúdos que embasam e justificam os objetivos e diretrizes do Plano: "(...) por meio da consecução da Agenda 2030, um conjunto de 17 objetivos e 169 metas a serem perseguidas por todos os atores desde o nível local, regional, nacional até o supranacional." (p. 57.)

O plano destaca, ainda, o compromisso com a equidade e inclusão social, com base em ações voltadas para pessoas idosas e com deficiência ou mobilidade reduzida, além do foco na geração de emprego e renda. A equidade é especialmente enfatizada em associação à narrativa de sustentabilidade econômica, uma vez que

(...) assegura o desenvolvimento economicamente eficaz, garante a equidade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gera recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras (Ministério do Turismo, 2018, p. 58).

Esse plano se destaca entre os documentos analisados por ser o único a abordar, explicitamente, a necessidade de integração e, a indivisibilidade dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), enfatizando que eles abrangem, de forma equilibrada, as dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável. Esse ponto é evidenciado no trecho: "Tais objetivos são integrados e indivisíveis e equilibram as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental" (p. 57).

Uma análise mais aprofundada do documento revela que o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) representa um eixo central no plano, sendo o mesmo acionado transversalmente, desde o próprio título: "Mais emprego e renda para o Brasil".

O plano reforça essa centralidade em várias seções. No campo das estratégias, destaca-se o trecho: "Incentivar a adoção de códigos de conduta profissional ou outras práticas responsáveis em conformidade com o Código de Ética Mundial para o

Turismo da OMT” (p. 131). Como meta, o documento estabelece: “Ampliar de 7 para 9 milhões o número de empregos no turismo” (p. 50). Também menciona que “as atividades de fomento têm buscado assegurar, a cada um dos diversos segmentos da cadeia produtiva do turismo, condições de trabalho minimamente satisfatórias” (p. 100). Entre as iniciativas mencionadas, o plano propõe ações como: “Ampliar a formalização dos prestadores de serviços turísticos” (p. 108) e “Intensificar a qualificação no turismo” (p. 113).

Além disso, a geração de trabalho e emprego é frequentemente utilizada como justificativa da relevância do turismo, sendo esse um argumento recorrente em várias seções do texto.

Em leitura inicial, com objetivo de destacar expressões e termos associados à noção de sustentabilidade no texto, nota-se que o documento utiliza diversas expressões, como ética, acessibilidade, patrimônio, qualificação, segurança, informação, destinos turísticos inteligentes, desenvolvimento, crescimento, competitivo, atividade econômica, turismo responsável, entre outros. Tal abrangência de expressões traduz a transversalidade do compromisso de sustentabilidade, mas, ao mesmo tempo, parece indicar o uso excessivo dessa narrativa, provavelmente no sentido de garantir essa mensagem em termos de marketing turístico.

No documento se menciona, também, o ano de 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável. O documento inclui, ainda, uma seção específica intitulada “Promoção da Sustentabilidade”, que aborda diretamente a Agenda 2030, destacando o conceito de “Turismo Responsável” como uma linha de atuação essencial.

O conceito de “Turismo Responsável” tem sido diretamente vinculado ao denominado turismo sustentável, evidenciando o compromisso do plano com práticas que promovam a integração entre as dimensões social, econômica e ambiental em planejamento. Esse alinhamento pode ser observado em trechos como: “incentivo do turismo responsável” (p. 117), “Premiar e disseminar boas práticas de turismo sustentável” (p. 121). Além disso, o plano enfatiza o entendimento sobre turismo sustentável, conforme descrito:

Turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais

e a diversidade biológica são mantidas para o futuro. (Ministério do Turismo, 2018, p. 121)

Assim, esse plano apresenta uma compreensão ampla sobre a noção de sustentabilidade, destacando suas dimensões econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional, além de defender, de forma objetiva, o que considera como turismo sustentável. Essa abordagem parece indicar a percepção de transversalidade do compromisso de sustentabilidade no turismo, ainda que de maneira vaga e imprecisa. Esse enfoque é evidenciado em trechos que traduzem essa articulação como: "sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional" (p. 120).

Ademais, o alinhamento com a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030 é explicitado, ao se definir sustentabilidade como uma diretriz central, conforme destacado:

Alinhado à Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030, este Plano Nacional define, como uma de suas diretrizes, a promoção perene e transversal da sustentabilidade no turismo, respeitando todos os seus aspectos (p. 58).

Contudo, o plano apresenta certa imprecisão com relação ao significado de sustentabilidade, especialmente ao afirmar que as estratégias devem seguir as dimensões — ou "princípios" — da sustentabilidade, que são apontadas como ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional. Apesar de mencionar essas dimensões, o documento não detalha, claramente, o que cada uma significa em termos de ação prática, deixando lacunas conceituais para a fase de implementação da política setorial.

Vale ressaltar que as diretrizes do plano têm a função de estabelecer uma visão macro das estratégias a serem implementadas, fornecendo orientações gerais para o setor. No entanto, embora a questão da sustentabilidade seja amplamente referida em sua narrativa, o plano não apresenta definições claras sobre o que se entende por práticas sustentáveis. Essa limitação tende também a limitar a aplicabilidade das estratégias propostas no contexto das iniciativas e ações previstas.

O Plano Nacional de Turismo 2024-2027 (Ministério do Turismo, 2024), o mais recente dispositivo de políticas públicas setoriais, interpreta o turismo como via essencial para o desenvolvimento sustentável e inclusivo, decodificando sustentabilidade como um dos pilares centrais em suas diretrizes, além de traduzir o reconhecimento da necessidade de alinhar o desenvolvimento do setor com práticas que respeitem os limites ambientais, sociais e culturais. O documento destaca como sua função primordial

ordenar e orientar as ações governamentais e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo, com base na sustentabilidade, e a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), considerando mecanismos de gestão inteligente, dados e estudos confiáveis, além de boas práticas em turismo no mundo (Ministério do Turismo, 2024, p. 16).

A noção de sustentabilidade parece ser entendida de forma abrangente, em termos do compromisso de preservação dos recursos naturais e valorização da cultura e proteção dos direitos das comunidades visitadas. O compromisso de sustentabilidade é considerado em quatro dimensões interdependentes — econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional —, destacando-se a necessidade de equilíbrio entre elas (p. 20).

Na busca por uma compreensão mais clara sobre o significado atribuído à noção de sustentabilidade, uma definição de turismo sustentável é também apresentada, conforme transcrito a seguir:

O turismo sustentável e responsável se refere às práticas, sob os princípios da sustentabilidade, que envolvem todos os segmentos de mercado, empreendimentos, equipamentos, produtos e serviços turísticos e os diversos atores sociais relacionados com a atividade turística, com o intuito de sanar ou mitigar os efeitos negativos e intensificar os efeitos desejáveis gerados pelo turismo (Ministério do Turismo, 2024, p. 46).

O documento reconhece, também, uma lacuna na abordagem de sustentabilidade em gestões anteriores, afirmando que

A ausência de prioridade ao desenvolvimento sustentável acarretou a desvalorização da atividade turística e do Brasil enquanto destino turístico, bem como a desconexão com políticas globais, sobretudo nas áreas de cooperação internacional e ações climáticas (Ministério do Turismo, 2024, p. 15).

O trecho anterior sugere que a dificuldade de projeção de futuro e, a perda de competitividade do Brasil como destino, resultaram, em parte, da falta de alinhamento das políticas públicas com as diretrizes globais para o setor.

Tal constatação reforça a necessidade de uma transição ecológica e social para o setor, alinhada a princípios éticos. Nesse sentido, o plano destaca a importância de "integração e o planejamento, o desenvolvimento sustentável, a descentralização e a redução das desigualdades, além da ética e da sustentabilidade" (p. 18) como fundamentos das políticas turísticas.

Apesar da ênfase em sustentabilidade, o plano parece adotar uma abordagem, por vezes, protocolar sobre o tema, inserindo o termo em diversos objetivos e metas sem detalhar como essas práticas serão implementadas. O objetivo geral do plano, por exemplo, "possibilitar que o Brasil seja o país que mais recebe turistas na América do Sul até 2027, reconhece o turismo como "vetor de desenvolvimento sustentável e gerador de trabalho e renda, para os cidadãos brasileiros" (p. 55). Embora o compromisso com sustentabilidade esteja expresso no documento, o seu foco principal ainda se dirige ao aumento dos fluxos turísticos e à receita gerada.

Por outro lado, há avanços em relação à proposta de operações mais integradas, como "promover o ordenamento, a estruturação e, a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade" (p. 55). Esse objetivo considera questões como acessibilidade, regionalização, segurança e questões climáticas, conectando sustentabilidade à competitividade. O plano destaca, também, o turismo em seu papel de promover o "equilíbrio entre competitividade, sustentabilidade e bem-estar de visitantes e anfitriões, trabalhadores e trabalhadoras" (p. 40).

No que se refere à gestão descentralizada, o plano valoriza o papel das comunidades locais, afirmando que

o objetivo é promover o desenvolvimento sustentável e seguro dessas atividades, garantindo a efetiva participação das comunidades locais. Isso visa não apenas gerar renda e emprego — no que já tem sido efetivo —, mas também distribuir os benefícios econômicos de forma abrangente pela população" (Ministério do Turismo, 2024, p. 66).

Por fim, o plano propõe ações concretas no horizonte de 2030, como a descarbonização do setor, a transição energética, a gestão de resíduos e, o incentivo à economia circular, além de buscar fortalecer a resiliência climática dos destinos turísticos. Essas intenções visam posicionar o Brasil como referência global em turismo sustentável, associando o crescimento econômico à preservação ambiental e à distribuição de renda.

O Plano Nacional de Turismo 2024-2027 expressa, assim, um discurso alinhado com as demandas globais relativas ao compromisso de sustentabilidade. Mas o desafio reside em sua implementação concreta, garantindo que o desenvolvimento do setor não ocorra em detrimento da integridade dos recursos naturais e culturais que transformam o Brasil em um destino único, no plano internacional.

Em suma, um dos diferenciais dos planos recentes, no contexto brasileiro é a inclusão da dimensão político-institucional à noção de sustentabilidade. O último plano, especificamente enfatiza valores como ética, acessibilidade, responsabilidade e salvaguardas para a preservação do patrimônio.

O termo sustentabilidade é frequentemente vinculado ao turismo responsável e à inclusão social, com foco no bem-estar das comunidades locais, geração de empregos, e redução das desigualdades sociais. O plano integra ainda princípios, no sentido de assegurar o desenvolvimento sustentável, priorizando a valorização social e econômica das populações envolvidas.

O documento aborda sustentabilidade como um compromisso de longo prazo e um objeto concreto de gestão pública. Como visão, busca equilibrar objetivos ambientais, sociais e econômicos, alinhando-se à Agenda 2030 e buscando promover o desenvolvimento sustentável para as gerações futuras. Como caminho para a gestão, advoga a operacionalização desse compromisso por meio da avaliação da

resiliência e adaptabilidade dos sistemas ecológicos e econômicos, no sentido de ações práticas e mensuráveis. Essa abordagem articula idealismo e pragmatismo, consolidando sustentabilidade como uma premissa estruturante, conforme discutido por Salas-Zapata e Ortiz-Muñoz (2018).

6.2 NARRATIVA DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM ESCALA SUBNACIONAL

O Plano Estratégico de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, 2022) expressa a incorporação apenas superficial da Agenda 2030, mencionando-a de forma pontual em apenas um de seus macro programas. Além disso, não estabelece uma conexão clara e estruturada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) prioritários para o turismo, o que tende a enfraquecer a integração das metas globais ao planejamento estratégico do estado. A referência à Agenda 2030 é apenas percebida no Macro programa 3: Desenvolvimento Territorial, que incentiva práticas para minimizar os impactos ambientais negativos do turismo, conforme o trecho transcrito a seguir:

Incentivar práticas que minimizem impactos ambientais negativos provocados pelo turismo e que contribuam com o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030, e de outras iniciativas consoantes com esses objetivos (Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, 2022, p. 34).

No Programa 3.2: Integração de Setores Afins do Turismo, destaca-se a recomendação de que todas as ações previstas sejam norteadas pelos ODS e para promover o maior envolvimento dos residentes com a proteção de seu patrimônio cultural, conforme ilustrado no trecho a seguir: "Todas essas ações devem ser norteadas pelos objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU e possibilitar um maior envolvimento dos residentes com o seu patrimônio cultural" (p. 35).

Apesar disso, os ODS são abordados de forma ainda superficial, reduzindo-se principalmente à dimensão ambiental envolvida, sem menção aos objetivos mais diretamente relacionados ao turismo. Por outro lado, o plano inclui abordagens mais amplas para o processo de planejamento que destacam a inovação, inclusão e

acessibilidade como valores integrados à visão estratégica do estado. Essa visão está expressa no objetivo de tornar o Rio de Janeiro um destino turístico globalmente reconhecido, com ênfase em práticas sustentáveis e inclusivas, como ilustrado a seguir:

Ser um dos maiores destinos turísticos do mundo, reconhecido por sua pluralidade de atrativos, hospitalidade, inovação, inclusão e experiência, colaborando de forma efetiva para o pleno desenvolvimento sustentável do Estado e do País (p. 28).

Outros trechos reforçam essa intenção, como: "inclusão social e a redução das desigualdades sociais" (p. 40), "serviços turísticos estimulando a adoção de práticas sustentáveis, inclusivas e o uso da tecnologia orientada ao turismo" (p. 46) e "projetos que promovam o desenvolvimento sustentável, inclusivo e acessível do turismo no estado do Rio de Janeiro" (p. 48).

Em resumo, embora o plano mencione a Agenda 2030 e adote valores como inovação, inclusão e acessibilidade, sua abordagem referente aos ODS permanece ainda limitada e superficial, carecendo de maior profundidade e integração entre seus objetivos e ações estratégicas.

A noção de sustentabilidade no Plano Estratégico de Turismo do Rio de Janeiro associa-se a termos como crescimento, desenvolvimento sustentável e "modo sustentável". Expressões como "crescimento expressivo e sustentável do turismo fluminense" (p. 22) e, "experiências turísticas de forma sustentável e segura" (p. 30) evidenciam um esforço da narrativa com a integração de práticas sustentáveis nas ações de Promoção Turística.

O termo sustentabilidade permeia todos os macro programas do plano, abrangendo temas como governança, desenvolvimento territorial, ESG (Ambiental, Social e Governança), mercado de trabalho e infraestrutura. Esse tema é também reconhecido como uma das macrodiretrizes principais, em articulação ao desenvolvimento econômico, à criatividade, à inovação, à regionalização e, à interiorização, como exemplificado a seguir:

- Macro programa 1 - Governança Colaborativa: “Apoiar o desenvolvimento sustentável das Regiões Turísticas, dos Municípios Turísticos” (p. 30).
- Macro programa 3 - Desenvolvimento Territorial: “Estimular a participação e o envolvimento das comunidades e populações tradicionais no desenvolvimento sustentável da atividade turística” (p. 34). Também inclui o Programa 3.5, voltado à Sustentabilidade (ESG), que propõe a criação do Prêmio Estadual de Turismo Sustentável e Boas Práticas.
- Macro programa 5 - Mercado de Trabalho do Turismo: “Para que o turismo resulte na promoção de desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, torna-se fundamental a atenção com condições dignas de trabalho e acesso à educação de qualidade no setor” (p. 40).
- Macro programa 6 - Infraestrutura: Prioriza a promoção de uma infraestrutura integrada, sustentável e de qualidade, com plena acessibilidade para todos os cidadãos (p. 42).

O compromisso de sustentabilidade é apresentado não apenas como um princípio transversal, mas como uma diretriz estratégica que orienta o desenvolvimento equilibrado e responsável em diferentes dimensões. Esse alinhamento reflete o esforço do plano em promover práticas que integrem crescimento econômico, inclusão social e preservação ambiental, reforçando o compromisso com um turismo mais sustentável no estado do Rio de Janeiro. Nesse sentido, destacam-se os trechos:

Estimular a participação e o envolvimento das comunidades e populações tradicionais no desenvolvimento sustentável da atividade turística (...) (p. 34);

Para que o turismo resulte na promoção de desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, torna-se fundamental a atenção com condições dignas de trabalho e acesso à educação de qualidade no setor" (p. 40);

(...) atividades econômicas baseadas em modelos de negócios criativos, responsáveis, sustentáveis também têm o poder de maximizar a cadeia de valor do turismo." (p. 40);

Deve-se promover a infraestrutura básica e turística integrada, sustentável e de qualidade, pautada na acessibilidade plena de todos os cidadãos. (p. 42);

(...) contribuir para seu desenvolvimento sustentável e o retorno financeiro que compense seu impacto na população local. (p. 45);

Benefício a municípios e empreendimentos que priorizem projetos que promovam o desenvolvimento sustentável, inclusivo e acessível do turismo no estado do Rio de Janeiro. (p. 48)

Embora a noção de sustentabilidade não seja claramente definida, sua menção transversal ao longo do plano sugere ser a mesma considerada como um dos objetivos estruturantes. Essa abordagem reflete um esforço para a integração entre crescimento econômico, desenvolvimento territorial e infraestrutura acessível, conectando o compromisso de sustentabilidade a aspectos mais amplos em planejamento turístico.

Para enfrentar os desafios mencionados, a conexão entre sustentabilidade e desenvolvimento territorial desponta como um caminho promissor, alinhando-se a dimensões centrais abordadas por outros DMOs. No caso do Rio de Janeiro, sustentabilidade é abordada por meio da integração entre crescimento econômico e inclusão social. Macro programas focados em governança, desenvolvimento territorial e mercado de trabalho reforçam essa abordagem, destacando a busca por um modelo que equilibre o desenvolvimento econômico com práticas sustentáveis e socialmente inclusivas.

O Plano de Turismo do Estado de São Paulo (Secretaria de Turismo de São Paulo, 2020), por sua vez, embora afirme que está alinhado (...) com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (p. 8), esse compromisso parece ainda superficial, como ilustrado pelo trecho a seguir:

(...) elaboração de diretrizes estratégicas, por meio da definição de objetivos e de iniciativas que recuperem e fortaleçam o turismo do estado de São Paulo para os próximos 10 anos e estejam alinhadas à Agenda 2030 e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).” (p. 11);

Importante mencionar que não parece haver uma influência direta da Agenda 2030 em outros aspectos do texto. Entretanto em um dos objetivos estratégicos do documento são abordadas questões como inclusão social, a equidade e a valorização

de minorias. Esse compromisso é evidenciado nos trechos: “(...) considerando a inclusão e equidade de gênero, raça e diversidade sexual” (p. 37). Além disso, o plano ressalta a importância da inclusão como princípio, ao destacar “Inclusão e Acessibilidade” como um dos pilares orientadores do documento (p. 32). Embora a relação com a Agenda 2030 não esteja explicitamente expressa, essas menções indicam um alinhamento parcial com os valores fundamentais de equidade e justiça social promovidos por alguns ODS, ainda que de maneira indireta e pontual.

A noção de sustentabilidade é, assim, parcialmente abordada no plano. O tema é associado a questões como competitividade, crescimento econômico e destinos turísticos inteligentes, traduzindo uma integração com os objetivos amplos do setor. Esse alinhamento é ilustrado por trechos como: “prover competitividade e sustentabilidade às atividades da cadeia de valor do turismo em âmbito subnacional” (p. 10) e “destinos turísticos conectados, interativos, autênticos e sustentáveis” (p. 22). Além disso, na seção que aborda estratégias específicas, o plano destaca o compromisso de “fortalecer a sustentabilidade como diferencial competitivo, promovendo práticas que integrem as dimensões econômica, ambiental e sociocultural do turismo” (p. 15).

Embora o plano não faça referência direta ao Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (2017), a noção de sustentabilidade é entendida como um dos princípios fundamentais do documento, ao e como visão estratégica, conforme evidenciado no trecho: “Posicionamento do turismo como uma atividade econômica ecologicamente correta, socialmente justa, economicamente viável e culturalmente diversa” (p. 32).

Esse posicionamento não apenas destaca a importância atribuída à sustentabilidade, mas também explicita as dimensões que orientam o plano: ecológica, social, econômica e cultural. Ademais, a seção sobre estratégias amplia essa visão ao afirmar que “o turismo sustentável deve integrar o equilíbrio entre crescimento econômico, conservação ambiental e valorização cultural” (p. 35).

Contudo, o plano trata o compromisso sustentabilidade em articulação à demanda por crescimento sustentável, competitividade e destinos turísticos inteligentes. Trechos como: “a fim de alcançar um crescimento sustentável dentro de

sua visão geral e objetivos estratégicos, aumentar o valor do setor de turismo” (p. 10) e, “o alvorecer de sua pujança econômica, social, cultural e sustentável, com espaço para crescimento e competitividade de seus agentes econômicos” (p. 11), ilustram o viés de integração entre práticas sustentáveis e o fortalecimento econômico do setor.

Embora o plano mencione sustentabilidade como um princípio estratégico, abordando dimensões ecológica, social, econômica e cultural, os caminhos para a sua aplicação prática em ações governamentais não parecem convincentes.

Em suma, no caso do plano de São Paulo, a noção de sustentabilidade é associada à inovação e à competitividade, sendo tratada como um meio para impulsionar o desenvolvimento turístico, em termos econômicos. Embora a narrativa conecte o tema às demandas contemporâneas, como destinos inteligentes, os caminhos para a sua aplicação, na prática, permanecem vagos.

Assim, nos planos de turismo dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, a noção de sustentabilidade é abordada tanto como uma visão estratégica quanto como uma meta a ser alcançada. Essa perspectiva traduz um aparente esforço no sentido da convergência entre os objetivos ambientais, sociais e econômicos do turismo, buscando integrar expectativas e metas de forma sistêmica no plano da narrativa, embora não propriamente no sentido da implementação das políticas setoriais.

6.3 VISÃO DOS ESPECIALISTAS SOBRE SUSTENTABILIDADE EM PROMOÇÃO TURÍSTICA

Esta seção apresenta a perspectiva dos especialistas sobre o significado de sustentabilidade em Promoção Turística. Em um segundo momento, são abordados os desafios identificados com esse objetivo.

6.3.1 Significado de Sustentabilidade em Promoção Turística

No caso brasileiro, o primeiro ponto levantado junto aos especialistas selecionados para a pesquisa foi o significado e como ocorre o planejamento de

Promoção Turística. De modo geral, com relação ao tema em foco, foram enfatizados alguns aspectos mercadológicos, com forte ênfase nos processos de oferta e demanda, bem como sobre a importância de pesquisas preliminares e diagnósticos sobre a realidade do turismo. Em geral, foi possível perceber uma atenção significativa aos aspectos estruturais do mercado, priorizando o entendimento das dinâmicas turísticas e suas particularidades e, reafirmando a importância de realização de pesquisas preliminares e diagnósticos sobre o tema, como na transcrição a seguir.

Então, eu acredito que o primeiro ponto a se pensar nesse contexto seria fazer um estudo diagnóstico dessa determinada região ou país que seja, para tentar entender a perspectiva da comunidade em relação ao desenvolvimento do turismo, bem como as características peculiares dessa região, tanto em termos naturais quanto em termos histórico-culturais (Entrevistado 8).

Apenas dois dos depoimentos obtidos aprofundaram o tema com relação ao compromisso de sustentabilidade, mencionando as dimensões social, ambiental e cultural envolvidas em planejamento de Promoção Turística, como mencionado a seguir:

O turismo, por envolver aspectos que não são só privados, envolve destinos, envolve cultura (a cultura não é da minha empresa, é a cultura da comunidade onde eu vou me inserir, do estado onde eu estou, do país onde eu estou), a natureza também muitas vezes não é minha, é o entorno (eu até posso ser proprietário da cascata, mas logo ali ao lado tem toda uma questão de meio ambiente. Então geralmente o aspecto público é tão importante quanto a minha definição privado, e eles vêm juntos (...)) (Entrevistado 9)

Em geral, os especialistas consultados destacaram como pilares essenciais para o planejamento da Promoção Turística: análise de mercado, benchmarking de destinos similares, levantamento de dados históricos, relacionamento com os principais agentes do turismo local e, mudanças no perfil do consumidor, impulsionadas pelos avanços tecnológicos.

A maioria das respostas obtidas reforçou a importância da análise de mercado, do estudo do perfil e, da evolução do consumidor, especialmente diante das transformações tecnológicas, e da segmentação turística, identificando “produtos adequados” ao público-alvo, como de “Sol e Praia”, de Aventura, Ecoturismo e Cultura. Além disso, defende-se um planejamento estratégico, estruturado em

algumas etapas, envolvendo em primeiro lugar, a pesquisa para identificar oportunidades e desafios; em seguida, a definição de objetivos e metas; e, por fim, a elaboração de programas, projetos e ações com base no orçamento disponível, seguida pela etapa de mensuração de resultados.

Outro aspecto relevante abordado pelos especialistas foi a questão de orçamento, que desempenha um papel central em planejamento turístico. De acordo com os depoimentos obtidos, o processo geralmente começa pela definição do orçamento, a partir do qual o Plano de Promoção é estruturado em etapas organizadas. Essas etapas incluem a realização de pesquisas para identificar oportunidades e desafios, a definição de objetivos e metas, o planejamento de programas, projetos e ações alinhados ao orçamento disponível, e, por fim, a mensuração dos resultados alcançados.

A valoração do turismo de experiência também foi mencionada como uma via estratégica em planejamento, sendo esse reconhecido atualmente como um diferencial no mercado. Além disso, foi destacada a importância de se garantir os recursos necessários como ponto de partida para qualquer iniciativa eficiente de planejamento, conforme ilustrado no trecho a seguir:

Então, eu diria que um bom planejamento primeiro precisa da garantia de recurso; segundo uma vez definido o montante disponível, aí sim, maximizar a criatividade para que tenha a melhor utilização. (Entrevistado 6).

Esse comentário reafirma a lógica de que em planejamento de Promoção Turística, o orçamento precisaria ser definido previamente à estruturação do processo, para orientar as ações projetadas com esse objetivo. Portanto, em planejamento de Promoção Turística, nos depoimentos da pesquisa são mencionados, de maneira recorrente, estudos de análise de mercado, com maior profundidade de abordagem e baseados em metodologias estratégicas.

Assim, a leitura predominante sobre o tema incide sobre análise de mercado. O compromisso relacionado à sustentabilidade foi mencionado com menor ênfase, sugerindo que, para muitos, o planejamento promocional ainda é orientado, principalmente, por questões econômicas e de demanda.

Quando a questão incide diretamente sobre a importância atribuída a sustentabilidade em Promoção Turística, a maioria dos depoimentos considera o tema como central, ainda que esse seja considerado como ainda incipiente nas estratégias formuladas, como se pode observar nos seguintes depoimentos:

Esse é o ponto crucial, na minha percepção, porque sem a sustentabilidade você não tem perspectiva futura (Entrevistado 8)

Eu acho que a sustentabilidade ('elas') tem um lugar muito importante, central no planejamento desses processos de programas e de projetos (Entrevistado 4).

Ainda assim, muitos dos depoimentos enfatizam a superficialidade dessa abordagem, como ilustrado a seguir: "A nossa atuação de modo geral é muito frágil ainda em relação às práticas sustentáveis relacionadas à promoção e marketing." (Entrevistado 2). Essa condição é atribuída tanto à percepção ainda limitada sobre o tema por parte dos destinos quanto à dificuldade de se promover "produtos turísticos" alinhados às expectativas dos consumidores.

Por outro lado, o tema de sustentabilidade foi reconhecido como uma preocupação crescente no Brasil, como traduzido a seguir:

Eu te diria que a gente está, em se tratando de Brasil, iniciando isso, seja pela falta de percepção dos destinos, da importância desse tema, seja pela falta de condição de falar de um produto que não existe ainda e da forma como ele é esperado, da forma como os consumidores têm essa expectativa (Entrevistado 2)

Essa tendência parece expressar um processo gradual de adaptação do setor a esse debate que, por sua vez, tende a impactar progressivamente, as estratégias de Promoção Turística.

Ao buscar refletir sobre como o compromisso de sustentabilidade é incorporado ao processo de Promoção Turística, parece haver a percepção de que há uma crescente demanda dos próprios turistas por práticas alinhadas aos princípios

sustentáveis, o que exige uma adaptação dos “produtos turísticos” para atender a essas expectativas de mercado. Nesse contexto, a estratégia de Promoção Turística precisaria estar em sintonia com os pilares da sustentabilidade – não apenas por meio da comunicação estratégica sobre práticas responsáveis, mas também através de fomento a ações concretas que integrem as dimensões ambientais, sociais, culturais e econômicas envolvidas.

Nos depoimentos obtidos foi também ressaltado que a Promoção Turística não poderia se limitar a narrativas vagas de sustentabilidade, mas deveria garantir que os “produtos” e “destinos” atendam, de fato, às dimensões necessárias para serem considerados, de fato, sustentáveis. Foi mencionado, por exemplo, que eventos voltados ao tema da sustentabilidade ainda precisam enfrentar desafios práticos com esse direcionamento, como a adoção de materiais descartáveis, entre outras questões.

Outro ponto levantado foi a importância de alinhamento da comunicação de “produtos” e “destinos turísticos” às demandas do público-alvo. Nesse caso, a estratégia de promoção deveria atender às expectativas de turistas que buscam experiências verdadeiramente sustentáveis, garantindo que os valores comunicados sejam efetivamente incorporados às práticas dos próprios “produtos” oferecidos. Dessa forma, sustentabilidade deixaria de ser apenas um diferencial de narrativa, passando a representar um elemento estruturante na relação entre “destinos turísticos” e turistas.

Nesse sentido, foram enfatizadas as “novas jornadas das experiências dos turistas”, que levariam em conta as premissas de sustentabilidade, conforme apontado no trecho abaixo:

E quando você promove um destino, você promove não só os seus produtos turísticos, seus agentes e sua qualificação, mas que você promove as condições objetivas daquele território. O turismo é feito nos territórios, quer dizer, um eixo central de qualquer planejamento é pensar os territórios e pensar aquelas variáveis daquele território. Variáveis que vão muito além apenas das questões turísticas, de hospedagem, alimentação etc. É muito mais amplo que isso. (Entrevistado 5)

Os depoimentos enfatizam, também, a importância de se considerar a capacidade de carga dos “destinos”, para evitar os impactos ambientais do *overtourism*. Isso porque o excesso de visitantes compromete a infraestrutura, a integridade dos recursos naturais, em determinados lugares turísticos, reforçando a necessidade de práticas de gestão sustentável, conforme transcrição a seguir:

(...) não se pode matar a galinha dos ovos de ouro. É preciso ter sempre em mente que a fruição desses destinos ou dessas atrações, ou desses espaços tem limitações físicas e ambientais. Não se pode ultrapassar essa linha divisória sob pena de você macular um destino e perder demanda futura e cometer, ao mesmo tempo, uma severa infração ambiental (Entrevistado 6).

Ao serem questionados sobre que dimensões de sustentabilidade deveriam ser abordadas e identificadas para assegurar a conexão entre a intencionalidade das narrativas e as realidades observadas, foram citadas várias delas: ambiental, social, cultural e econômica.

Contudo, os exemplos identificados concentraram-se, predominantemente, na dimensão ambiental de sustentabilidade, em relação às demais. A necessidade de alinhar discurso à prática foi também evidenciada nas narrativas analisadas por meio da menção aos eventos turísticos voltados à sustentabilidade que ainda geram resíduos, como garrafas plásticas, uma contradição, portando entre o que se projeta e o que se observa no cotidiano da dinâmica turística.

Algumas entrevistas conduziram este tema com maior assertividade no que diz respeito à Agenda 2030, de maneira espontânea, como ilustrado a seguir:

A sustentabilidade é uma gestão dessas três linhas. Então, não tem como você pensar em economia sem pensar nas pessoas. Não tem como você pensar nas pessoas e na economia, se você não pensa no meio ambiente. Porque o turismo, ele precisa do meio ambiente para poder se sustentar. Então os atrativos, a questão cultural, estão todas imbricadas nessa questão. E nós temos aí a Agenda 2030 das Nações Unidas, que é fundamental nesse contexto de você conservar a natureza. A natureza para poder executar as atividades do turismo e desenvolver a região, turisticamente falando. (Entrevistado 8)

Uma das questões formuladas aos interlocutores de referência de pesquisa, incidiu, exatamente, sobre o papel dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) no planejamento de Promoção Turística.

Em relação ao conhecimento da Agenda 2030, todos demonstraram familiaridade com esse pacto global. Ao discutir esse tema, os entrevistados enfatizaram principalmente os ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e 14 (Vida na Água), que também são fortemente associados ao turismo pela Organização Mundial do Turismo.

O ODS 8, que visa até 2030 promover políticas de turismo sustentável que gerem empregos e valorizem a cultura e produtos locais, foi mencionado por muitos como um objetivo importante para o setor. O ODS 12, com foco no desenvolvimento de ferramentas para monitorar o impacto ambiental e promover um consumo responsável, foi também mencionado, com frequência, quando ressaltado o papel do turismo na valorização cultural e local. O ODS 14, voltado à conservação dos oceanos e recursos marinhos, foi o menos enfatizado dos três, o que poderia indicar um caminho ainda a ser percorrido, nos próximos anos, para a integração da preocupação sobre a conservação marinha no turismo. O trecho, a seguir, ilustra tal ponderação:

Hoje a gente não caminha sem falar em ODS, que é, na verdade, um grande desafio. Eu acho que são objetivos super audaciosos, mas super necessários, se a gente de fato está querendo colocar em prática a questão da sustentabilidade. Então, a gente tem aí o leque de objetivos que nos desafiam a buscar de fato um desenvolvimento sustentável, falando do planeta, globalmente. (Entrevistado 1)

No entanto, apenas alguns entrevistados fizeram uma associação direta entre os ODS da Agenda 2030 e, a Promoção Turística, apresentando exemplos e explicações mais detalhadas sobre como essas diretrizes podem ser integradas ao setor. Alguns destacaram a importância de alinhamento às metas globais, com base em estratégias locais de Promoção Turística para que se possa alcançar o denominado desenvolvimento sustentável.

E eu acho que a gente, nesse caso, se distanciou ainda mais, porque quando você olha algum dos objetivos relacionados à redução de pobreza, eu acho que não existe um entendimento de quem está no setor de turismo, seja quem está na área pública ou na área privada,

da expectativa de um público que esteja olhando para estes elementos no seu destino, na promoção do seu destino. (Entrevistado 2)

Foi também mencionada a necessidade de uma conscientização do setor para que as políticas públicas sejam mais articuladas ao tema da sustentabilidade. Sustentabilidade, segundo muitos, deveria estar no centro da Promoção Turística, não apenas no caso brasileiro, mas também internacionalmente.

As plataformas de viagens, como Booking e TripAdvisor, foram mencionadas por seu papel potencial para assegurar a visibilidade de práticas sustentáveis, já que essas realizam pesquisas tendo os ODS como inspiração, o que tem incentivado turistas a buscar destinos alinhados a esse compromisso.

Importante mencionar, neste contexto, que, o Relatório Luz de 2022 (Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030, 2022), indica que o Brasil está aquém do que deveria estar em relação ao cumprimento dos ODS, o que reforça a importância de programas e ações para reverter esse cenário, também no turismo.

No que tange aos desafios para a Promoção Turística, foi mencionada, também, a necessidade de políticas de segmentação, que promovam o acesso de pessoas com deficiência e respeitem a diversidade de gênero e raça.

Muitos dos interlocutores da pesquisa mencionaram, ainda que, após um período de retrocesso de políticas de turismo, principalmente com relação às pautas socioambientais no governo anterior, o governo atual vem buscando recuperar o tempo perdido, ressignificando essas pautas, em bases sustentáveis. Da mesma forma, o nicho de turistas preocupados com essa agenda vem crescendo, o que se expressa como uma oportunidade para o setor evoluir nessa direção.

Além disso, parece haver um consenso sobre a importância da Agenda 2030 em Promoção Turística, mas também sobre os desafios que ainda precisam ser superados para tal. Questões como a necessidade de regionalizar o planejamento, em função da diversidade cultural, climática e populacional do país, são entendidas como essenciais para o atendimento das metas globais. Nesse caso, eventos como o

Salão Nacional de Turismo, por exemplo, poderiam contribuir para dar visibilidade à diversidade de “produtos turísticos” com base em valores sustentáveis.

Assim, para que a Agenda 2030 tenha a centralidade necessária em Promoção Turística, seria fundamental haver um alinhamento de políticas públicas e estruturação de “produtos” turísticos aos princípios de sustentabilidade. No planejamento da Promoção Turística, priorizar os ODS mais relevantes e desenvolver ações concretas com esse objetivo seriam também essenciais. A comunicação, por meio de “*storytelling*” foi mencionada, complementarmente, como uma via possível para o engajamento do público envolvido, de maneira lúdica e atrativa, conectando a narrativa sobre o destino com os valores sustentáveis do turismo.

Parece haver também uma percepção de que há uma tendência crescente no setor pelo que se poderia denominar de consumo consciente. Nesse caso, “destinos” que demonstrarem compromisso com o desenvolvimento sustentável, por meio de selos ou certificações, tendem a captar imediatamente a atenção desse público, que valoriza iniciativas voltadas ao compromisso de sustentabilidade. Esse público, ao perceber a autenticidade de um “destino sustentável”, tende a escolhê-lo e divulgá-lo, positivamente, atraindo ainda mais interessados com perfil semelhante.

Por todas essas razões, a Promoção Turística deveria ser desenvolvida de maneira a evitar promessas que não reflitam a realidade. Promover um destino como sustentável, quando esse compromisso não é praticado, pode prejudicar a reputação do local, afastando turistas potenciais que compartilham suas experiências, seja nas redes sociais, seja em plataformas online como Booking e TripAdvisor.

O fato é que a preocupação com o tema da sustentabilidade vem se ampliando, especialmente entre os jovens que, futuramente, serão os principais turistas. Destinos que negligenciam questões como a compensação de carbono e, o envolvimento das comunidades locais podem ficar fora do radar desse público. Esses “futuros turistas” tenderão a buscar “destinos” que se alinhem a práticas sustentáveis. E, ignorar essa tendência pode deixar muitos lugares turísticos fora das opções de viagem, no futuro.

Além disso, é essencial que todas as esferas – federal, estadual, municipal e o setor privado – estejam alinhadas com as pautas da Agenda 2030, compreendendo a importância das decisões políticas necessárias para impulsionar o turismo, em bases

sustentáveis. Assim, a Promoção Turística, para ser bem-sucedida, precisa ser capaz de traduzir essa dinâmica, oferecendo ao turista o caminho para uma experiência que esteja em sintonia com os valores de sustentabilidade.

6.3.2 Desafios para a Promoção Turística no Brasil sob a ótica de Sustentabilidade: Sintetizando a Análise

Como anteriormente situado, no caso do Brasil, os Planos de Promoção Turística traduzem importantes desafios que se expressam também globalmente, no que tange à incorporação do compromisso de sustentabilidade, em políticas públicas setoriais.

Como anteriormente discutido, sustentabilidade constitui uma noção polissêmica que transcende as discussões puramente ambientais ou em resposta a riscos, no contexto de uma sociedade em crise. Nesse caso, para que esse caminho seja possível é necessária uma reflexão crítica sobre o próprio funcionamento da sociedade contemporânea e um posicionamento político e ideológico. Nesse sentido, sustentabilidade não se limita a práticas de preservação ambiental, mas envolve a interpretação das estruturas sociais e econômicas, em uma reorganização do *modus operandi* da vida em sociedade. Para tal, é necessário que as políticas públicas sejam orientadas por um compromisso ético que contemple tanto as necessidades atuais quanto as das gerações futuras, integrando uma visão transformadora e comprometida com o desenvolvimento sustentável em todas as suas dimensões (Irving, 2014).

Com relação à esfera global, “destinos” da América Latina parecem estar em melhor sintonia com o compromisso de sustentabilidade, em relação aos demais planos analisados. Nesse contexto, o denominado turismo sustentável é interpretado não apenas como motor econômico, mas também como mecanismo para o fortalecimento social e cultural, segundo aponta o próprio relatório da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2019b).

No plano desse debate, embora o Brasil ocupe ainda uma posição periférica no cenário global do turismo, sendo o 26º do ranking, segundo o Fórum Econômico Mundial (2024), sua potencialidade para o desenvolvimento de uma via inovadora de

turismo sustentável tende a ser ilimitada⁹⁸. A diversidade cultural e ambiental do país, aliada a uma crescente conscientização da sociedade brasileira sobre a importância do tema de sustentabilidade, coloca o Brasil em uma posição estratégica para o fomento às práticas que promovam tanto o desenvolvimento econômico quanto a preservação ambiental e cultural.

Contudo, os planos de Promoção Turística no país ainda apresentam lacunas significativas com esse objetivo, uma vez que o compromisso de sustentabilidade se expressa, frequentemente orientado por uma leitura de mercado, assim como ocorre no caso dos Planos de Promoção Turística, em âmbito global.

Especificamente no contexto brasileiro, foram identificados três grandes eixos temáticos abordados pelos entrevistados: planejamento e sustentabilidade na Promoção Turística; aderência aos ODS da Agenda 2030; e aspectos críticos para a Promoção Turística, entendida como, sustentável.

Nos planos de Promoção Turística no Brasil, as estratégias delineadas têm sido majoritariamente guiadas por estudos de mercado, análises de demanda e projeção de segmentação de públicos. O foco principal, em geral, recai sobre o aumento da visibilidade e da atratividade de um determinado “destino”, com ênfase na captação de visitantes e no estímulo ao desenvolvimento econômico. No entanto, essa abordagem tende a reduzir o significado de Promoção Turística como via de comercialização do produto final, muitas vezes negligenciando aspectos fundamentais associados às premissas de sustentabilidade.

E mesmo que o mercado demonstre crescente interesse por “destinos e produtos turísticos sustentáveis”, esse compromisso se expressa, ainda, como um diferencial competitivo, e não como um pilar estruturante das estratégias promocionais.

Em todo caso, o compromisso de sustentabilidade parece cada vez mais reconhecido como essencial para a Promoção Turística e, a competitividade dos destinos no futuro, conforme constatado nos planos e entrevistas analisadas. No

98 Ministério do Turismo (2024). Turismo do Brasil ocupa melhor posição entre os países da América Latina, cita estudo do Fórum Econômico Mundial. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-do-brasil-ocupa-melhor-posicao-entre-os-paises-da-america-latina-cita-estudo-do-forum-economico-mundial#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20pa%C3%ADs,posit%C3%A7%C3%B5es%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%202019>. Acesso em jan 2025

entanto abordagens contraditórias sobre o setor evidenciam o risco de se continuar insistindo na priorização de estratégias de crescimento imediato do setor, em detrimento de práticas sustentáveis.

Importante aqui se resgatar que o movimento dirigido às práticas sustentáveis no turismo foi inicialmente motivado pela crescente preocupação que resultou do debate sobre desenvolvimento sustentável e pela busca de alternativas para tornar o turismo de massa menos impactante (Higgins-Desbiolles, 2010). Assim, muitas dessas iniciativas surgiram como tentativas de mitigar os impactos negativos de práticas já consolidadas, ao invés de incorporar o compromisso de sustentabilidade, de maneira proativa, em planejamento.

Como anteriormente discutido, promover o turismo em bases sustentáveis requer um debate qualificado sobre o controle dos impactos negativos e pressupõe assegurar o potencial do setor para gerar benefícios locais e fortalecer as estratégias de proteção ambiental. Assim, políticas e ações em planejamento precisariam, em tese, otimizar benefícios e minimizar custos e impactos, promovendo um turismo que apoie tanto o desenvolvimento quanto assegure as premissas de sustentabilidade, como já discutido por Irving; Bursztyn; Sancho; Melo (2005).

Assim, a abordagem fragmentada sobre o tema levanta questões fundamentais sobre como os DMOs e os governos poderiam equilibrar metas de desenvolvimento econômico, com a implementação de práticas sustentáveis desde o início do processo. Integrar o compromisso de sustentabilidade em planejamento turístico poderia evitar a necessidade de medidas corretivas posteriores, promovendo o desenvolvimento responsável dos destinos turísticos.

O fomento às práticas sustentáveis nos Planos de Promoção Turística depende, portanto, em grande parte, das pressões de mercado e da demanda pelo denominado, “turismo consciente”. Ainda assim, a gestão sustentável do setor é percebida como uma tendência em ascensão, e parece haver o reconhecimento de que os turistas estão cada vez mais atentos às práticas responsáveis, o que pressiona as instituições envolvidas em planejamento turístico a considerarem premissas de sustentabilidade em suas abordagens.

Nesse contexto, o setor corporativo começa também a se envolver de forma mais direta no debate, impulsionando a tendência em direção à chamada "ação sustentável." Essa abordagem se associa tanto às estratégias de economia nos processos produtivos quanto à busca de uma imagem positiva no mercado. Com isso, o movimento em direção ao denominado desenvolvimento sustentável adquire, progressivamente, uma perspectiva empresarial e corporativa, sendo, aos poucos, associada à competitividade de mercado e à ecoeficiência (Irving, 2014).

Ademais, discute-se a incorporação dos ODS ao turismo, reconhecendo-os como ideais a serem alcançados, mas ainda sem uma base concreta para a sua implementação nas políticas do setor.

Ainda assim, nos últimos tempos, o discurso sobre o compromisso de sustentabilidade tem se fortalecido como um catalisador para a transformação do turismo, reafirmando seus impactos ambientais negativos e impulsionando estratégias para mitigá-los (Higgins-Desbiolles, 2010). No entanto, a pesquisa realizada revela uma falta de clareza e direcionamento do próprio setor sobre como implementar abordagens realmente eficazes com tal direcionamento. Muitas vezes, embora o compromisso de sustentabilidade seja mencionado como uma diretriz nos documentos analisados parece haver uma lacuna em termos propostas de práticas concretas e orientações para ações que realmente reflitam os valores sustentáveis.

Embora o setor reconheça a necessidade de mudança com esse objetivo, parece haver ainda uma dificuldade para a sua integração prática à gestão do turismo. A ausência de uma definição consensual sobre o que de fato significa sustentabilidade no turismo acaba por limitar o alcance de políticas, o que se traduz em iniciativas fragmentadas e pouco estruturadas.

Na pesquisa realizada, foram identificadas, assim, diversas questões críticas para a Promoção Turística, na atualidade. Nesse caso, vale ressaltar que, aderir, efetivamente ao compromisso de sustentabilidade demanda investimentos em infraestrutura, capacitação e comunicação, o que nem sempre parece possível em situações de restrições orçamentárias. Além disso, a Promoção Turística exigiria, em tese, a colaboração entre o setor público e privado, especialmente em projetos de longo prazo que envolvam as comunidades locais e, o compromisso de preservação

ambiental, conforme anteriormente discutido por Irving, Bursztyn, Sancho e Melo (2005).

Padrões de governança mais horizontalizados seriam também essenciais para assegurar a implementação e o monitoramento de práticas sustentáveis, com base no alinhamento entre os interesses das partes envolvidas e, a transparência do processo. Santos, Emmendoerfer, Mediotte e Matos (2022) destacam que o planejamento integra a condição de governança turística através de coordenação estratégica, sendo imprescindível que este se fundamenta nas premissas de sustentabilidade. Para isso, seria fundamental que o processo de planejamento fosse conduzido de forma horizontal, integrando as opiniões de diversos grupos sociais, os quais podem questionar decisões, considerando a heterogeneidade dos interesses envolvidos. Esse enfoque de planejamento permitiria que as iniciativas projetadas de turismo beneficiem as populações locais envolvidas, evitando que seus objetivos estejam focados exclusivamente nos interesses econômicos do mercado.

Assim, defende-se a importância de se buscar fomentar um diferencial de sustentabilidade ao turismo brasileiro, que possa agregar valor à marca do destino Brasil e gerar, para o país, uma reputação positiva de longo prazo, sendo essencial, nesse momento, evitar o que poderia ser qualificado como "sustentabilidade de fachada", em que práticas sustentáveis são apenas divulgadas, mas não implementadas, de forma efetiva, em políticas públicas setoriais.

Por todas as razões discutidas, o compromisso de sustentabilidade é entendido como central para o futuro do setor, no país. Mas não se pode traduzi-lo apenas como uma noção superficial ou oportunidade para o marketing turístico, mas sim, como princípio, incorporado, verdadeiramente, aos discursos e, principalmente, às práticas turísticas. No entanto, práticas sustentáveis parecem ser ainda incipientes no turismo brasileiro e inúmeros desafios precisarão ser enfrentados para o turismo no país, para que essa condição possa ser concretizada em políticas públicas.

7. UMA VISÃO DE FUTURO PARA A PROMOÇÃO TURÍSTICA NO CONTEXTO BRASILEIRO

Para contribuir com o desenvolvimento de uma nova abordagem para a gestão da Promoção Turística no Brasil, este capítulo busca contextualizar, de maneira propositiva, alguns desafios que devem inspirar novas ações e estratégias em políticas públicas, com ênfase na incorporação dos princípios de sustentabilidade.

Com base nas análises realizadas, a partir dos planos investigados e das percepções dos especialistas, capturadas nas entrevistas, emergem importantes desafios para a Promoção Turística, tendo a perspectiva de sustentabilidade como horizonte desejável.

Entre os principais desafios identificados na pesquisa, é importante mencionar a necessidade de internalização das premissas de sustentabilidade nas práticas de Promoção Turística. Muitas das narrativas analisadas ainda se limitam a referências protocolares aos ODS da Agenda 2030, sem incorporar, de fato, esses compromissos, de maneira pragmática e dirigida à ação. Apesar das premissas de sustentabilidade serem amplamente reconhecidas como valores estratégicos, a sua tradução prática e integrada às ações promocionais permanece ainda como caminho periférico, o que limita o impacto dessa intencionalidade em ações para o desenvolvimento do turismo, em bases sustentáveis.

Além disso, a elaboração de políticas públicas para o turismo deveria, em tese, atender às demandas específicas de cada região, especialmente quando envolvem questões estruturais que dificultam o desenvolvimento de “destinos” turísticos potenciais. Considerar o contexto regional seria, portanto, essencial, pois o Brasil, com sua vasta extensão territorial, está associado a uma rica diversidade sociocultural, histórica e paisagística. Essa condição torna complexo o desenvolvimento de políticas abrangentes, exigindo um esforço significativo do poder público em sua capacidade de decodificar as heterogeneidades regionais que caracterizam o país. Ainda assim, é crucial que essas políticas priorizem o paradigma da sustentabilidade (econômica, social e ecológica), fundamental para o êxito do setor turístico, em bases sustentáveis como anteriormente discutido por Grimm; Sampaio; Greuel; Cerveira (2013).

Há também a necessidade de coerência entre discurso e prática. A promoção de “destinos” qualificados como sustentáveis deve ser acompanhada de ações concretas que realmente reflitam esse compromisso (Lamas; Silva; Hofstaetter; Souza; Marques, 2018). Nesse caso, a falta de alinhamento entre o que é divulgado e o que o turista encontra, efetivamente no “destino”, pode gerar insatisfação e desconfiança, com repercussões negativas em redes sociais e plataformas de avaliação. Essa sintonia entre discurso e realidade é fundamental nesse processo, pois a estratégia de Promoção Turística que enfatize sustentabilidade, mas que não a traduz em ações, com esse direcionamento, posteriormente pode também prejudicar a imagem e a credibilidade do referido “destino”.

Essa falta de coerência parece evidente quando analisadas as ações descritas nos planos de Promoção Turística efetivamente implementadas ao longo dos anos. Além disso, parece clara a ausência de mecanismos claros e efetivos de monitoramento para as metas estabelecidas, o que enfraquece o acompanhamento e a avaliação dos resultados alcançados.

A análise relação à Agenda 2030 também parece expressar uma dissonância entre as diretrizes estabelecidas e, a sua adoção prática. Embora muitos documentos mencionem o compromisso de sustentabilidade e, os ODS da Agenda 2030, a integração dessas diretrizes por meio de ações corretas é frequentemente limitada nos documentos em si. Esse contexto foi reforçado nas entrevistas, nas quais foi possível observar que, apesar do reconhecimento da importância da Agenda 2030, o entendimento prático desse pacto global é, muitas vezes, restrito a questões ambientais pontuais, como reciclagem e consumo consciente de água, deixando de lado uma abordagem mais abrangente sobre o tema.

Um dos principais desafios a serem superados, portanto, é a decodificação de sustentabilidade de forma sistêmica – envolvendo para isso desde os formuladores até os executores das políticas públicas e, o campo legislativo. Esse entendimento é fundamental para que se possa garantir que essas diretrizes sejam de fato aplicadas, de forma consistente e eficiente em um horizonte de longo prazo.

A construção das políticas públicas de Promoção Turística precisa se efetivar em colaboração com os executores desses processos. Os resultados da pesquisa

mostram que, apesar das boas intenções em muitos documentos, parece haver uma importante lacuna de conhecimento prático sobre sustentabilidade entre aqueles que implementam as diretrizes formuladas. Além disso, muitos dos documentos analisados são elaborados por entidades privadas, o que pode gerar um desalinhamento em relação aos interesses e prioridades das políticas públicas.

Outrossim, observa-se uma clara predominância de discursos centrados em argumentos mercadológicos, com foco na captação de visitantes e na competitividade de mercado. Esse foco reduz a atenção às premissas de sustentabilidade e à promoção de práticas realmente responsáveis no turismo, limitando a profundidade necessária para a abordagem desse tema. Assim, sustentabilidade torna-se um discurso conveniente e vantajoso para o mercado, servindo para legitimar as práticas de empresas e de "intelectuais" que respondem aos interesses das elites econômicas associadas ao sistema capitalista, conforme discutido por Vizeu, Meneghetti e Seifert (2012).

A discrepância entre o compromisso expresso para a sustentabilidade e sua efetividade, na prática, é ainda mais evidenciada quando se considera que os gestores públicos, frequentemente mencionam a Agenda 2030 sem um conhecimento profundo sobre o tema, ou sem assumir uma responsabilidade concreta em utilizá-la como guia para as suas ações. Muitas vezes, essa superficialidade de abordagem se manifesta na falta de exemplos concretos de como as diretrizes da Agenda 2030 vêm sendo integradas, de forma abrangente, nas práticas organizacionais. Ao invés disso, predominam discursos voltados para o mercado e para a conservação ambiental, por meio de ações paliativas.

Sustentabilidade, nesse contexto, muitas vezes é interpretada apenas através de uma lente que prioriza a venda de "destinos", na qual as iniciativas em curso são adotadas, principalmente, para atender às exigências regulatórias ou para melhorar a imagem institucional perante *stakeholders* externos, como investidores e "consumidores conscientes". Assim, os denominados "produtos turísticos" precisam ser sustentáveis para atender à demanda dos turistas com comportamentos mais "sustentáveis". Este fato se reforça por meio da análise documental, uma vez que nela, sustentabilidade é relacionada, muitas vezes, com as questões associadas ao crescimento do setor.

Sobre as dimensões que se relacionam à sustentabilidade, os depoimentos obtidos tendem a enfatizar, prioritariamente, as questões ambientais. Exemplos desse argumento podem ser ilustrados nas frases “o produto precisa ser sustentável” e “não podemos divulgar um destino que não seja sustentável como sustentável”. Assim como ocorreu nas narrativas dos documentos selecionados, os depoimentos apenas mencionam algumas expressões associadas à sustentabilidade ou sobre a Agenda 2030, sem desenvolverem os desafios associados a essas premissas.

Uma perspectiva ética, no contexto do discurso turístico, tende a ser, portanto, essencial para a elaboração de políticas públicas, em bases sustentáveis, de maneira genuína e responsável (Irving, 2022). Nesse caso, a questão não se trata de apenas evitar a promoção de destinos como “sustentáveis” sem que realmente o sejam, mas de integrar, de forma efetiva, as premissas de sustentabilidade e os compromissos da Agenda 2030 em cada etapa de planejamento turístico. Esse compromisso ético implica em assegurar que promessas de sustentabilidade não sejam apenas retóricas, mas efetivamente se traduzam em compromissos a serem cumpridos, na prática, em políticas públicas

Dessa forma, pode-se depreender das análises realizadas que o desenvolvimento do turismo sob a perspectiva de sustentabilidade exige um esforço colaborativo que envolve a academia, a gestão pública, os movimentos sociais e, o setor privado. Esse movimento conjunto poderia contribuir para a reinterpretação do turismo como um fenômeno contemporâneo, fundamentado em princípios e valores éticos que promovam a democratização de oportunidades e benefícios advindos de seu desenvolvimento. Esse novo paradigma de planejamento e implementação de projetos turísticos é centrado em compromissos como a justiça social, a qualidade ambiental e, o reconhecimento dos direitos intergeracionais, fundamentando-se na corresponsabilidade, participação social e gestão democrática (Irving, 2022).

Outro desafio importante a ser enfrentado é garantir a continuidade desse compromisso, ao longo do tempo. A aplicação efetiva das políticas públicas depende do conhecimento e da capacidade de gestores para implementá-las, o que tende a ser dificultado pela tradicional descontinuidade de políticas públicas, especialmente no setor de turismo, no qual são frequentes mudanças de gestão e, a falta de uma condição de governança integrada que comprometem a continuidade das ações

previstas. Essa situação é agravada pela limitada capacitação técnica em muitos níveis da administração pública, o que dificulta a adesão substancial de muitas instituições da esfera governamental aos princípios de sustentabilidade atualmente expressos na Agenda 2030 (Loureiro, 2014). Dessa forma, é essencial assegurar que os gestores públicos compreendam a complexidade envolvida nesse tema, para a sua tradução em práticas sustentáveis.

Mas na prática, essa realidade é ainda distante em muitos destinos turísticos. Apesar de um esforço recente para direcionar políticas públicas ao turismo, em bases sustentáveis, as iniciativas em curso são frequentemente pontuais e marcadas por descontinuidades administrativas e políticas, que se traduzem em uma trajetória instável no histórico de políticas públicas de turismo, no país. Essa falta de continuidade compromete a efetividade das políticas, dificultando a tradução das intenções, expressas nas narrativas, em ações concretas. Nesse sentido, a crise econômica e política recente agrava, ainda mais, esse cenário, não apenas reduzindo os recursos disponíveis, para as ações previstas, mas também redirecionando as prioridades orçamentárias para uma visão estritamente econômica do turismo. A restrição orçamentária e a orientação do governo federal para um modelo em sintonia com o desenvolvimento neoliberal tendem a deixar de lado as dimensões de sustentabilidade, substituindo avanços no discurso oficial por abordagens imediatistas focadas em indicadores econômicos e na projeção de aumento do fluxo turístico. Nesse contexto, natureza e cultura acabam sendo decodificadas como simples recursos para o crescimento do setor, ignorando-se os valores éticos e culturais envolvidos (Lima; Irving, 2018).

O processo de gestão turística constitui assim, um dos principais desafios a serem enfrentados para a implementação de estratégias sustentáveis no turismo, conforme evidenciado nas entrevistas e nos próprios planos analisados. Muitos planos de Promoção Turística carecem da definição de núcleos gestores pré-definidos ou de indicadores claros para monitorar o progresso das ações previstas, o que revela uma fragilidade estrutural da própria dinâmica turística. Mesmo no caso dos planos com maior aderência ao compromisso de sustentabilidade, a ausência de metas específicas e de mecanismos de acompanhamento prejudica a eficácia e continuidade das iniciativas projetadas com esse direcionamento. Para alcançar resultados

consistentes, uma condição de governança democrática é também essencial, integrando os setores público, privado e comunitário, de forma coordenada, no processo de tomada de decisões. Sem essa estrutura, as propostas se tornam fragmentadas, perdem força e têm seu impacto limitado (Santos; Emmendoerfer; Mediotte; Matos, 2022).

As restrições orçamentárias representam outro desafio significativo para a continuidade das ações de promoção, especialmente em países e destinos de menor alcance no mercado global, onde o desenvolvimento do turismo enfrenta sérias restrições financeiras. A limitação de recursos impacta, diretamente, a promoção de iniciativas sustentáveis ou estratégicas voltadas aos ODS da Agenda 2030, dificultando a implementação de ações de longo prazo, com esse objetivo.

Mas a mudança no perfil dos consumidores, especialmente entre as gerações mais jovens, evidencia uma mudança de foco para o setor, sendo traduzida por uma crescente demanda por práticas de consumo consciente e sustentabilidade nas escolhas de viagem. Essa tendência foi mencionada nos depoimentos da pesquisa, apontada como uma realidade de mercado e uma exigência cada vez mais evidente no setor turístico. Destinos que não se adaptem a essas novas exigências correm o risco de perder relevância para futuros turistas.

No entanto, essa adaptação às novas exigências do mercado ainda está em progresso e, muitos “destinos” não têm, ainda, conseguido acompanhar essa dinâmica. Em geral, as políticas de turismo tendem a reagir às tendências ao invés de antecipá-las, o que coloca os “destinos” em desvantagem para atender às expectativas crescentes por práticas sustentáveis, como discutido anteriormente por Sportlring; Bursztyn; Sancho; Melo (2005).

A partir dos resultados obtidos na pesquisa, observa-se que a leitura sobre sustentabilidade no setor de turismo ainda é superficial, apesar de avanços recentes nas narrativas oficiais. Diante disso, é essencial adotar uma abordagem propositiva, voltada para soluções que aprofundem e acelerem a adoção de práticas sustentáveis. Assim, serão propostas, a seguir, algumas recomendações e estratégias voltadas ao alinhamento entre a gestão do turismo e os princípios de sustentabilidade, com o objetivo de consolidar o desenvolvimento no setor turístico, em bases sustentáveis.

Diante dos desafios identificados, adota-se como premissas as reflexões de Lima e Irving (2018), que apresentam uma série de salvaguardas essenciais para inspirar políticas públicas voltadas para o turismo, em bases sustentáveis:

- O turismo deve ser um vetor para a redução das desigualdades sociais e, o combate à pobreza, promovendo a inclusão social em todas as suas vertentes. A inclusão no turismo transcende a questão da geração de renda, integrando o reconhecimento da importância de uma distribuição justa de seus benefícios para as comunidades locais. Além disso, o turismo deve representar uma via contra o preconceito, valorizando a diversidade cultural e social, em todas as suas expressões.
- A preservação do patrimônio natural e cultural é fundamental. E, sendo assim, natureza e cultura devem ser compreendidas não como meros recursos mercadológicos, mas como componentes vitais das identidades e, da própria história brasileira. Projetos turísticos precisam respeitar e preservar esse patrimônio, reconhecendo o seu valor e minimizando danos que possam afetar a sua integridade. Qualquer intervenção turística deve ser planejada com cuidado, considerando e mitigando os riscos ao patrimônio.
- A preservação responsável também requer uma avaliação contínua dos riscos ao patrimônio. O aumento do turismo, por si só, não assegura inclusão social e pode, inclusive, representar uma ameaça irreversível para os bens naturais e culturais do país. Sustentabilidade demanda um compromisso ético transgeracional, que leve em conta o impacto de decisões atuais sobre as futuras gerações.
- Para serem eficazes, os projetos turísticos devem refletir o desejo e o engajamento das comunidades locais, respeitando seus interesses e necessidades. A criação de canais de diálogo permanentes entre as comunidades locais e, os demais setores envolvidos é essencial para garantir um turismo que seja verdadeiramente inclusivo e participativo.
- Embora princípios de ecoeficiência sejam vitais para um turismo sustentável, é preciso avançar na direção de uma abordagem ética mais abrangente de sustentabilidade. O turismo deve incentivar práticas que respeitem e valorizem a diversidade humana e promovam o uso sustentável dos recursos

naturais. Isso implica em adotar novas atitudes e comportamentos que transcendam a mera preocupação com a eficiência ecológica.

- A eficácia das políticas públicas de turismo está diretamente relacionada à capacitação de profissionais do setor em temas vinculados ao debate de sustentabilidade e, à coordenação de ações entre o setor público, a academia, o movimento social e o setor turístico. A transversalidade entre o turismo e outras políticas públicas setoriais é também essencial, no sentido de uma abordagem integrada e sinérgica sobre o tema em foco.
- Um sistema contínuo de monitoramento com indicadores pactuados é crucial para acompanhar o progresso das políticas de turismo, segundo as premissas de sustentabilidade. A promoção de estratégias de comunicação permanentes é igualmente importante, permitindo, em tese, que a sociedade se envolva e compreenda as políticas em vigor.
- A continuidade e o planejamento de longo prazo são fundamentais para o sucesso das políticas públicas de turismo, em bases sustentáveis. Essas políticas devem ser projetadas para o horizonte de médio e longo prazos, com salvaguardas contra eventuais descontinuidades e mudanças governamentais.
- O desenvolvimento territorial e a redução das disparidades regionais são pilares de uma política turística equilibrada. É essencial, nesse caso, que as políticas de turismo promovam o desenvolvimento e a qualificação de recursos humanos em áreas periféricas de interesse turístico, garantindo que ele possa representar uma força motriz para o desenvolvimento em todo o território.
- Por fim, o turismo deve ser entendido como um fenômeno de transformação social, no qual o turista se torna um agente de mudança. Mais do que um deslocamento para um “destino”, o turismo, em bases sustentáveis, pode oferecer a oportunidade de encontro e aprendizado, tanto na natureza, como na diversidade cultural. O turismo, assim compreendido, constitui um caminho potencial para a paz e, para a construção de sociedades mais justas e sustentáveis.

Nesse sentido, é fundamental também compreender o papel dos órgãos gestores em Promoção Turística.

Para que um DMO possa se engajar, de forma eficaz ao efetivo compromisso com sustentabilidade, esse deve estar comprometido com modelos institucionais consistentes e adequados para tal, expressando de fato a sua adesão a uma agenda sustentável. Esse compromisso não apenas potencializa suas vantagens competitivas no turismo global, mas também assegura a continuidade prática das ações previstas e, a preservação de recursos materiais e culturais para futuras gerações.

O estudo Definição de Estratégias Inovadoras para a Promoção Turística Internacional (2018), realizado pela Fundação Getulio Vargas (FGV, 2018), representa, nesse caso, um ponto de partida com esse objetivo. Contratado pela Embratur e obtido por meio da Lei de Acesso à Informação (LAI), este estudo mapeia estratégias inovadoras para a promoção do turismo brasileiro, que poderiam estar vinculadas com as diretrizes da Agenda 2030 e com os princípios de sustentabilidade, de maneira mais ampla. A análise deste estudo, combinada com os dados obtidos por meio de entrevistas com especialistas e da pesquisa documental, fornece subsídios fundamentais para que se possa desenvolver um novo modelo de gestão turística que incorpore o compromisso de sustentabilidade, de maneira efetiva e perene em políticas públicas

As proposições, a seguir, foram também embasadas em Irving (2018), que elenca algumas ações para orientar os agentes de governo, autoridades de turismo nacional e representantes do setor turístico, para a promoção de um programa de turismo, segundo a perspectiva de sustentabilidade. Os eixos prioritários de ação identificados pela autora foram adaptados para a realidade de um DMO com foco em Promoção Turística nacional:

- Avaliação do Quadro Regulatório e Econômico: Analisar o cenário regulatório, econômico e de incentivos voluntários para viabilizar a consolidação do turismo, em bases sustentáveis. Essa medida visa identificar e promover políticas que apoiem o cumprimento das metas de sustentabilidade previamente estabelecidas.
- Análise das Implicações e Capacidades Internas: Avaliar as consequências econômicas, sociais, culturais e ambientais das atividades de Promoção Turística, considerando a capacidade da

organização para contribuir, efetivamente, para a sustentabilidade do setor.

- **Capacitação e Conscientização Pública:** Investir em programas de treinamento e educação para agentes governamentais e não governamentais e comunidades locais, dirigidos à promoção de práticas sustentáveis.
- **Planejamento Estratégico para o Turismo Sustentável:** Desenvolver e implementar medidas de planejamento que garantam o uso sustentável do solo, maximizando os benefícios ambientais e sociais e mitigando possíveis impactos culturais e ambientais. A inclusão de estratégias específicas no planejamento territorial na gestão de destinos tende a ser, portanto, fundamental.
- **Facilitação de Intercâmbio de Informações e Tecnologias:** Promover o intercâmbio de informações, habilidades e tecnologias relacionadas ao turismo, em bases sustentáveis, entre o Brasil e outros países. Esse intercâmbio pode impulsionar o desenvolvimento de práticas inovadoras e sustentáveis no setor.
- **Engajamento de Todos os Setores da Sociedade:** Fomentar o envolvimento inclusivo de todos os setores da sociedade, garantindo que grupos minoritários e comunidades locais tenham voz e papel ativo no desenvolvimento do turismo, em bases sustentáveis.
- **Monitoramento Contínuo e Indicadores Realistas:** Estabelecer um sistema de monitoramento constante para avaliar o progresso em relação às metas de desenvolvimento sustentável. Esse sistema deve utilizar indicadores realistas e aplicáveis, em âmbito local e nacional, permitindo ajustes estratégicos.
- **Desenvolvimento de Parcerias Responsáveis:** Incentivar a criação de parcerias entre setores público e privado, bem como com organizações não governamentais, para facilitar iniciativas de turismo responsável e fortalecer o compromisso com práticas sustentáveis no setor.

Esses eixos oferecem uma base sólida para que um DMO nacional possa contribuir para a implementação de ações sustentáveis e possa, ao mesmo tempo, impulsionar a Promoção Turística do país, de maneira integrada e responsável. As proposições aqui apresentadas têm, portanto, como objetivo apoiar a gestão pública e privada do turismo no Brasil. Ao incorporar de maneira sistêmica e estruturada os ODS da Agenda 2030, depreende-se neste estudo, que o Brasil poderá não apenas melhorar a sua competitividade no turismo internacional, mas também contribuir, de maneira significativa, para o desenvolvimento sustentável global.

Ao propor eixos estratégicos para a ação futura – Gestão e Redes Pela perspectiva de sustentabilidade, Gestão Estratégica Sustentável, Promoção Turística e os ODS da Agenda 2030, e Visibilidade Institucional, busca-se contribuir para um conjunto de sugestões baseado em diretrizes sustentáveis no sentido de modernizar e atualizar os DMOs brasileiros. Esses eixos buscam alinhar o Brasil com as melhores práticas globais, integrando sustentabilidade de forma transversal às ações de Promoção Turística, para que o país não apenas possa atrair mais visitantes, mas também possa representar um protagonista em turismo responsável e sustentável, no cenário global.

Nesse sentido, tais eixos convergem com as salvaguardas apontadas por Lima e Irving (2018) e Irving (2018), ao advogar ações práticas voltadas para políticas públicas de turismo, em bases sustentáveis e serão mais bem detalhados a seguir.

7.1 GESTÃO E REDES PELA PERSPECTIVA DE SUSTENTABILIDADE

O modelo jurídico da Embratur, por exemplo, precisaria ser repensado, em razão das tendências mundiais que se vinculam ao compromisso de sustentabilidade organizacional e institucional, para incorporar, a criação de instâncias de governança que permitam a participação social e deliberações coletivas.

A sustentabilidade institucional assegura a perenidade e, a continuidade das colaborações e compromissos pactuados entre os diferentes agentes e órgãos governamentais, em todos os níveis e esferas de poder, além de garantir e o

engajamento dos representantes da sociedade civil. Essas são ações executadas pelo Estado para atender às necessidades de toda a sociedade, também pela interligação de diversos agentes, sendo que cada um desempenha o seu papel, com vistas ao benefício de todos os envolvidos (Brasil, 2016).

Repensar o modelo jurídico, para incorporar os princípios de sustentabilidade, implicaria em criar estruturas que permitam um processo de governança mais participativo e inclusivo. A autonomia institucional auxilia no alinhamento de parcerias e negociações com órgãos governamentais, não governamentais e instituições privadas, para que diferentes instituições relevantes no cenário turístico possam contribuir com ideias e decisões coletivas, articuladas com os objetivos de desenvolvimento sustentável. Essa perspectiva tende a favorecer um possível desenvolvimento de práticas sustentáveis nas próprias instituições envolvidas, bem como tem a possibilidade de contribuir para a orientação das empresas do setor turístico.

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 9, particularmente, tem grande potencial para fortalecer esse debate, pois destaca a importância da construção de infraestruturas resilientes, impulsionamento da industrialização inclusiva e sustentável e, estímulo à inovação. Nesse sentido, o turismo desempenha um papel crucial ao motivar a gestão pública na direção de infraestrutura adequada e modernização das indústrias, tornando-as em tese mais sustentáveis e eficientes, em termos de uso de recursos. Isso não só tende a atrair turistas, mas também outras fontes de investimento estrangeiro.

A própria atuação da Embratur pode se tornar um caminho facilitador para as relações público-privadas de interesse turístico nacional, podendo contribuir para promover uma abordagem integrada e colaborativa para o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis. A morosidade burocrática e a ausência de comunicação eficaz entre diferentes esferas governamentais frequentemente retardam ou inviabilizam a implementação de iniciativas que poderiam gerar vantagens para o país. Ao fornecer orientação, apoio técnico e incentivos para parcerias entre o governo e o setor privado, a Embratur poderia contribuir para construir e consolidar parcerias para projetos de curto, médio e longo prazos, com esse objetivo.

A colaboração entre DMOs e empresas, universidades, centros de pesquisa e associações privadas tende a ser uma prática consolidada nos principais destinos turísticos globais. Nesse sentido, seria pertinente fortalecer as iniciativas em curso e, a competitividade do DMO no mercado internacional de turismo, promovendo diálogos com companhias aéreas, agências de pesquisa, instituições de investimento e empresas que atuam no mercado nacional e, que também contribuem para a construção da imagem do Brasil, no exterior.

Para potencializar essa colaboração, seria recomendável estabelecer um protocolo de parceria entre os diferentes atores envolvidos, com diretrizes claras, validadas por órgãos reguladores e, amplamente divulgadas. Isso garantiria maior segurança jurídica, legitimidade e transparência na condução de atividades conjuntas entre o DMO e seus parceiros, tanto do setor público quanto do privado, além de proporcionar um alinhamento estratégico para fortalecer a Promoção Turística do Brasil, de forma coesa e eficaz, segundo novas bases. Por outro lado, seria pertinente fortalecer a sua atuação junto ao parlamento e outros órgãos da esfera governamental, visando assegurar o debate e a aprovação de projetos de lei de interesse para o desenvolvimento sustentável do turismo nacional. Até que as leis destinadas a favorecer o turismo brasileiro sejam aprovadas, várias medidas tendem a ser impossibilitadas de serem implementadas.

Seria pertinente, também, fortalecer a parceria colaborativa com DMOs internacionais e do próprio país, bem como com secretarias estaduais e municipais de turismo, por meio da participação em reuniões e encontros regulares com esse objetivo. A colaboração, intercâmbio de experiências e execução de projetos conjuntos entre DMOs podem resultar em benefícios recíprocos. No âmbito nacional, a sobreposição de atividades promocionais conduzidas pela Embratur e pelos estados pode implicar em desperdício de recursos e esforços na promoção internacional. Uma harmonização entre as ações da agência federal e dos órgãos estaduais poderia expandir oportunidades de realizar programas e projetos para promover o país, em aderência às estratégias prioritárias estabelecidas pela Embratur, tendo as premissas da sustentabilidade como eixo transversal.

Além disso, alinhar estratégias de comunicação digital, sobretudo com sites e redes sociais voltadas para o *trade* nacional e internacional, considerando os padrões

dos sites das principais DMOs do mundo, seria essencial. Idealmente, caberia nesse caso o desenvolvimento de uma plataforma que contribua, também, para a divulgação e fortalecimento dos parceiros e das ações sintonizadas com as premissas de sustentabilidade que o Brasil vem adotando, de maneira acessível a todos os públicos.

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 17 principalmente relacionado à promoção de diretrizes para fortalecer a governança e as redes no setor do turismo, considerando a Promoção Turística, incentivando a criação e o fortalecimento de parcerias locais e globais para o desenvolvimento sustentável, representaria também uma importante inspiração para planejamento do setor. Nesse contexto, as parcerias são essenciais para a implementação e revitalização de iniciativas sustentáveis, sendo estabelecidas desde o início das relações institucionais. Reconhecendo a cooperação interinstitucional e intersetorial e, as parcerias como elementos cruciais para a transformação do setor, elas seriam essenciais, também, para promover o trabalho conjunto em prol de um mundo mais igualitário.

7.2 GESTÃO ESTRATÉGICA SUSTENTÁVEL

Como anteriormente discutido, frequentemente o tema da sustentabilidade tem sido tratado de maneira fragmentada ou apenas como um conjunto qualificativo de critérios vagos e imprecisos. Uma gestão sustentável do turismo deve incorporar as premissas de sustentabilidade de maneira mais ampla, alinhando-as, em termos de visão e metas que orientam todas as ações de políticas públicas. Essa abordagem deve incluir as dimensões ambiental, social e econômica de sustentabilidade, buscando um crescimento responsável do turismo, que respeite e valorize os recursos naturais e culturais brasileiros, ao mesmo tempo em que impulse o desenvolvimento econômico.

Inicialmente, seria conveniente a elaboração e implementação de um modelo de Gestão Estratégica, fundamentado em metas de impacto positivo, segmentado por mercados e macro atividades de um DMO de grande porte, incorporando, ao processo, mecanismos de autoavaliação para a melhoria contínua das estratégias

previstas e, para a prestação de contas aos *stakeholders* envolvidos. Nesse sentido, caberia também à Embratur, por exemplo, implantar a Gestão Estratégica de Pessoas, prezando pelo trabalho decente e digno, incorporando ações de inclusão social de grupos minoritários. Tais questões recaem sobre a necessidade de revisões constantes de processos, considerando o novo papel da Embratur, diante das transformações e, da busca pela competitividade brasileira no cenário global do turismo, em termos de mudanças desejadas e inclusão de uma perspectiva de avaliação tangível de resultados e impactos esperados, os quais não se limitam, necessariamente, a métricas quantitativas ou monetárias.

No que tange à gestão de pessoas, seria pertinente contemplar um plano de carreira adaptado à estrutura organizacional, incentivando os colaboradores a desenvolverem projetos de excelência e, oferecendo oportunidades de crescimento profissional futuro. Esse processo envolveria, também, a capacitação contínua dos colaboradores, a realocação estratégica de funcionários em áreas que estejam alinhadas com suas habilidades e competências (Silva; Honório, 2021).

Tais questões envolveriam, complementarmente, ponderar sobre a reestruturação da Embratur para um modelo de trabalho mais alinhado às suas novas estratégias de atuação, que incluem uma abordagem dirigida aos mercados e funções transversais estratégicas. Além disso, estudar novos formatos de contratação de serviços seria relevante, sobretudo, para otimizar contratos e seus objetivos práticos, para marketing e Promoção Turística, incluindo também a previsão de contratação de agências internacionais, para oferecer suporte às atividades realizadas no exterior aderentes às diretrizes de sustentabilidade.

O ODS 8 se conecta, diretamente, com estas proposições, pois incentiva a promoção do crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos. Nesse caso, é necessário se repensar políticas públicas que incentivem o empreendedorismo e, a criação de empregos de forma sustentável e inclusiva, o combate ao trabalho forçado e formas análogas ao trabalho escravo, bem como o tráfico de seres humanos. O trabalho digno é central no turismo, sobretudo ao incentivar mulheres e jovens, a partir da valorização de “produtos” que integrem os aspectos culturais dos territórios.

Atrelada a estas questões de gestão, caberia também avaliar a destinação de recursos e esforços a áreas da instituição que promovam estudos sobre tendências de consumo e do mercado e fomentem projetos sustentáveis e inovadores, relacionados com o turismo. Nesse caso seria essencial que o turismo fosse abordado por meio de pesquisas e projetos que considerem a base territorial envolvida, concedendo protagonismo aos residentes, ao mesmo tempo em que visam atrair visitantes, conforme já discutido por Cruz (2020).

Nesse sentido, seria pertinente desenvolver planos estratégicos que incorporem Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), com foco em sustentabilidade e inovação, visando identificar e quantificar oportunidades de reformulação das ações previstas, atividades, processos e produtos que envolvem as TICs. Isso poderia permitir alinhar as atividades do órgão com as novas propostas estratégicas e os modelos adotados por outros DMOs, podendo incluir a construção de plataformas, softwares e bancos de dados, para facilitar a curadoria de informações sobre o turismo nacional; a gestão da comunicação e dos contatos entre os membros do *trade*; a análise e gestão de conteúdos e comunicação em redes sociais; a reformulação do sistema de inscrição em eventos; e, a automatização da geração de dados sobre malha aérea. Tais encaminhamentos atrelados às áreas de pesquisa citadas anteriormente, tornam-se ainda mais relevantes, se destinados ao monitoramento e estudos de eficiência energética no turismo nacional, visando combater as mudanças climáticas e, assegurar qualidade dos empregos no turismo.

Para a realização desse tipo de acompanhamento seria interessante lançar mão de indicadores e índices, como proposto por Hanai (2009), sendo os mesmos frutos de estudos aprofundados, mas direcionados aos objetivos primordiais em relação ao turismo e sua institucionalização, em novas bases.

Nesse contexto, o ODS 11 ganha destaque pois incide sobre as cidades como um todo e de que maneira o turismo poderia contribuir para tornar cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis. A partir de estudos acadêmicos, parcerias e fomentos a projetos de impacto social e ambiental, poderá ocorrer uma transformação significativa na construção e gestão dos espaços urbanos para se buscar alcançar o desenvolvimento sustentável. As metas relativas ao ODS 11 abordam questões essenciais relacionadas à urbanização, como

mobilidade, gestão de resíduos sólidos e saneamento. Além disso, elas enfatizam o planejamento e a reafirmação da necessidade de resiliência dos assentamentos humanos, levando em conta as diferentes necessidades das áreas rurais, semiurbanas e urbanas.

Além disso, o ODS 13 destaca a urgência de medidas para combater a mudança do clima e seus impactos, sendo considerado crucial para mobilizar os atores capazes de promover as mudanças necessárias para evitar que as projeções críticas sobre o tema se concretizem. Neste bojo de ações integradas e baseadas em estudos e monitoramento contínuo, o turismo tem grande potencialidade para contribuir para a diminuição das emissões de gases prejudiciais à atmosfera, sobretudo nos segmentos de transporte e hospedagem, em seus mais diversos níveis e segmentos.

Assim, o turismo contemporâneo enfrenta um dilema fundamentado na ideia do “direito de viajar”, amplificado pelo sistema de globalização capitalista. O turismo traduz, portanto, um paradoxo que resulta de uma tendência de consumismo que cria desigualdades sociais evidentes. Assim, enquanto os mais privilegiados desfrutam do “direito” de viajar, os menos favorecidos assumem o papel de servidores ou anfitriões para sustentar esse privilégio (Higgins-Desbiolles, 2010). Essa dinâmica traz à tona questões éticas críticas no debate sobre sustentabilidade, com foco em justiça social e climática, destacando a necessidade de se reavaliar o turismo em termos de equidade e impacto social.

7.3 VISIBILIDADE INSTITUCIONAL BASEADA EM DIRETRIZES SUSTENTÁVEIS

O Brasil tem a oportunidade ímpar de reafirmar a sua visibilidade internacional ao se posicionar como um destino turístico sustentável. Mas para isso, é necessário que as diretrizes de sustentabilidade sejam claramente definidas, internalizadas e implementadas em políticas públicas do setor, de forma estruturada e sistêmica, não apenas como uma tendência provisória ou modismo conveniente, mas como um compromisso de longo prazo. A promoção do Brasil no exterior deve, portanto, traduzir

essa nova proposta. inspirada pelas premissas de sustentabilidade, para fortalecer a imagem do país como um destino turístico inovador, responsável e alinhado com os desafios globais.

Mas para tal é essencial que a noção de sustentabilidade seja, de fato, compreendida e incorporada às narrativas de políticas públicas e, traduzida, corretamente, em ações governamentais. O tema da sustentabilidade deveria ser tratado transversalmente, permeando cada etapa de planejamento e execução das ações dirigidas à Promoção Turística, garantindo que a mitigação dos impactos ambientais, sociais e econômicos seja considerada como premissa no processo.

Além disso, é fundamental que cada ODS da Agenda 2030 seja considerado e avaliado, no contexto dos Planos de Promoção Turística, no sentido de um novo caminho para o turismo nacional. Isso requer um compromisso público para a priorização dos ODS, para que o setor turístico, possa adaptar-se às condições heterogêneas do país e, às demandas locais, de modo a gerar efeitos positivos tangíveis e alinhados com as diretrizes globais de desenvolvimento sustentável.

A visibilidade institucional do Brasil, no que tange ao turismo em novas bases, é importante para a sua consolidação no mercado mundial e, para a alavancagem de sua competitividade, no plano global. Os *Visit Brasil Offices* (VBOs) seriam, em tese, uma opção inovadora para que o país tenha um novo modelo de representação no exterior, via DMO nacional. Os VBOs representariam uma alternativa de renovação dos antigos Escritórios Brasileiros de Turismo (EBT), que tiveram suas atividades encerradas em 2018 (Kafruni, 2018), visando fornecer inteligência comercial à Embratur. Nesta proposta os VBOs têm papel estratégico, a partir do estabelecimento de conexões diretas com todos os colaboradores da empresa, bem como abrindo-se para interações com o *trade* brasileiro e internacional.

Com base em premissas sustentáveis, um novo modelo de VBO priorizaria a redução de gastos com deslocamentos e recursos humanos, com colaboradores dedicados já posicionados nos mercados prioritários, para realizar captação de inteligência e representar o órgão. Além disso, um novo modelo de VBO tende a garantir melhores condições de trabalho e maior autonomia na alocação de recursos. Isso permitiria, ainda, que os colaboradores dos VBOs atuem de forma mais eficaz e

estratégica, contribuindo para o alcance dos objetivos de Promoção Turística do Brasil, de maneira mais articulada e sustentável.

Nesse contexto, caberia também o estabelecimento de parcerias pelos VBOs com outros colaboradores, visando apoiar ações de promoção off-line das embaixadas e consulados, por exemplo, utilizando a infraestrutura física e recursos humanos disponíveis, como uma iniciativa estratégica. Ao adotar práticas sustentáveis nesses contextos, como o uso eficiente de recursos e, a minimização do desperdício, seria possível assegurar o uso dos recursos já existentes, de forma mais eficaz.

Essa proposta não apenas aumentaria a visibilidade do país no exterior, mas também contribuiria para a redução dos custos de execução dos eventos hiper segmentados. Ao compartilhar recursos e colaborar com as representações diplomáticas, os VBOs podem ampliar o alcance das atividades promocionais com um investimento mais eficiente, alinhado com os princípios dos ODS da Agenda 2030.

7.4 PROMOÇÃO TURÍSTICA E OS ODS DA AGENDA 2030

Para que a Promoção Turística nacional seja efetivamente aderente aos ODS, da Agenda 2030 seria desejável estabelecer os principais pilares da estratégia de promoção do país, para que esses reflitam a proposta de valor e as vantagens competitivas do Brasil, embasados, concretamente, nas metas estabelecidas por esse pacto global. Seria pertinente, nesse caso, a análise de experiências de sucesso de destinos consolidados, como a Alemanha, que possui um claro foco em sustentabilidade e acessibilidade. Mas para tal, seria urgente que o Brasil definisse sua proposta de valor para a promoção internacional, transcendendo a difusão recorrente das praias e das belezas naturais como atrativos turísticos, uma vez que uma ampla gama de possibilidades poderia ser abordada em Promoção Turística, como gastronomia, música, natureza, cultura popular e diversidade, entre outras, tendo a premissa de sustentabilidade como eixo transversal.

A Promoção Turística precisaria alinhar-se aos ODS para garantir que a imagem do Brasil no exterior reflita o compromisso do país com práticas sustentáveis

e responsáveis. Isso envolveria não apenas a menção aos ODS em documentos estratégicos, mas a incorporação de suas metas em campanhas de marketing e projetos concretos de desenvolvimento turístico. Por todas as razões anteriormente discutidas, a Promoção Turística deveria, portanto, enfatizar a preservação ambiental, a inclusão social, além do desenvolvimento econômico sustentável, utilizando os ODS da Agenda 2030 como norteadores de todas as suas ações e estratégias.

O ODS 17, por exemplo, é entendido, nesse contexto, como central para esta proposição, uma vez que esse se refere ao fortalecimento dos meios de implementação e revitalização da parceria global para o desenvolvimento sustentável, o DMO teria a possibilidade de fortalecer a rede de relações nacionais, fomentando a cooperação internacional para o desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis, transferência de tecnologia e conhecimento, colaboração entre governos locais e empresas privadas para desenvolver projetos de turismo urbano sustentável, entre outras alternativas. Além disso, a partir da promoção de uma boa imagem do país no exterior, seria possível estimular investimentos estrangeiros em território nacional, visando o desenvolvimento de infraestruturas e serviços turísticos, criação de empregos e, a promoção do crescimento econômico, em novas bases.

Mas além de reconhecer a importância dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, 12 e 14 da Agenda 2030 mais diretamente articulados ao turismo pela OMT – a tese reafirmou, também, a relevância dos demais para o setor, principalmente os ODS 9, 13 e 17, para a sustentabilidade das instituições de Promoção Turística, com alcance internacional.

Mas cabe sublinhar a necessidade de se considerar todos os ODS da Agenda 2030 em planejamento do setor turístico. Isso porque o turismo como fenômeno global envolve dimensões socioambientais, políticas e éticas, o que possibilita a sua conexão direta com todos os ODS. (Irving; Coelho; Arruda, 2020). Nesse sentido, integrar os compromissos da Agenda 2030 ao setor do turismo tende a ser essencial para uma gestão eficaz de destinos turísticos. Portanto, a Promoção Turística deve ser analisada não apenas pela perspectiva de resultados alcançados e ações articuladas aos Destinos Turísticos (DMOs), mas, também, pela estrutura interna das organizações envolvidas, pela dinâmica de planejamento e, pelo nível de capacitação profissional que sustenta essas ações

Ao ampliar a Promoção Turística para além da divulgação das praias e belezas naturais do país, a proposta contribuiria para o alcance do ODS 14 (conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável), pois além das vantagens usualmente associadas ao turismo, ele pode também gerar efeitos perversos nesses ambientes vulneráveis. Ao dirigir esforços para a diversificação da oferta turística, sem o apelo ao uso intensivo de difusão das praias brasileiras, uma nova estratégia de Promoção Turística articulada ao ODS 14 da Agenda 2030 poderá contribuir para a conservação e/ou regeneração destes ambientes costeiros. Por outro lado, o turismo também tem o potencial para a conscientização da sociedade para a conservação marinha. Isso porque ao integrar, no processo, uma estratégia de gestão integrada da zona costeira, o turismo poderia contribuir para apoiar conservação dos ecossistemas marinhos, garantindo que os usos destes locais sejam realizados de forma responsável e sustentável.

Desse modo, elaborar um novo Plano de Marketing, em substituição ao Plano Aquarela 2020, parece coerente e necessário com relação aos compromissos estabelecidos no âmbito desse pacto global. Desenvolvido em 2009, esse plano está em clara defasagem com relação ao contexto atual de desenvolvimento do setor e não aborda, como deveria, as transformações no marketing e na promoção do turismo em nível global, especialmente no que diz respeito ao compromisso de sustentabilidade.

No que tange às estratégias de mercado, o Brasil, na figura de um DMO, necessitaria rever o seu modelo de alcance de mercados, passando da adoção de mercados prioritários para mercados estratégicos, considerando também critérios de sustentabilidade.

Em conjunto com estes esforços, seria pertinente desenvolver e implementar um projeto de Marca Brasil, visando fortalecer a identidade do país tanto entre os brasileiros quanto no exterior, incorporando nesse movimento, as premissas de sustentabilidade. Seria preciso cooperar com demais instituições para construir uma marca unificada Além disso, há várias marcas sendo utilizadas simultaneamente no

país, o que pode gerar problemas de interpretação até mesmo nas mensagens da Promoção Turística para os próprios brasileiros. Tal estratégia visaria otimizar esforços e recursos, ao priorizar um mesmo discurso, para que o país seja reconhecido, a nível global, como um dos destinos referência em sustentabilidade e boas práticas, no contexto dos ODS da Agenda 2030.

Uma vez que os empreendimentos e destinos brasileiros também têm forte influência na imagem do país no exterior, tende a ser desejável o aprimoramento de parcerias com empreendimentos e “produtos” selecionados que representem o Brasil no planejamento internacional. Esse movimento teria o objetivo de promover a imagem do país, por meio de negócios, tanto no plano doméstico como internacional. Para tal, caberia o desenvolvimento de um programa de licenciamento do uso da Marca Brasil, incorporando nesse movimento o compromisso de sustentabilidade. Ao se promover o Brasil no exterior, com esse alinhamento, não apenas se tende a fortalecer a economia e a geração de empregos, mas também novas práticas de produção e consumo sustentáveis, o que pode contribuir para o crescimento econômico inclusivo e ambientalmente responsável, conforme preconizado pela Agenda 2030.

No plano da divulgação, a imagem do país no exterior é, muitas vezes, traduzida nos seus sites promocionais e páginas vinculadas. Portanto caberia investir na ampliação de uma página web dedicada à sustentabilidade para o Visit Brasil, voltada para turistas internacionais, com base em experiências, iniciativas e alguns segmentos que representem caminhos inovadores para a sustentabilidade do turismo no Brasil, alinhada aos padrões dos sites das principais DMOs globais. Para alavancar a competitividade, o Brasil, no plano internacional, seria, portanto, necessário modernizar a sua página e adotar estratégias inovadoras de promoção, incluindo, nesse caso, a oferta de conteúdo relevante atrelado ao compromisso de sustentabilidade, sendo esse adaptado ao idioma de todos os mercados estratégicos, assim como outros destinos no mundo fizeram, como Portugal, segundo discutido por Barbosa (2020).

Com o objetivo de expandir as atividades de inteligência de mercado, a Embratur poderia obter maiores vantagens ao contar com uma equipe dedicada e responsável por realizar consultorias e produzir relatórios de inteligência

remunerados, incorporando o uso de Big Data, ferramenta ainda subutilizada no turismo, segundo Silva e Koga (2023). Isso contribuiria para a geração de empregos qualificados e, para a inovação e o desenvolvimento de infraestrutura tecnológica, conforme previsto em articulação ao ODS 9.

Atreladas a estas estratégias, pondera-se sobre a necessidade de analisar novos critérios para a inclusão de empresas no Marketplace, com foco em empresas receptivas e linguagem apropriada para a comercialização em diversos mercados. Essa estrutura deverá ser alimentada com informações compreensíveis e facilmente acessíveis, com dados atualizados sobre os destinos, iluminando ações inovadoras e boas práticas, o que proporcionaria a melhoria da infraestrutura digital impulsionando o turismo sustentável no país.

Importante mencionar que o mercado MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) está em expansão e é altamente competitivo, atraindo a atenção e, o comprometimento das principais Destination Management / Marketing Organizations (DMOs). Nesse sentido, um de seus benefícios é a capacidade de atrair turistas durante a baixa temporada, aumentando a ocupação hoteleira e estimulando o mercado (Chim-Miki; Santos; Matos, 2016). Para conquistar esse público, seria conveniente desenvolver uma estratégia consistente e moderna, que inclua a atualização dos canais de promoção. Nesse contexto, seria pertinente elaborar um plano estratégico para atuação no mercado MICE, com foco na reformulação dos canais de promoção, incorporando nesse processo, os princípios de sustentabilidade para garantir práticas responsáveis e de baixo impacto ambiental em todas as iniciativas relacionadas. Além disso, essa via poderá contribuir para fomentar e promover eventos que discutam as premissas de sustentabilidade no turismo, tornando o Brasil um dos expoentes no combate às mudanças climáticas, e outras questões da Agenda 2030.

Importante enfatizar que o contexto atual do Brasil é propício para o desenvolvimento de estratégias globais de sustentabilidade, pois a próxima edição da COP (Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas), a COP 30, acontecerá no país, especificamente na cidade de Belém, em novembro de 2025.

Para que o processo seja aprimorado convém, também, se pensar na elaboração de um plano para introduzir novos canais digitais adaptados ao público-alvo, a criação de contas dedicadas para mercados estratégicos nas redes sociais e, a colaboração com influenciadores digitais, entre outras iniciativas. O consumo de conteúdo online está atingindo níveis comparáveis ao impacto que a televisão teve no século passado, e o turismo ocupa um lugar de destaque nesse cenário digital. Isso se deve, principalmente, ao compartilhamento de experiências de viagem e à oferta de serviços pelos prestadores diretamente, sem a necessidade de intermediação por agências de turismo. Além disso, o ambiente digital tem impulsionado a inovação tecnológica no turismo, facilitando a personalização de serviços, a conectividade entre viajantes e destinos, e ampliando o acesso a informações e ofertas de forma mais direta e eficiente (Buhalis; Law, 2008).

Não se poderia negligenciar, nessa análise, que a cultura de um país desempenha um papel crucial como cartão de visita para despertar o desejo de viajar nos turistas. O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) registrou mais de 40 bens imateriais em todo o Brasil, reafirmando a riqueza e diversidade cultural do país. Cabe ressaltar que os países mais bem-sucedidos no cenário mundial do turismo utilizam os elementos culturais como parte integrante de suas estratégias de marketing e promoção (Richards, 2018). Nesse sentido, seria oportuno estabelecer parcerias com o Ministério da Cultura e outros órgãos públicos e privados associados, em todos os níveis de governo, para difundir a cultura brasileira como uma estratégia central para promover o país e atrair turistas, com base na valorização e preservação da diversidade cultural do Brasil.

Mas cabe lembrar que, embora a OMT privilegie alguns ODS da Agenda 2030 e esse tem sido também o tom do planejamento turístico na maioria dos países, o ODS 3 da Agenda 2030 tem um papel central no debate pois se refere ao compromisso de assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades. Nesse sentido, cabe reforçar que a Promoção Turística não é exclusivamente pensada para o bem-estar dos viajantes, mas também para a valorização da cultura e melhoria da qualidade de vida local. Tal abordagem precisaria ser, portanto, prioritária, na direção de um mundo mais equitativo e justo. Além disso, o turismo pode afetar a saúde de diferentes formas, desde a propagação de doenças

infecciosas até o impacto na saúde mental das comunidades locais, devido aos efeitos do turismo massivo. Portanto, é crucial que o turismo seja desenvolvido de forma sustentável, levando em consideração a saúde e o bem-estar de todas as pessoas e segmentos envolvidos. Isso inclui medidas de segurança sanitária para proteger os viajantes e as comunidades locais, a promoção de práticas turísticas responsáveis que minimizem os impactos negativos na saúde das pessoas e, a promoção de estilos de vida saudáveis durante as viagens. Além disso, o turismo pode desempenhar um papel importante nas condições de bem-estar, proporcionando oportunidades de lazer, recreação e contato com a natureza, fundamentais para a saúde física e mental. Portanto, o desenvolvimento de um tipo de turismo que promova estilos de vida saudáveis e, o acesso a serviços de saúde de qualidade, conforme, ODS 3.

Por outro lado, reconhece-se que os brasileiros desempenham um papel crucial na promoção do Brasil no exterior, agindo como influenciadores importantes na atração ou repulsão de turistas para o país. Muitos visitantes são inspirados por amigos e conhecidos brasileiros, que despertam o seu interesse em visitar o Brasil. Além disso, é significativo que uma parte considerável dos turistas estrangeiros escolha o Brasil para visitar amigos e parentes, que são fontes fundamentais de informações sobre a viagem (Brasil, 2019).

Para capitalizar essa fonte de influência prioritariamente positiva, a criação de um programa de Embaixadores do Brasil, com o objetivo de envolver personalidades e cidadãos comuns na promoção do país, tende a ter um potencial positivo para o setor. Essa iniciativa não apenas engajaria um número maior de brasileiros na projeção de uma imagem positiva do Brasil no exterior, mas também contribuiria para fortalecer a autoestima nacional. Essa abordagem está intrinsecamente alinhada com os princípios de sustentabilidade, ao valorizar e potencializar os recursos humanos e culturais do país como ativos fundamentais para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Tais direcionamentos podem também representar um instrumento potente para combater a fetichização da mulher brasileira no exterior, realidade ainda presente na mentalidade de turistas estrangeiros (Ramos, 2018). Neste contexto, a abordagem dirigida ao ODS 5 (Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas) tende a ser essencial. Este objetivo tem o propósito de adesão às políticas

humanas e equitativas de igualdade de gênero, e para o desenvolvimento de novos comportamentos, além de enfatizar o papel da dinâmica familiar no processo educacional no combate e à fetichização da mulher brasileira no exterior.

No turismo, esse movimento pode também se traduzir na promoção de ambientes de trabalho inclusivos e, na garantia de que as mulheres tenham acesso igualitário a oportunidades de emprego, liderança e empreendedorismo no setor. Portanto, é crucial que o turismo seja planejado de maneira a promover a igualdade de gênero, criando políticas e programas que incentivem a participação e o avanço das mulheres no setor. Ao promover a igualdade de gênero no turismo, não apenas seria possível contribuir para o êxito do ODS 5, mas também para o próprio fortalecimento do setor como um todo, promovendo a diversidade, a inovação e o desenvolvimento sustentável.

Outro aspecto importante com relação à dinâmica dos DMOs é a participação do país em feiras e eventos (que, cada vez mais, funcionam de uma maneira mais seletiva), uma vez que frequentemente, essa é dispendiosa e oferece um retorno limitado. Uma avaliação estratégica do conjunto de oportunidades de participação em feiras e eventos, considerando uma análise integrada de custo-benefício e o retorno do investimento, tende assim a ser fundamental para o processo de tomada de decisão, bem como para a definição da maneira adequada de engajamento do país nessas iniciativas. Nesse contexto, caberia reavaliar e estabelecer um novo calendário estratégico de participação do país em feiras e eventos internacionais, com antecedência, considerando, minimamente, um horizonte de um ano, a partir da análise abrangente de custo-benefício e retorno esperado. Além disso, é importante que se proponha um formato de participação do país nesses eventos, que otimize os recursos disponíveis e maximize os benefícios para o desenvolvimento sustentável. Essa abordagem incorporaria as premissas de sustentabilidade, ao considerar a utilização mais eficiente dos recursos financeiros, humanos e ambientais, alinhada com os princípios de responsabilidade socioambiental. Cabe ainda ponderar sobre os efeitos das emissões de gases danosos à atmosfera pela utilização de voos em escala planetária com esse objetivo, que precisarão ser mais bem abordados e enfrentados nos próximos anos, em planejamento turístico.

Neste contexto, considerar na estratégia o ODS 13 (Ação Contra a Mudança Global do Clima) tende a se constituir uma via essencial em planejamento, pois mitigar as causas das mudanças climáticas é pré-requisito para a sustentabilidade do turismo, a longo prazo. Diversas atividades desenvolvidas em articulação ao turismo, especialmente o transporte aéreo, contribuem significativamente, para as emissões de gases de efeito estufa (Lino; Henkes, 2023). Essa preocupação é central para o denominado “turismo de negócios” que, frequentemente, envolve viagens frequentes de avião, uma fonte significativa de emissões que agravam as mudanças climáticas e, a degradação ambiental, em sentido amplo.

Assim, a Agenda 2030 pode representar não apenas um horizonte ético desejável para o planejamento do turismo, em bases sustentáveis, mas, também, um instrumento pedagógico para a mobilização do setor e, da sociedade em geral, para uma nova via de desenvolvimento do país

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese buscou contribuir para a avaliação crítica de Promoção Turística no Brasil, à luz do compromisso de sustentabilidade. Por meio da pesquisa realizada, foi possível identificar a complexidade e as contradições das narrativas que orientam a Promoção Turística e seus desdobramentos, no Brasil. A partir da decodificação dos significados de sustentabilidade e dos desafios inerentes à sua incorporação nas estratégias de Promoção Turística, foi possível promover a reflexão crítica sobre caminhos possíveis para a formulação de políticas públicas, no horizonte da Agenda 2030, principal pacto global vigente com esse direcionamento.

Além disso, a pesquisa buscou oferecer subsídios aplicados para a formulação de políticas públicas de turismo, orientadas pelo compromisso de sustentabilidade e, também, para a construção de um arcabouço metodológico inovador para estudos acadêmicos dessa natureza. Ao integrar a perspectiva crítica de sustentabilidade aos estudos sobre o turismo, a tese reforça a importância de uma abordagem sistêmica e orientada para a transformação do contexto de políticas de Promoção Turística, no Brasil.

A experiência realizada parece reafirmar que a pesquisa qualitativa em turismo tende a ser essencial nesse tipo de investigação acadêmica, pela possibilidade de adequação dos métodos e técnicas à realidade complexa e dinâmica do fenômeno turístico. Nesta pesquisa, ao considerar Promoção Turística segundo uma perspectiva estratégica de planejamento, foi possível a reinterpretção do próprio turismo. Isso porque a Promoção Turística desvela aspectos relevantes sobre a relação entre visitados e visitantes, e sobre a oferta e a demanda, no âmbito do denominado mercado turístico. Por esta perspectiva, a abordagem sobre Promoção Turística não deveria se limitar aos indicadores e métricas que, tradicionalmente, orientam este tipo de pesquisa. Há que se considerar as implicações culturais, sociais e ambientais envolvidas nesse processo, a partir de uma abordagem complexa e interdisciplinar sobre o tema.

Condizente com a realidade do fenômeno turístico e, a perspectiva teórica adotada nesta tese doutoral, a metodologia de pesquisa foi desenhada de maneira dialógica. A partir da problemática que ancora a pesquisa, foi definido o objetivo de

interpretar, criticamente, o contexto das políticas públicas globais dirigidas à Promoção Turística e seus desdobramentos no contexto brasileiro. Assim a tese foi desenvolvida a partir de uma imersão teórica e empírica, o que contribuiu para a transformação da própria percepção do tema em foco.

A pesquisa reforçou, ainda, a importância de se abordar, criticamente, a lacuna entre as fases elaboração e execução dos Planos de Promoção Turística, para a efetiva internalização dos compromissos de sustentabilidade. Da mesma forma, o tema da Promoção Turística, tradicionalmente avaliado por meio de métricas quantitativas como o número de visitantes, receitas geradas e ocupação hoteleira, necessitaria ser mais bem abordado, se analisado e reinterpretado à luz de uma abordagem mais holística.

Ao considerar a Promoção Turística em sua abrangência, foi possível a reinterpretção do próprio turismo. Isso porque, como anteriormente situado, a Promoção Turística revela dinâmicas importantes na relação entre visitantes e visitados representando um elo estratégico entre a oferta (destinos e serviços) e, a demanda (turistas) na perspectiva do mercado, traduzindo não apenas as realidades dos destinos, mas também narrativas que tendem a influenciar o comportamento dos turistas e moldar a imagem dos lugares turísticos.

A análise de Promoção Turística a partir de uma perspectiva interdisciplinar permitiu, portanto, uma compreensão mais profunda e abrangente sobre o seu significado e os seus efeitos. Por essa razão, esse tipo de análise deveria integrar os conhecimentos de diversas áreas de conhecimento, como a Sociologia, a Economia, a Ecologia, a Antropologia, entre outras. Nesse sentido, a colaboração e parceria entre acadêmicos, profissionais do setor turístico e formuladores de políticas públicas tende a ser essencial para o desenvolvimento de estratégias de Promoção Turística que sejam eficazes, sustentáveis e realistas.

No plano do compromisso de sustentabilidade, para que seja possível superar a lacuna entre a teoria e a implementação prática da Agenda 2030, seria fundamental também que as instituições públicas superassem essa fase de reconhecimento formal desse pacto e investissem em ações concretas com esse objetivo, como a definição de estruturas de gestão eficazes, a capacitação de pessoal especializado e, a

alocação de recursos e incentivos para a internalização do compromisso de sustentabilidade em todas as práticas e esferas da ação pública.

No âmbito das políticas públicas de turismo, em um cenário de constantes mudanças e incertezas, é fundamental também que se adote uma postura proativa e resiliente, diante de um cenário nem sempre previsível. Políticas públicas eficazes precisam ser flexíveis o suficiente para acompanhar as transformações sociais, econômicas e ambientais, respondendo de forma ágil às crises globais e locais, como aquelas decorrentes de mudanças climáticas, das pandemias e das recorrentes incertezas econômicas. Assim, a abordagem tradicional de Promoção Turística, baseada em estratégias estáticas e certas de um futuro previsível já não mais parece atender às necessidades dinâmicas do setor de turismo.

Considerando esses vários desafios previamente situados, algumas considerações são essenciais para o aprimoramento do processo de Promoção Turística, na conexão com compromisso de sustentabilidade. Em primeiro lugar, a implementação de políticas públicas deve estar respaldada por uma condução que assegure um sistema governança colaborativa e multissetorial, que integre governo, setor privado, academia, comunidades locais e organizações internacionais ao processo. Essa premissa possibilitaria que as soluções pactuadas para os problemas identificados fossem mais abrangentes, resilientes e realistas. Em segundo lugar, tende a ser crucial a criação de mecanismos de monitoramento e avaliação contínuos, capazes de identificar rapidamente as lacunas entre as ações planejadas e os resultados obtidos, permitindo ajustes pontuais e estratégicos na condução do processo.

Além disso, as políticas públicas devem ser orientadas pelo compromisso de sustentabilidade em todas as suas dimensões: econômica, social e ambiental. Isso significa não apenas garantir que o turismo gere benefícios econômicos, mas também que promova a inclusão social, respeite as culturas locais e minimize os impactos ambientais. Mas a integração dessas premissas no processo de planejamento exige uma perspectiva de longo prazo, que leve em consideração tanto as necessidades imediatas do setor quanto a salvaguarda de preservação dos recursos naturais e culturais para as gerações presentes e futuras.

Adicionalmente, é fundamental que seja assegurado o diálogo entre os diferentes agentes envolvidos, permitindo o intercâmbio de conhecimentos e a consolidação de boas práticas, especialmente em um setor tão volátil como o turismo. Somente a partir dessa abordagem multidimensional e de longo prazo, as políticas públicas poderão, de fato, promover um turismo mais justo, inclusivo e sustentável, capaz de se adaptar às incertezas e mudanças que caracterizam o cenário global atual.

Os desafios mapeados por essa Tese, reafirmam, no entanto, as inúmeras dificuldades para assegurar o alinhamento das práticas de Promoção Turística aos ODS da Agenda 2030, evidenciando também a necessidade de uma abordagem mais integrada de políticas públicas para assegurar a sustentabilidade do setor.

A pesquisa realizada revelou, ainda, a oportunidade privilegiada para o aprofundamento de estudos relacionados à Promoção Turística. Uma outra informação decorrente da pesquisa foi a desconexão entre as fases de formulação e a execução de políticas públicas de Promoção Turística, um desafio central a ser enfrentado, nos próximos anos pelo país, para que o Brasil possa efetivamente, ocupar uma posição de destaque no cenário internacional.

Essa desconexão recorrente pode ter diversas implicações negativas na própria efetividade de políticas públicas. Um plano bem elaborado pode perder a sua eficácia se não for implementado conforme planejado. Essa lacuna pode resultar, ainda, em desperdício de recursos, perda de oportunidades para o desenvolvimento turístico e, insatisfação por parte dos stakeholders envolvidos. Além disso, a falta de alinhamento entre as esferas de planejamento e implementação pode gerar inconsistências na mensagem promocional do destino turístico e dissonâncias com relação às tendências e necessidades do mercado, afetando a imagem e a competitividade do país, no plano internacional.

Em resumo, a Promoção Turística no Brasil parece responder a um processo lento de transformação do setor. Mas há ainda um longo caminho a ser percorrido para que as políticas públicas avancem, efetivamente, na direção do compromisso de sustentabilidade, no turismo.

Mas apesar de reconhecer a contribuição desta tese para a compreensão crítica das políticas públicas de Promoção Turística, sob a perspectiva da sustentabilidade,

algumas de suas limitações devem também ser consideradas, no sentido de orientar estudos futuros. Primeiramente, a análise documental, embora estruturada por meio de um arcabouço metodológico inovador, depende da acessibilidade, da atualidade e da transparência das fontes oficiais, o que nem sempre é o caso. Além disso, as políticas públicas são influenciadas por conjunturas econômicas e sociais, o que tende a limitar o alcance das conclusões, obtidas em um horizonte de médio e longo prazos.

Outra limitação da investigação realizada é que ela incidiu apenas sobre as narrativas de políticas públicas, mas não pode ainda avançar na análise da dinâmica implementação dos dispositivos analisados.

Por todas essas razões, é possível afirmar que a pesquisa realizada foi capaz de avançar na decodificação do tema em foco, mas não esgotou a complexidade envolvida nesse debate, deixando espaço para aprofundamentos futuros, que podem incluir abordagens comparativas entre países, estudos empíricos sobre a efetividade das políticas públicas e, a incorporação de perspectivas locais e comunitárias na formulação de estratégias de Promoção Turística, segundo as premissas de sustentabilidade. Além disso, uma outra vertente promissora para pesquisas futuras envolveria a concepção de metodologias dirigidas à avaliação de avanços de políticas públicas no contexto brasileiro, com relação aos compromissos estabelecidos nos marcos internacionais globais de referência nesse debate, como a Agenda 2030. Outra linha de investigação potencial envolveria a conexão entre turismo e mudanças climáticas, por meio da leitura de como as políticas de Promoção Turística poderiam incorporar estratégias de adaptação e mitigação dos impactos climáticos. O turismo representa um setor altamente sensível às variações climáticas, e a implementação de políticas públicas que integrem resiliência ambiental, redução de emissões de carbono e proteção de ecossistemas poderia representar um avanço significativo para o setor, em termos de compromisso ético de sustentabilidade alinhado às tendências globais.

Diante dos desafios e oportunidades identificados e anteriormente situados, esta tese reforça a necessidade de políticas públicas de Promoção Turística que integrem, de forma efetiva e sistêmica, as premissas da sustentabilidade. A conexão entre turismo, ambiente e desenvolvimento socioeconômico exige estratégias que transcendam narrativas institucionais, e promovam ações concretas, também

alinhadas às tendências projetadas nos marcos e pactos globais como a Agenda 2030.

Ao gerar uma reflexão crítica sobre o tema e uma contribuição metodológica inovadora para a pesquisa em turismo, esta tese buscou não apenas iluminar a compreensão sobre a conexão entre turismo e sustentabilidade, mas também apontar caminhos para políticas públicas, inclusivas, responsáveis e realistas. Para tal, é importante enfatizar que o futuro do turismo depende de uma articulação cada vez mais estreita entre os governos, o setor privado, a academia e as comunidades envolvidas. E, nesse caso, a Promoção Turística não poderia representar apenas uma “vitrine de destinos turísticos”, mas deveria se constituir como um verdadeiro instrumento para a transformação social e para o desenvolvimento do país, em bases sustentáveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Z. M. M. B.; SILVA, M. H. G. F. D. da. Análise qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. **Paidéia**, Ribeirão Preto, v.2, p. 61–69, jul. 1992.
- ARAÚJO, W.A. de; TEMOTEO, J.A.G., ANDRADE, M.O. de, TREVIZAN, S.D.P. Desenvolvimento local, turismo e populações tradicionais: elementos conceituais e apontamentos para reflexão. **Interações**, Campo Grande, v. 18, p. 05–18, 2017. <https://doi.org/10.20435/inter.v18i4.1392>
- ARRUDA FILHO, N. de P. The agenda 2030 for responsible management education: An applied methodology. **International Journal of Management Education**, v. 15, n. 2, p. 183–191, 2017.
- BARBOSA, L. G. **Impacto Econômico do COVID-19: propostas para o turismo brasileiro**. FGV Projetos, 2020.
- BARBOSA, L. G., & OLIVEIRA, C. T. F. Competitiveness of tourist destinations: The study of 65 key destinations for the development of regional tourism. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 5, 1067-1095, 2010.
- BARBOSA, M. F. C. **As estratégias de comunicação digital dos portais Visit Portugal e Visit Lisboa para a promoção do turismo gastronômico em Portugal**. Mestrado em Turismo e Comunicação (Dissertação). ESHTe - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Universidade de Lisboa, 2020.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1 ed ed. [s.l.] Edições 70, 2011.
- BARNES, J.; COUTURE. Understanding the Role of DMOs in Tourism Policy. **Tourism Management**, v. 51, p. 1-10, 2015.
- BENI, M. C.; MOESCH, M. a Teoria da Complexidade e o Ecosistema do Turismo. **Turismo: Visão e Ação**, n.3, v. 19, 2017. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/11662>.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 9-ed, 2003.

512p.

BEZERRA, D.V. de S., NUNES, J.R., NASCIMENTO, R.S., NASCIMENTO, V.L.Q.
Turismo de Base Comunitária: proposta para o resgate cultural da
comunidade quilombola Alto Itacuruçá, Abaetetuba (PA). **Rev. Bras.
Ecoturismo RBEcotur.** v. 9, 2016.
<https://doi.org/10.34024/rbecotur.2016.v9.6571>

BOFF, L. **Sustentabilidade:** o que é – o que não é. Petrópolis: Vozes, 2012.

BONFANTI, A.; VIGOLO, V.; YFANTIDOU, G. The impact of the Covid-19 pandemic
on customer experience design: The hotel managers' perspective. **Int. J.
Hosp. Manag.** v. 94, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102871>

BRASIL, Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico do Turismo Brasileiro.**
Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico#:~:text=A%20atual%20publica%C3%A7%C3%A3o%20do%20Anu%C3%A1rio,Internacional%20do%20Turismo%20\(Embratur\)](https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico#:~:text=A%20atual%20publica%C3%A7%C3%A3o%20do%20Anu%C3%A1rio,Internacional%20do%20Turismo%20(Embratur).). Último acesso em: 20 fev. de 2023

BRASIL, W. F. W. **Memória do turismo:** trajetória histórica da EMBRATUR no
período de 1966 a 2006. 2007. 242 f. Monografia (Especialização em Gestão
de Negócios em Turismo), Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

BRASIL. **Decreto-Lei n.º 406.** Regula a entrada de estrangeiros em território nacional,
1938. <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-406-4-maio-1938-348724-publicacaooriginal-1-pe.html>

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF:
Presidência da República, 1988. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966.** Dispõe sobre a Política
Nacional de Turismo e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção
1, Brasília, DF, 21 nov. 1966. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0055.htm.

BRASIL. **Embratur** - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo.
Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/embratur>

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 18 set. 2008.
Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm.

BRASIL. **Lei nº 14.002, de 22 de maio de 2020**. Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, para incluir as estâncias hidrominerais, climáticas, turísticas e similares entre as categorias de municípios turísticos reconhecidos pelo Poder Público. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 25 maio 2020. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L14002.htm.

BRASIL. **Lei nº 8.181, de 28 de março de 1995**. Institui a Política Nacional de Turismo e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 29 mar. 1995

BRASIL. Ministério do Turismo. **Pesquisa de Demanda Turística Internacional – 2018**. Brasília, MTur, 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007**: Turismo como fator de desenvolvimento. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**: Uma viagem de inclusão. Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**: Mais empregos e renda para o Brasil. Brasília, 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2024-2027: O turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo.** Brasília, 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Planos de Marketing Turístico.** Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/planos-de-marketing-turistico> Último acesso em: 20 out de 2023

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 1994.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e sustentabilidade:** orientações para prestadores de serviços turísticos. Brasília: Ministério do Turismo, 2016. Disponível em: <https://ricardoshimosakai.com.br/wp-content/uploads/2016/06/guia-turismo-e-sustentabilidade.pdf> Último acesso em: 15 fev. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo; EMBRATUR. **Plano Aquarela 2020: Marketing Turístico Internacional do Brasil.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/planos-de-marketing-turistico/plano_aquarela_2020.pdf

BRASIL. Ministério do Turismo; EMBRATUR. **Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil 2007-2010.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo; EMBRATUR; CHIAS MARKETING. **Plano Aquarela do Brasil, Marketing Turístico Internacional,** Relatório Executivo, EMBRATUR, Brasília, 2005.

BRASILEIRO, M. D. S. Desenvolvimento e turismo: para além do paradigma econômico. In M. D. S. BRASILEIRO; J. C. C. MEDINA; L. N. CORIOLANO (Orgs) **Turismo, cultura e desenvolvimento** [online]. Campina Grande: EDUEPB. p.75-98, 2012.

BRUYNE, P. et al. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os polos da prática metodológica.** 5. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

- BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience: Through Personalisation of Services. In: Tussyadiah, I., Inversini, A. (Eds.), **Information and Communication Technologies in Tourism**. Springer International Publishing, Cham, p. 377–389, 2015.
- BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.
- CACHO, A. do N.B.; AZEVEDO, F.F. de. O Turismo no Contexto da Sociedade Informacional. **Rev. Bras. Pesqui. Em Tur.**, v. 4, 2010.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v4i2.266>
- CALANTONE, R. J.; CAVUSGIL, S. T.; ZHAO, Y. Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, v. 31, p. 515-524, 2002. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(01\)00203-6](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6).
- CAMARGOS, M.C.S.; GONZAGA, M.R.; COSTA, J.V.; BOMFIM, W.C. Estimativas de expectativa de vida livre de incapacidade funcional para Brasil e Grandes Regiões, 1998 e 2013. **Ciênc. Saúde Coletiva**, v. 24, p. 737–747, 2019.
<https://doi.org/10.1590/1413-81232018243.07612017>
- CAMILO, I.; BAHL, M. Desenvolvimento do turismo baseado em elementos culturais. **Turismo de Sociedade**, v.10, 2017. <https://doi.org/10.5380/tes.v10i1.52187>
- CARVALHO, G.L. Perspectiva Histórico-Institucional da Política Nacional de Turismo no Brasil (1934-2014). **Mercat**, Fortaleza, v. 15, p. 87–99, 2016.
<https://doi.org/10.4215/RM2016.1501.0007>
- CASSELL, C.; SYMON, G. Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research. **Athenaeum Studi Periodici Di Letteratura E Storia Dell Antichita**, p. 388, 2004.
- CILLIERS, P. **Complexity and Postmodernism: Understanding Complex Systems**. London: Routledge, 1998.
- CILLIERS, P. **Complexity and Postmodernism: Understanding Complex Systems**.

London: Routledge, 1998. 156p. Disponível em: <https://uberty.org/wp-content/uploads/2015/04/Paul-Cilliers-Complexity-and-Postmodernism-Understanding-Complex-Systems-1998.pdf>. Último acesso em: dez 2023.

CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

CMMAD; FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Nosso Futuro Comum**. Traduzido pela Editora da Fundação Getúlio Vargas (FGV – Rio de Janeiro), 1991. **Oxford**: Oxford University Press, 1987.

CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO; ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO; CONSELHO DA TERRA. **Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo**: em direção a um desenvolvimento ambientalmente sustentável. 1993. Disponível em: <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/>

COOPER, C., et al. **Turismo**: Princípios e Prática. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CRISTINA, F.; CARVALHO, C. DE. El Desarrollo Turístico y la Utopía de la Sustentabilidad en Bahía de Banderas, Nayarit. **Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET**, v.7, n.3, p. 29-41, 2017.

CROSTA, A. D.; CECCATO, I.; MARCHETTI, D.; MALVA, P. L.; MAIELLA, R.; CANNITO, L.; CIPI, M.; MAMMARELLA, N.; PALUMBO, R; VERROCCHIO, M. C.; PALUMBO, R; DOMENICO, A. D. Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. **Plos One**, v. 16, 2021. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256095>

CRUZ, G.; GONÇALVES, S.; FILHO, S.; SANTOS, W. Promoção de Destinos: um olhar ético cultural sobre as operadoras turísticas. **V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo**. 2008. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/76.pdf> Último acesso em 20 set. 2019.

CRUZ, R. de C. A. da. Ensaio sobre a relação entre Estado, políticas públicas de turismo e desenvolvimento regional no Brasil. **Confins Rev. Fr.-Bras. Geogr.** n. 44, 2020 <https://doi.org/10.4000/confins.26416>

- CRUZ, R. de C. A. da. Impactos da pandemia no setor de Turismo. **Jornal da USP – artigos**, 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo/>. Acesso em 28 jan. 2025.
- DAMAS, M.T., BRAMBATTI, L. E. Estudo de impactos sociais abordados em artigos científicos de turismo via periódico Capes. **Rev. Tur. Contemp.**, n. 7, p. 163–180, 2019. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2019v7n1ID15592>
- DARBELLAY, F.; STOCK, M. Tourism as complex interdisciplinary research object. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 1, p. 441–458, 2012.
- DAVIES, Rachel; IVES, Jonathan; DUNN, Michael. A systematic review of empirical bioethics methodologies. **BMC Medical Ethics**, v. 16, art. 10, 2015. DOI: 10.1186/s12910-015-0010-3.
- DEBEIR, J. C.; DELÉAGE, J. P.; HÉRMERY, D. **Uma história da energia**. Brasília: Editora UNB, 1993.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.). **The SAGE handbook of qualitative research**. 5. ed. Los Angeles, CA: Sage, 2018.
- DESCARTES, René. **Discurso do Método**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- DESTINATION THINK. **Will international tourism offices remain relevant?** White Paper. 2017. Disponível em: <https://destinationthink.com/z/white-paper-ito-2017/>
- DESTINATIONS INTERNATIONAL. 2017 **Destination Marketing Study**. 2017. Disponível em <https://destinationinternational.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024.
- DESTINATIONS INTERNATIONAL. 2018 **Destination Marketing Study**. 2018. Disponível em <https://destinationinternational.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024.
- DESTINATIONS INTERNATIONAL. 2022 **Destination Marketing Trends**. 2022. Disponível em <https://destinationinternational.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

DESTINATIONS INTERNATIONAL. **Destination Marketing Study**, 2017.

DESTINATIONS INTERNATIONAL. **Destination Marketing Study**, 2018.

DESTINATIONS INTERNATIONAL. **Destination Marketing Trends**, 2022.

DESTINATIONS INTERNATIONAL. **DestinationNext: Insights and Recommendations for DMOs**. 2021. Disponível em: <https://destinationnext.com>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

DESTINATIONS INTERNATIONAL. **Strategic Roadmap for the Next Generation of Global Destination Organizations**. [s.l: s.n.]. Disponível em: https://destinationsinternational.org/sites/default/files/DestinationNEXT_2021FutureStudy_FINAL.pdf Último acesso em: 20 fev 2023

DŁUŻEWSKA, A., GIAMPICCOLI, A. Enhancing Island tourism's local benefits: A proposed community-based tourism-oriented general model. **Sustain. Dev.** n. 29, p. 272–283, 2021. <https://doi.org/10.1002/sd.2141>

ELY, P. A. Selling Mexico: Marketing and tourism values. **Tourism Management Perspectives**, v. 8, p. 80–89, 2013.

EMBRATUR. **Recorde Histórico**: turismo internacional injeta R\$ 34,5 bilhões na economia brasileira em 2023. Site Oficial – Economia. Disponível em: <https://embratur.com.br/2024/02/05/recorde-historico-turismo-internacional-injeta-r-345-bilhoes-na-economia-brasileira-em-2023/>. Acesso em 28 jan. 2025.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Euromonitor International** - Analysis. Disponível em: <http://www.portal.euromonitor.com.lib.fontys.nl/portal/analysis/tab>. Último acesso em: 20 ago. 2023.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC). **European Tourism Trends: A European Perspective 2020**

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC). **European Tourism Trends: A European Perspective**. 2020. Disponível em: <https://etc-corporate.org>. Último

acesso em: 23 nov. 2024.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC). **Insights on Tourism Recovery:**
Lessons from 2021

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC). **Insights on Tourism Recovery:**
Lessons from 2021. 2021. Disponível em: https://etc-corporate.org/uploads/2022/06/ETC_Annual-Report-2021_spread-WEB_FIN.pdf. Último acesso em [DATA].

FAGUNDES, Cláudia Noemi; BARTHOLO, Roberto. **Turismo e Justiça Social:**
Caminhos para a Sustentabilidade. São Paulo: Aleph, 2013.

FALK, A.; HERMLE, J. Relationship of gender differences in preferences to economic development and gender equality. **Science**, v. 362, n. 6412, 2018.
<https://doi.org/10.1126/science.aas9899>

FARAH, M. F. S. Análise de políticas públicas no Brasil: de uma prática não nomeada à institucionalização do “campo de públicas”. **Revista de Administração Pública**, v. 50, n. 6, p. 959–979, 2016.

FERREIRA, G. F. **Regenerando Amanhãs Desejáveis nas Universidades:** Da Ecologia Social à Psicologia Ambiental para o cultivo de sustentabilidades na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). 2022. (Tese de Doutorado), Programa de Pós- Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS), 2022.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2019.

FONFARA, K.; RATAJCZAK-MROZEK, M.; LESZCZYŃSKI, G. Change in business relationships and networks: Concepts and business reality. **Industrial Marketing Management**, v. 70, October 2017, p. 1–4, 2018.

FRAGELLI, C. **Psicossociologia do Turismo:** interpretando um fenômeno em constelação. (Tese de Doutorado), Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social do Programa EICOS/UFRJ. Rio de Janeiro, 2018.

FRANKLIN, Adrian; CRANG, Mike. The Trouble with Tourism and Travel Theory?
Tourist Studies, vol. 1, no. 1: 5-22, 2001.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. 308 f. (Tese de Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói (RJ), 2008.

FUMI CHIM-MIKI, A.; DOS SANTOS JÚNIOR, A.; OLIVEIRA MATOS, C. MICE Tourism (Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions) como gerador de Turismo Interno: Analisando a cidade de Pelotas, RS. **Revista de Turismo Contemporâneo** [S. l.], v. 4, n. 1, 2016.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Impactos Econômicos da COVID-19**: propostas para o Turismo. 2ª ed., jun./2020. Disponível em:
<https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/2a-edicao-impactos-economicos-da-covid-19-propostas-para-o-turismo-junho-2020>. Acesso em 28 jan. 2025.

GAJIĆ, T., PETROVIĆ, M.D., BLEŠIĆ, I., RADOVANOVIĆ, M.M., SYROMIATNIKOVA, J.A., 2021. The power of fears in the travel decision – covid-19 against lack of money. **J. Tour. Futur**, v.9, n.1, 2021.
<https://doi.org/10.1108/JTF-03-2021-0064>

GARCÍA-CANCLINI, N. **Culturas Híbridas**: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. São Paulo: Edusp, 2005.

GEORGESCU-ROEGEN, N. **The Entropy Law and the Economic Process**. 1. ed. Boston: Harvard University Press, 1971. v. 83

GILLEN, J.; MOSTAFANEZHAD, M. Geopolitical encounters of tourism: A conceptual approach. **Annals of Tourism Research**, v. 75, n. Dec., p. 70–78, 2019.

GODOY, A. S. Introdução À Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n. 2, p. 57–63, 1995.

GOMES, M.S. O marketing turístico e o reposicionamento da imagem do brasil no mundo: uma análise do Plano Aquarela da Embratur. **Book Of Proceedings**.

Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies –
Algarve, 2011

GÖSSLING, S.; SCOTT, D.; HALL, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **J. Sustain. Tour.** v.29, p.1–20, 2021.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

GRETZEL, U., SIGALA, M., XIANG, Z., KOO, C. Smart tourism: foundations and developments. **Electron. Mark.** v.25, p.179–188, 2015.
<https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

GRIMM, I.; SAMPAIO, C; GREUEL, M; CERVEIRA, J. Políticas Públicas do Turismo e Sustentabilidade: a interrelação na Esfera Nacional, Estadual e Local, **Revista Turismo Visão e Ação** (Eletrônica), v. 15, nº 1, p. 95–111 / jan-abr 2013.

GRUM, D. K. Psychological Characteristics of Tourist Behavior During a Pandemic and Expectations of Future Tourists. In. D. K., Grum. **Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry**, 2021. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8231-2.ch019>

GUNAWAN, H.; VERBEEK, Ad. (Eds.). The Role of Destination Management Organisations in Tourism Development. **Journal of Travel Research**, v. 55, n. 2, p. 128-140, 2016.

HALL, C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, p. 1–17, 19 jan. 2019.

HANAI, F. Y. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade do turismo: Conceitos, reflexões e perspectivas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 8, n. 1, p. 198–231, 2012.

HANAI, F. Y. **Sistema de Indicadores de Sustentabilidade**: Uma aplicação ao Contexto de Desenvolvimento do Turismo na Região de Bueno Brandão Estado de Minas Gerais, Brasil. (Tese de Doutorado). Universidade Federal de São Carlos - Escola de Engenharia de São Carlos, São Paulo, 2009.

- HE, H.; HARRIS, L. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. **J. Bus. Res.** v.116, p.176–182, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- HIGGINS-DESBIOLLES, F. Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? **Tourism Management Perspectives**, v. 25, n. November, p. 157–160, 2018.
- HIGGINS-DESBIOLLES, F. The elusiveness of sustainability in tourism: The culture-ideology of consumerism and its implications. **Tourism and Hospitality Research**, v.10, n2, 2010.
- HOFSTAETTER, M.; SANSON, C.; MYRRHA, L. J.; MACEDO, L. D. O impacto da pandemia de Covid-19 na vida dos trabalhadores do setor turístico do Rio Grande do Norte: resultados e reflexões. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 10, n. 2, p. 277-299, maio/ago. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/23464>. Acesso em 26 jan. 2025.
- INTERNATIONAL INSTITUTE FOR PEACE THROUGH TOURISM. **Declaração de Amã sobre o Turismo e a Paz**. Cúpula Global do IIPT, Amã, Jordânia, 2000. Disponível em: <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/59.%20Amman.PDF>
- IRVING, M. A. Sustentabilidade e O futuro que não queremos: polissemias, controvérsias e a construção de sociedades sustentáveis. **Sinais Sociais**, Rio de Janeiro, v. 26, 2014.
- IRVING, M. A; BURSZTYN, I.; SANCHO, A. P.; MELO, G. de M. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 4, 2005,
- IRVING, M. A; COELHO, A. M.; ARRUDA, T. O. Turismos, sustentabilidades e pandemias: Incertezas e caminhos possíveis para planejamento turístico no horizonte da Agenda 2030. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, v.16, n. Especial, dezembro, 2020. <https://doi.org/10.17648/raoit.v14n4.6661>

- IRVING, M. A.; RODRIGUES, C. G. de O.; RABINOVIC, A.; COSTA, H. A. **Turismo, áreas protegidas e inclusão social**. 1ª Edição ed. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2015.
- IRVING, M. de A. Participação, inclusão e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. In: M. DE A, IRVING; J. AZEVEDO; M. A. G. de LIMA. DE. **Turismo: Ressignificando sustentabilidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2018.
- IRVING, M. DE A.; OLIVEIRA, E. **Sustentabilidade e transformação social**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2012.
- IRVING, Marta de Azevedo et al. **Turismo e Sustentabilidade: Desafios Contemporâneos**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.
- JAFARI, J. Tourism and Culture: An Inquiry into Paradoxes. **Journal of Travel Research**, vol. 44, no. 3: 248-259, 2005.
- JAMAL, T.; CAMARGO, B. A. Tourism governance and policy: Whither justice? **Tourism Management Perspectives**, v. 25, n. November 2017, p. 205–208, 2018.
- JIANG, Yangyang; WEN, Jun; ZHENG, Danni; PHAU, Ian; WANG, Wei. Pandemic prevention via tourism: a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, v. 96, p. 103463, set. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103463>.
- JORDAN, E. J.; SPENCER, D. M.; PRAYAG, G. Tourism impacts, emotions and stress. **Annals of Tourism Research**, v. 75, n. January, p. 213–226, 2019.
- JUNIOR AMARAL, J. C. B. **O turismo na periferia do capitalismo**: a revelação de um cartão postal. (Tese de Doutorado). Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), 2008
- KAFRUNI, S. Correio Braziliense, Blog do Vicente. **Embratur encerra contrato com 13 escritórios de promoção no exterior**. Disponível em: <https://blogs.correio braziliense.com.br/vicente/embratur-encerra-contrato-com->

13-escritorios-de-promocao-no-exterior/ Último acesso em: 27 abr 2024

KHUN, T. S. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1996.

KLEIN, J. T. A taxonomy of interdisciplinarity. In: FRODEMAN, R.; KLEIN, J. T.; MITCHAM, C. (Eds.). **The Oxford handbook of interdisciplinarity**. Oxford: Oxford University Press, 2010. p. 15-30.

KÖRÖSSY, N. Do “turismo predatório” ao “turismo sustentável”: uma revisão sobre a origem e a consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. **Caderno Virtual do Turismo**, v. 8, n 2 ,2008

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Pearson, 2017.

KUHN, T. **Estrutura das revoluções científicas**. 5th. ed. São Paulo: Editora perspectiva, 2000.

KUHN, T. S. A Estrutura das Revoluções Científicas/ Thomas S. Kuhn; tradução Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira – 12. Ed. São Paulo, **Perspectiva**, 2013. Disponível em: <https://ppec.ufms.br/files/2020/10/A-estrutura-das-revolu%C3%A7%C3%B5es-cient%C3%ADficas-Kuhn.pdf>. Último acesso em: 28 nov. 2024.

KUSCH, M. Scientific pluralism and the Chemical Revolution. **Studies in History and Philosophy of Science Part A**, v. 49, p. 69–79, 2015.

LAGO, A. C. do. **Estocolmo, Rio, Joanesburgo**: o Brasil e as três conferências ambientais das Nações Unidas. Brasília, DF: Fundação Alexandre Gusmão, 2006.

LAMAS, S. A.; SILVA, C. B. DA; HOFSTAETTER, M.; SOUZA, C. R. DE; MARQUES JÚNIOR, S. Sustentabilidade no Turismo ou Turismo Sustentável: uma revisão conceitual. In: M. C. Santos, F. Perna, J. A. C. Santos, L. N. Pereira & A. I. Renda (Ed). **Sustentabilidade**: O Futuro do Turismo (chap. IV, pp. 85-102). Faro: UAlg ESGHT, 2018.

- LAMMI, M.; PANTZAR, M. The data economy: How technological change has altered the role of the citizen-consumer. **Technol. Soc.** n.59, 2019.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101157>
- LANZARINI, R.; BARRETO, M. (2014). Políticas Públicas no Brasil para um Turismo Responsável. **Revista Visão e Ação**, 16(1), 185-215.
- LARSEN, S.; WOLFF, K.; DORAN, R.; ØGAARD, T. What Makes Tourist Experiences Interesting. **Front. Psychol.** n.10, 2019.
- LEIMGRUBER, W. Tourism in Switzerland – How can the future be? **Res. Glob.** n.3, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100058>
- LEJANO, R. **Parâmetros para análise de políticas**: fusão de texto e contexto. Campinas: Arte Escrita, 2012.
- LI, Y.; HU, C.; HUANG, C.; DUAN, L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services. **Tour. Manag.** n.58, p.293–300, 2017.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- LIBURD, J. J. Tourism research 2.0. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 2, p. 883–907, 2012.
- LIMA, M. A. G. de. **Turismo de Base Comunitária em Magé (RJ/Brasil)**: tecendo conexões entre turismos, naturezas e culturas nos Caminhos da Serra do Mar. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (Programa EICOS), do Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2019
- LIMA, M. A. G.; IRVING, M. A. Políticas públicas de turismo no Brasil: o “estado da arte” para se pensar sustentabilidade. In: Irving, MA, Azevedo, J. & Lima, MAG (Eds.) **Turismo**: ressignificando a sustentabilidade. Rio de Janeiro: Fólio Digital: Letra e Imagem. 2018.
- LIMA, M. A. G.; IRVING, M. A.; FRAGELLI, C.; NASRI, Y.; FAICO, G. F. Sustainability and tourism public policies in Brazil: Contradictions and opportunities in the horizon of the 2030 Agenda. **Tourism Planning and Development Journal**

(2025).

LIMA, M. A. G.; IRVING, M. A.; OLIVEIRA, E. Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil: uma leitura crítica sobre o turismo de base comunitária (TBC). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 16, e-2094, 2022.

LIMA, R.M.M. DE, COSTA, J.B.A. da. Os Caminhos do Desenvolvimento no Turismo: o deslocamento da abordagem centralizada na renda para a abordagem com foco nas pessoas. **Tur. E Soc.** n.7, 2014.
<https://doi.org/10.5380/tes.v7i2.33607>

LINO, L. N.; HENKES, J. A. Impactos do transporte aéreo de passageiros uma análise da aplicação dos ODS: um estudo de caso da United Airlines. **Revista Brasileira De Aviação Civil & Ciências Aeronáuticas**, v.1, n.1, p. 258–313, 2023.

LOPES, M. M.; PANOSSO NETTO, A. Análise das Políticas Federais de Turismo no Brasil (1930 A 2020). **Ateliê do Turismo**, Campo Grande / MS, v. 5, n. 2, p.200-224, jul–dez 2021.

LOUREIRO, C. F. Sustentabilidade e educação ambiental: controvérsias e caminhos do caso brasileiro. **Sinais Sociais**, Rio de Janeiro, v. 26, 2014.

MADEIRA, N. **Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos**. Sociedade Portuguesa de Inovação. Porto, 2010. Disponível em:
http://www.spi.pt/documents/books/turismo/docs/Manual_IV.pdf. Último acesso em: 23 set. 2019.

MAKWANA, N. Disaster and its impact on mental health: A narrative review. **J. Fam. Med. Prim.**, n. 8, p.3090–3095, 2019.
https://doi.org/10.4103/jfmprc.jfmprc_893_19

MARANHÃO, C.H. da S. A trajetória histórica da institucionalização do turismo no Brasil. **Rev. Tur. Contemp.**, v.5, 2017. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2017v5n2ID9522>

- MARCH, J. G.; GUAL, M.; OROZCO, F. Experiences on greywater re-use for toilet flushing in a hotel (Mallorca, Island, Spain). **Desalination**, v. 164, n. 3, p. 241–247, 2004.
- MARTINE, G; ALVES, J. Economia, sociedade e meio ambiente no século 21: tripé ou trilema da sustentabilidade, **R. bras. Est. Pop.**, Rio de Janeiro, v.32, n.3, p.433-460, set./dez. 2015.
- MARTÍNEZ, R. M.; GALVÁN, M. O.; LAFUENTE, A. M. G. Public Policies and Tourism Marketing. An Analysis of the Competitiveness on Tourism in Morelia, Mexico and Alcala de Henares, Spain. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 148, p. 146–152, 2014.
- MARTINEZ-ALIER, J. **Ecological Economics**. [s.l.] Elsevier, 2015.
- MARTÍNEZ-RUBIO, K. et al. Innovación y sustentabilidade empresarial en turismo. Uma revisão sistemática de literatura. **Revista Perspectiva Empresarial**, v.8, n.2, p. 77-90, 2021.
- MARUJO, Maria. A Internet como Novo Meio de Comunicação para os Destinos Turísticos: o caso da Ilha da Madeira. **Turismo em Análise**, v.19, n.1, maio, 2008. Disponível em:
<http://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/4877/1/A%20Internet%20como%20Novo%20Meio%20de%20Comunica%20c3%a7%20c3%a3o%20para%20os%20Destinos%20Tur%20c3%adsticos.pdf>. Último acesso em: 30 ago. 2019
- MATIZA, T. Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk. **J. Tour. Futur**, v.8, n.1, 2020. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2020-0063>
- MATTOS, C. P. DE. **Psicossociologia do Turismo**: uma via para interpretar o turismo na Área de Proteção Ambiental de Macaé de Cima, Nova Friburgo, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), RJ, Brasil, 2018.
- MCKINSEY & COMPANY. **The Future of Travel and Tourism**: Global Trends and Opportunities. 2020. Disponível em: <https://www.mckinsey.com>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

MEDEIROS, L. C. Turismo e sustentabilidade ambiental: referências para o desenvolvimento de um turismo sustentável. **Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 197–234, 2013.
<https://doi.org/10.22292/mas.v3i2.181>

MEDEIROS, T., SOUSA, M., MENDES, J. A Importância das Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo Sénior: Uma Revisão Sistemática. **Tur. Visão e Ação**, n. 23, p. 579–594, 2021.
<https://doi.org/10.14210/rtva.v23n3.p579-594>

MIKHAILOV, S., KASHEVNIK, A. Tourist Behaviour Analysis Based on Digital Pattern of Life - An Approach and Case Study. **Future Internet**, n. 12, 2020.
<https://doi.org/10.3390/fi12100165>

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOESCH, M. **Epistemologia social do turismo**. (Tese de Doutorado). São Paulo, ECA -USP 2004.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 5.ed ed. Porto Alegre: Sulina, 2015a.

MORIN, E. **O método II: a vida da vida**. Porto Alegre: Sulina, 2015b.

MORIN, E. **Saberes globais e saberes locais: o olhar trasndisciplinar**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

MORIN, E. **Introduction à la Pensée Complexe**. Paris: ESF, 1990.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 731–747, 2011.

NAKASHIMA, S.K.; CALVENTE, M. del C.M.H. A História do Turismo: epítome das mudanças. **Tur. E Soc.** n.9, 2016. <https://doi.org/10.5380/tes.v9i2.43151>

NASCIMENTO, E. P. Trajetória da Sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 26, n.

74, p. 51–64, 2012.

NASCIMENTO, H. H. O. Turismo à luz do patrimônio cultural: uma abordagem sobre a identidade, memória e conservação dos Monólitos de Quixadá (CE). **Rev. Bras. Ecoturismo RBEcotur**, n.10, 2017.

<https://doi.org/10.34024/rbecotur.2017.v10.6559>

NASRI, Y. Desenvolvimento Sustentável e Turismo: Uma Reflexão Crítica. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 12, n. 2, 2018, p. 45-60.

NAZARI, J. A.; HRAZDIL, K.; MAHMOUDIAN, F. Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. **Journal of Contemporary Accounting & Economics**, v. 13, n. 2, p. 166–178, 1 ago. 2017.

NEVES, E. M. S. C. Política ambiental, municípios e cooperação intergovernamental no Brasil. **Estudos Avançados**, v. 26, n. 74, p. 137–150, 2012.

NIETO, A. T. La Croissance Économique Et Industrialisation Dans L'Agenda 2030: Perspectives Pour Le Mexique. **Problemas del Desarrollo**, v. 48, n. 188, p. 83–111, 2017.

NOGUEIRA, C. Contradictions in the concept of sustainable development: An analysis in social, economic, and political contexts. **Environmental Development**, n. July 2018, p. 0–1, 2019a.

NOGUERO, F. T. **El concepto de Turismo según la OMT**. 2008.

OECD. **Policy Coherence for Sustainable Development 2018**. [s.l.] OECD, 2018.

OKUMUS, F. et al. Interdisciplinary research in tourism. **Tourism Management**, v. 69, May, p. 540–549, 2018.

OLIVEIRA, E.S. Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré - Bahia. **Interações**, Campo Grande, n. 8, p. 193–202, 2007.

<https://doi.org/10.1590/S1518-70122007000200006>

OLIVEIRA, F.M. de. As políticas de turismo no Brasil nos anos noventa. **Rev. Tur. Em Análise**, n.19, p.177–200, 2008. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v19i2p177-200>

OLIVEIRA, Gustavo Nascimento et al. A Economia do Turismo Pós-Pandemia no Brasil. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 9, n.1, p.218-230, jan-fev, 2024. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/794/867>. Acesso em 24 jan. 2025.

OLIVEIRA, S.A.M.; ROSSETTO, M.A. (2013). Políticas Públicas para o turismo sustentável no brasil - evolução e perspectivas de crescimento para o setor. **Revista Turismo Visão e Ação** (eletrônica), v. 15, n.3.

OLIVEIRA, T. A Lei do Turismo – Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008: uma breve análise. **Turismo em Análise**, v.20, n.2, agosto 2009

OMT. **Critérios Globais para o Turismo Sustentável**. 2007.

OMT. **Declaração de Haia sobre Turismo Sustentável**. Haia, 2000.

OMT. **World Tourism Barometer** (PPT Version). Organização Mundial do Turismo (UNWTO), 2025, v. 23, ano 1, jan/2025. Disponível em: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/Barom_PPT_Jan_2025.pdf?VersionId=y_YdR.m6Zbla2gvfifyN4ACfn_pVNKh_. Acesso em 25 jan. 2025.

OMT. **World Tourism Barometer** (PPT Version). Organização Mundial do Turismo (UNWTO), 2024, v. 22, ano 1, jan/2024. Disponível em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/barometer-turism-data-ppt-jan24.pdf?VersionId=ua6xuwZCeveZWEzbfVFP5eXUmGszXhXs>. Acesso em 25 jan. 2025.

ONU. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Nova Iorque, 2015.

ONU. **Agenda 21**. Rio de Janeiro, 1992

ONU. **Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano**. Estocolmo, 1972

ONU. **Declaração do Milênio**. Nova Iorque, 2000

ONU. O Futuro que Queremos. **Agenda de Desenvolvimento Sustentável**. Nova

ONU, Conferência Das Nações Unidas Sobre O Meio Ambiente E Desenvolvimento, 1992. **Declaração do Rio**. Disponível em <http://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2010/10/declaracao-do-rio-sobre-meio-ambiente.pdf>

OOSTERVEER, P. et al. Global sustainability standards and food security: Exploring unintended effects of voluntary certification in palm oil. **Global Food Security**, v. 3, n. 3, p. 220–226, 2014.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM): Relatório 2015*. Nova York: ONU, 2015. Disponível em: <https://www.un.org/millenniumgoals/>.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Carta Mundial para o Turismo Sustentável**. Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável, Vitoria-Gasteiz, Espanha, 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Carta para o Turismo Sustentável de Lanzarote**. Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável, Lanzarote, Espanha, 1995. Disponível em: <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/03.%20Charter%20for%20sustainable%20tourism.PDF>

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Código Global de Ética para o Turismo**. Assembleia Geral da OMT, Santiago, Chile, 1999. Disponível em: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Declaração de Cape Town sobre Turismo Responsável**. Conferência Mundial sobre Turismo Responsável, Cidade do Cabo, África do Sul, 2002. Disponível em:

<https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism>.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Declaração de Lusaka sobre Desenvolvimento de Turismo Sustentável, Mudança Climática e Paz.** Conferência da OMT sobre Turismo Sustentável, Mudança Climática e Paz, Lusaka, Zâmbia, 2011.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial.** Conferência Mundial do Turismo. 1980. Disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01>

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Global Report on Destination Management. Madrid: **OMT**, 2018. Disponível em: <https://www.unwto.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Tourism Towards 2030: Global Overview. Madrid: **OMT**, 2011. Disponível em: <https://www.unwto.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO; PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE. **Declaração de Québec sobre Ecoturismo. Conferência Mundial de Ecoturismo**, Québec, Canadá, 2002. Disponível em: <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/quebec-declaration.pdf>. Acesso em: dia mês ano.

OVIEDO-GARCÍA, M. Á. Tourism research quality: Reviewing and assessing interdisciplinarity. **Tourism Management**, v. 52, p. 586–592, 2016

PAES, M.T.D. Gentrificação, preservação patrimonial e turismo: os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das cidades. **GEOUSP Espaço e Tempo Online**, n.21, p.667–684, 2017. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2017.128345>

PANOSSO NETTO, A. Filosofía del Turismo. Una propuesta epistemológica. **Estudios y Perspectivas En Turismo**, 16, 389–402, 2007

- PANOSSO NETTO, A.; CASTILLO NECHAR, M. (2016). **Turismo**: perspectiva crítica: textos reunidos. Triunfal Gráfica e Editora, 2016
- PEARCE, D. Economics, equity and sustainable development. **Futures**, v. 20, n. 6, p. 598–605, 1988
- PEREIRA, L. A.; BENETTI, A. C.; OZELAME, A. M. C. C.; NÓBREGA, W. R. de M. **Planejamento do turismo através de políticas públicas**: Análise SWOT dos planos de marketing de turismo no Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, [S. l.], v. 6, n. 1, 2018. DOI: 10.21680/2357-8211.2018v6n1ID12373.
- PERMAN, R. E. A. L. **Natural Resource and environmental economics**. 3rd Edition ed. London: Pearson, 2003
- PIMENTEL, E.; PINHO, T.; VIEIRA, A. Imagem da Marca de um Destino Turístico. **Turismo: Visão e Ação**, vol. 8, n. 2. p. 283-298. maio/ago, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056107007.pdf>
- POPPER, K. R. **The Logic of Scientific Discovery**. NY: Routledge, 2005
- POPPER, K. R. **Conjecturas e Refutações: O Desenvolvimento do Conhecimento Científico**. Brasília: Editora UnB, 2002
- PUGLISI, M. L. et al. **Análise de Conteúdo**. 2a edição ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2005
- RABAHY, W. A. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Rev. Bras. Pesqui. Em Tur.**, n.14, p.1–130, 2020. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>
- RAI, S. M.; BROWN, B. D.; RUWANPURA, K. N. SDG 8: Decent work and economic growth – A gendered analysis. **World Development**, v. 113, p. 368–380, 2019.
- RAINFORST ALLIANCE. **Acordo de Mohonk sobre Diretrizes para o Ecoturismo e Turismo Sustentável**. Mohonk, EUA, 2000. Disponível em: <http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf>.

- RAMOS, A. C. **Desenvolvimento e consolidação do turismo sexual no Nordeste brasileiro**: fatores convergentes. Mestrado em Geografia Humana (Dissertação). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2018
- REIS, W. A. As três ecologias de Félix Guattari: filosofia pensando a ecologia, **Revista Filoteológica**, v. 1 n.1, 2021
- RICHARDS, G. Cultural tourism: A review of recent research and trends. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v.36, p.12-21, 2018
- RITCHIE, J.; LEWIS, J. **Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers**. London; Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd, 2003.
- ROMANO, F. S; TOMAZZONI, E. L.; & UVINHA, R. R. Megaeventos Esportivos no Brasil e o Plano Nacional de Turismo 2013-2016: As Metas de Expansão Turística. **Rosa dos Ventos**, vol. 11, núm. 2, 2019
- ROS DEVELOPMENT AND PLANNING. **Plan de Marketing Estratégico del Turismo: Santiago de Compostela**. Santiago de Compostela: Turismo de Santiago de Compostela, 2004.
- SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002
- SALAS-ZAPATA, W. A.; ORTIZ-MUÑOZ, S. M. Analysis of meanings of the concept of sustainability. **Sustainable Development**, v. 27, n. 1, 153-161, 2018
- SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S.M.; CABEZA-RAMÍREZ, L.J., MUÑOZ-FERNÁNDEZ, G., FUENTES-GARCÍA, F.J. Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. **Curr. Issues Tour**, n.24, p.970–984, 2021.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571>
- SANTOS, F. F. dos; PIRES, P. G; SOUZA, R. B. de. Qualificação profissional técnica no contexto das políticas públicas de turismo e as novas perspectivas do

Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022. **Revista Ateliê do Turismo**, Campo Grande, v. 3, n. 2, p. 104-118, jul./dez. 2019.

SANTOS, Y; EMMENDOERFER, M; MEDIOTTE, E; MATOS, M. Planejamento e governança no contexto do desenvolvimento sustentável do turismo: uma revisão sistemática. **Revista Caminhos De Geografia**, v. 23, dez, 2022.

SERRA, L. S.; ALFINITO, S. Comportamento do consumidor de turismo: Uma revisão sistemática da produção científica brasileira. **Rev. Bras. Pesqui. Em Tur.** n.14, p.109–133, 2020. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1913>

SHEPPARD, V. A.; FENNELL, D. A. Progress in tourism public sector policy: Toward an ethic for non-human animals. **Tourism Management**, v. 73, n. November, p. 134–142, 2019

SILVA, A. B.; HONÓRIO, J. B. Plano de Desenvolvimento por Competências. In A. B. da SILVA (Org.), **Gestão de Pessoas por Competências nas Instituições Públicas Brasileiras**, 2ª ed, 2021.

SILVA, N. R. DA; KOGA, É. S. Evolução das pesquisas sobre big data e turismo: Revisão sistemática da literatura nacional. **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, v.10, 2023.

SILVA, S; COSTA, S. R.; CARVALHO, C. de M. B. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país. In **Simpósio de Excelência e, Gestão da Tecnologia (SEGET)**, 23, 24 e 25 de outubro de 2013.

ŠIMKOVÁ, E. Psychology and its Application in Tourism. **Procedia - Soc. Behav. Sci.**, v.114, p. 317–321, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.704>

SKAVRONSKAYA, L.; SCOTT, N.; MOYLE, B., LE, D.; HADINEJAD, A.; ZHANG, R.; GARDINER, S.; COGHLAN, A.; SHAKEELA, A. Cognitive psychology and tourism research: state of the art. **Tour. Rev.**, v.72, p.221–237, 2017. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0041>

- SOUSA, C.C.B. DE, BAQUIT, J.A.N.D., FERREIRA, K.P.M. A viagem a lazer como experiência (trans)formadora para idosos. **Rev. Subjetividades**, v.19, p.1–12, 2019. <https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v19i2.e9224>
- SUN, Y. Y. A framework to account for the tourism carbon footprint at island destinations. **Tourism Management**, v. 45, p. 16–27, 2014.
- SZOPIK-DEPCZYŃSKA, K. et al. Innovation in sustainable development: an investigation of the EU context using 2030 agenda indicators. **Land Use Policy**, v. 79, p. 251–262, 1 dez. 2018.
- TRENTIN, F.; FRATUCCI, A. C. Política Nacional de Turismo no Brasil: da Municipalização à Regionalização. **Tourism & Management Studies**, vol. 1, p. 839-848, 2011.
- TRIBE, J. Creating and curating tourism knowledge. **Annals of Tourism Research**, v. 73, May, p. 14–25, 2018.
- TRIBE, J.; LIBURD, J. J. J. The tourism knowledge system. **Annals of Tourism Research**, v. 57, p. 44–61, 2016.
- UNESCO, Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural: relatório mundial da UNESCO**. 2009. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000184755_por
- UNESCO. **Declaração de Tamanrasset sobre a Educação para a Sustentabilidade**. Tamanrasset, 2001.
- UNIC RIO. Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável Preâmbulo. **Centro de Informação das Nações Unidas Rio de Janeiro**, p. 49, 2015.
- UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY. **Report of the Open Working Group of the General Assembly on Sustainable Development Goals [A/68/970]**. Madrid: [s.n.]. Disponível em: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/68/970&Lang=E

UNITED NATIONS. **Results-based decision making in development co-operation capturing the 2030 Agenda in development co-operation results**. March, p. 1–6, 2017.

UNITED NATIONS. **Road map towards the implementation of the United Nations Millennium Declaration**. v. 52607, n. September, p. 1–58, 2001.

UNWTO. **Global Report on Destination Management**, 2018

UNWTO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.

UNWTO. **The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19**
Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284423200>
Último acesso em 21 de jan. de 2022.

UNWTO. **Tourism Towards 2030: Global Overview**, 2011

UNWTO. Turismo global deve retomar nível pré-pandemia em 2024. **Notícias Nações Unidas Brasil**, 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/258446-turismo-global-deve-retomar-n%C3%ADvel-pr%C3%A9-pandemia-em-2024>
Último acesso em outubro 2024.

UNWTO. **World Tourism Barometer**. [s.l: s.n.]. Disponível em:
<https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

URRY, J. **The Tourist Gaze**. 2. ed. London: SAGE Publications, 2002.

VAN HOOFF, L. et al. Food from the ocean; towards a research agenda for sustainable use of our oceans' natural resources. **Marine Policy**, v. 105, n. December 2017, p. 44–51, 2019.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VILANI, R. M. Interpretação Da Política Nacional De Turismo À Luz Do Princípio Constitucional De Desenvolvimento Sustentável. **CULTUR**, ano 06, nº 02, jun/2012.

VISIT FLORIDA. **The State of Florida's Tourism Industry 2022**. 2022. Disponível em: <https://www.visitflorida.com>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

VIZEU, F.; MENEGHETTI, F.; SEIFERT, R. Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável, **Cad. EBAPE.BR**, v. 10, nº 3, artigo 6, Rio de Janeiro, set. 2012.

WILDHAGEN, R. O.; TEODÓSIO, A. dos S. de S. Sustentabilidade é Atributo de Quem? Críticas às Práticas de Responsabilidade Social Empresarial a Partir de um Estudo em Território Minerador. In: **Anais... XVII SemeAD**, novembro, 2015.

WITJES, S.; LOZANO, R. Towards a more Circular Economy: Proposing a framework linking sustainable public procurement and sustainable business models. **Resources, Conservation and Recycling**, v. 112, p. 37–44, 2016.

WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWT. **Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030**. [s.l.] World Tourism Organization (UNWTO), 2017.

WORLD ECONOMIC FORUM – WEF. **Índice de Desenvolvimento de Viagens e Turismo 2024**. Disponível em: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/> Acesso em jan 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável** Declaração. p. 1–49, 2018.

WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWT. **International Tourism Highlights**, 2019a.

WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWT. **O Turismo e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - Boas Práticas nas Américas**. 2019b. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419685>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel & Tourism: Economic Impact 2021**. 2021. Disponível em: <https://wttc.org>. Último acesso em: 23 nov. 2024.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel and Tourism Economic**

ImpactTourism. London: [s.n.]. Disponível em:

http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/italy.pdf.

WTM, Global Hub. **What is the Difference Between Destination Management and Destination Marketing?**. June, 2022. Disponível em:
<https://hub.wtm.com/blog/marketing/difference-between-destination-management-and-destination-marketing/> Último acesso em 21 de dez. de 2022.

XIN, S.; TRIBE, J.; CHAMBERS, D. Conceptual research in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 41, p. 66–88, 2013.

YANG, Y.; GUO, J., SUN, S. Tourism demand forecasting and tourists' search behavior: evidence from segmented Baidu search volume. **Data Sci. Manag.** v.4, p.1–9, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.10.002>

YOST, E.; CHENG, Y. Customers' risk perception and dine-out motivation during a pandemic: Insight for the restaurant industry. **Int. J. Hosp. Manag.** v.95, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102889>

ZUCCO, F. D.; QUADROS, C. M. B. DE; SCHMITT, J. R.; FIUZA, T. F. Imagem e identidade turísticas relacionadas às práticas e bens culturais percebidas pelos residentes: perspectivas a partir da cidade de Blumenau, Santa Catarina, Brasil. **Rev. Bras. Pesqui. Em Tur.** v.11, p.320–346, 2017. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i2.1309>

Planos analisados – pesquisa documental

DEPARTMENT OF TOURISM. **National Tourism Development Plan 2016-2022.** Manila, Filipinas: Department of Tourism, 2016

GREATER MIAMI CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Greater Miami and Beaches. Strategic Plan 2020-2025.** Miami, EUA: Greater Miami Convention & Visitors Bureau, 2020

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO - DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO. **Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017-2021**. San José, Costa Rica: Instituto Costarricense de Turismo, 2017.

LONDON & PARTNERS. **A Tourism Vision for London 2017-2025**. Londres, Reino Unido: London & Partners, 2017.

MAIRIE DE PARIS. **Tourism Strategy Development Plan 2017-2022**. Paris, França: Prefeitura de Paris, 2017

MINISTER FOR INDUSTRY, TRADE AND TOURISM. (2018). **Fijian Tourism 2021**. Suva, Fiji: Government of Fiji.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (Mincetur). (2015). **Plano Estratégico Nacional de Turismo 2025 - Turismo con Futuro (PENTUR)**. Lima, Peru: Mincetur.

MINISTÉRIO DO TURISMO. (2018). **Plano Nacional de Turismo 2018-2022 - Emprego e Renda**. Brasília, Brasil: Ministério do Turismo.

MINISTÉRIO DO TURISMO. (2024). **Plano Nacional de Turismo 2024-2027 – O Turismo como Protagonista do desenvolvimento sustentável**. Brasília, Brasil: Ministério do Turismo.

NATIONAL DEPARTMENT OF TOURISM. (2016). **National Tourism Sector Strategy 2016-2026**. Pretória, África do Sul: Government of South Africa.

SECRETARIA DE TURISMO DE SÃO PAULO. (2020). **Turismo SP 20-30: Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo**. São Paulo, Brasil: Governo do Estado de São Paulo.

SECRETARIA DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO. (2022). **Plano Estratégico do Turismo RJ + 10 (2022-2032)**. Rio de Janeiro, Brasil: Governo do Estado do Rio de Janeiro.

TOURISM NEW ZEALAND. (2018). **Four Year Strategic Plan 2018-2021**. Wellington, Nova Zelândia: Tourism New Zealand.

TURESPAÑA - INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA, & MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. (2021). **Plan Estratégico de Marketing 2021-2024**. Madrid, España: TurEspaña.

TURISMO DE PORTUGAL. (2017). **Estratégia Turismo 2027**. Lisboa, Portugal: Turismo de Portugal.

VISIT CALIFORNIA. (2022). **Destination Stewardship & Sustainable Travel 2022-2023**. Sacramento, California: Visit California.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. A partir de sua experiência, como se estrutura a Promoção Turística?

Objetivo da pergunta: A partir dos levantamentos bibliográficos e documentais, percebeu-se que há narrativas diferentes para se pensar a Promoção Turística. Portanto, a pergunta introduz o respondente a um momento de reflexão. Espera-se capturar diferentes percepções sobre um mesmo tema a partir desta questão inicial.

2. Como a Promoção Turística deve ser pensada no que diz respeito ao Compromisso de Sustentabilidade?

- a. Qual é a pluralidade da sustentabilidade na Promoção Turística?
- b. Quais correlações podem ser estabelecidas a partir de sua percepção de sustentabilidade?

Objetivo da pergunta: compreensão do respondente sobre sustentabilidade e sua relação com a Promoção Turística.

3. Que papel os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável têm em planejamento da Promoção Turística?

- a. Qual é o papel da Agenda 2030 em Promoção Turística?

Objetivo da pergunta: saber qual a importância dada à promoção; verificar se o respondente fará associação aos ODS com a Agenda 2030. (A escolha de perguntar sobre os ODS e não diretamente à Agenda ocorreu porque na pesquisa documental muitos planos têm como foco os ODS, sem menção significativa à Agenda 2030 em si.)

4. Que valores podem ser associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável / Agenda 2030 para a Promoção Turística no Brasil atualmente?

- a. Como contribuir para a Promoção Turística do Brasil?

Objetivo da pergunta: Avaliar a aderência às premissas globais para Promoção Turística no Brasil.

APÊNDICE B - MATRIZ ANALÍTICA – MODELO DE PESQUISA

SEÇÃO 1		
Geral/Institucional		
(A, B, C)		
	Variáveis de análise	Detalhamento
Localidade (A)	Destino (A.1)	Destino que o plano se refere
	Escala do destino (A.2)	Nacional, Estadual e Municipal/Cidade
Plano (B)	Vigência e temporalidade (B.1)	Período e anos englobados pelo plano
	DMOs (B.2)	DMO responsável
	Institucionalidade (B.3)	Público, privado ou mista
Conteúdo do plano (C)	Estrutura (C.1)	Organização do plano e seus componentes
	Foco (C.2)	Foco(s) do plano
	Idioma (C.3)	Idioma(s) que o plano está redigido

Fonte: Elaboração própria

SEÇÃO 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Variáveis de análise	Detalhamento
Menções ao termo sustentabilidade (E.1)	Caso presente nos planos, seção em que a sustentabilidade está presente de maneira mais expressiva.
Clareza na decodificação do termo sustentabilidade (E.2)	Caso presente nos planos, apontar se o documento esclarece claramente o que compreender por 'sustentabilidade'.
Nuances de compreensão do significado de sustentabilidade (E.3)	Sustentabilidade como: a. Como conjunto de critérios; b. Como visão e meta; c. Como objeto. d. Como abordagem de estudo. (Salas-Zapata; Ortiz-Muñoz, 2018).
Reconhecimento das dimensões associadas a sustentabilidade (E.4)	<p>O turismo sustentável é entendido como aquele que "... leva em conta os seus impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs" (United Nations, 2017, p. 15).</p> <p>Sustentabilidade do desenvolvimento da humanidade no planeta, no interior de uma crise de civilização de múltiplas dimensões interdependentes: ecológica, social, política, humana etc. (Morin, 2010); Ética (Irving, 2018); Crescimento econômico, à justiça e ao bem-estar social e à conservação ambiental (Nogueira, 2019).</p>
Aderência das Narrativas ao Referencial Teórico Adotado (E.5)	<p>De acordo com a literatura, verifica-se certa temporalidade da utilização do conceito de sustentabilidade no turismo que, por sua vez, pode se expressar nos documentos analisados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. os debates sobre desenvolvimento sustentável floresceram na década de 1970 e, a partir de então, preocupações vêm sendo identificadas sobre o desenvolvimento do turismo e da qualidade da atividade turística, através da reflexão sobre a conservação dos recursos naturais, sociais e culturais. 2. A compreensão sobre sustentabilidade atrelado ao turismo passou a ser mais utilizado a partir da década de 1980, em contraposição às práticas relacionadas ao "turismo de massa". 3. Final do século XX se consolida a noção de turismo sustentável: O turismo, a partir de então, passou a incorporar a perspectiva de desenvolvimento sustentável global e se tornava essencial para um novo movimento no setor.

SEÇÃO 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Variáveis de análise		Detalhamento
Abordagem sobre Agenda 2030 (D)	Menção à Agenda 2030 ou aos ODS (D.1.1)	ODS (17): Erradicação da Pobreza, Fome Zero e Agricultura Sustentável, Saúde e Bem-Estar, Educação de Qualidade, igualdade de Gênero, Água Potável e Saneamento, Energia Acessível e Limpa, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Indústria, Inovação e Infraestrutura, Redução das Desigualdades, Cidades e Comunidades Sustentáveis, Consumo e Produção Responsáveis, Ação Contra a Mudança Global do Clima, Vida na Água, Vida Terrestre, Paz, Justiça e Instituições Eficazes e Parcerias e Meios de Implementação
	Aderência ao Referencial Teórico Adotado (D.1.2)	A partir do referencial teórico, notou-se a centralidade dos seguintes pontos no que tange à Agenda 2030: 1. especial atenção ao compromisso da equidade e inclusão social; 2. sentido de universalidade (desafios que todos os países do mundo devem enfrentar); 3. 3 macros objetivo: erradicar a pobreza extrema, proteger o ambiente; e construir sociedades resilientes. 4. Os ODS são integrados e indivisíveis e envolvem, com igual grau de importância, as dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável.
	Menção direta a ODS específicos (D.1.3)	Em geral, notou-se a centralidade dos seguintes ODS quando discutidos com o turismo: ODS 8: que trata de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos. ODS 12: que trata de assegurar padrões sustentáveis de consumo e produção. ODS 14: que trata da conservação e uso de forma sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE C – MATRIZ ANALÍTICA – RESULTADOS PREENCHIDOS E SINTETIZADOS

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
(A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)			Conteúdo do plano (C)				
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidade e (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidade e (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
<i>NATIONAL TOURISM SECTOR STRATEGY (NTSS) 2016-2026</i>	África do Sul	Nacional	2016 - 2026	10 anos		Público/privado	Ambiente atual. Situação atual do turismo no país. Avaliação dos objetivos do último plano. Visão, missão e valores. Medidas e Metas. Pilares Estratégicos. Planos de Ação (ações, objetivos, parceiros e resultados a serem entregues). Questões críticas, de processo, de suporte e de sucesso. Arranjos institucionais. Monitoramento, avaliação e relatório.	Pilares estratégicos e Planos de Ação.	Inglês
<i>Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Emprego e Renda</i>	Brasil	Nacional	2018 - 2022	4 anos	Ministério do Turismo	público	Diagnóstico. Metas globais para Turismo no Brasil. Diretrizes. Linhas de atuação (iniciativas e estratégias).	Linhas de atuação (iniciativas e estratégias).	Português
PLANO NACIONAL DE TURISMO 2024-2027- O turismo	Brasil	Nacional	2024-2027	3 anos	Ministério do Turismo	público	Contextualização (Antecedentes; Os 10 pontos	princípios e objetivos e metas	Português

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
(A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidade (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidade (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo							convergentes dos Planos Nacionais de Turismo); Panorama do turismo: global e nacional e O mercado turístico doméstico brasileiro e internacional brasileiro; Tendências; O Plano Nacional de Turismo 2024-2027: Princípios; Visão 2027; Objetivos e metas; Modelo de Gestão)		
<i>Destination Stewardship & Sustainable Travel. DRAFT PLAN February 2020</i>	Califórnia	Estadua l	2020	1 ano	Visit California	privado	Situação atual da gestão e mercado do turismo. Objetivos da gestão.	Objetivos da gestão.	Inglês
<i>PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE COSTA RICA 2017 - 2021</i>	Costa Rica	Naciona l	2017 - 2021	4 anos	Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo	público	Modelo de turismo de Costa Rica. Situação Atual. Quadro Estratégico. Plano Integrado de Execução.	Situação Atual. Quadro Estratégico.	Espanhol

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
 (A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidade (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidade (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
<i>Plan Estratégico Marketing</i>	Espanha	Nacional	2021 - 2024	3 anos	TurEspanña - Instituto de Turismo de España	público	. Somos Turespaña (DMO). Análise de Situação. Objetivos Estratégicos. Eixos Estratégicos. Linhas de Atuação. Segmentação. Produtos e Mercados. Posicionamento da Marca. Táticas e Ações. Indicadores. Planejamento Operativo. Resumo Executivo	Táticas, ações e indicadores	Espanhol
<i>Fijian Tourism 2021</i>	Fiji	Nacional	2018 - 2021	3 anos	Minister for Industry, Trade and Tourism	público	Visão e Objetivos. Situação Atual. Áreas temáticas (situação atual, estratégias e subestratégias). Estrutura de implementação.	Áreas temáticas (situação atual, estratégias e subestratégias).	Inglês
<i>NATIONAL TOURISM DEVELOPMENT PLAN 2016-2022</i>	Filipinas	Nacional	2016 - 2022	6 anos	Department of Tourism	público	Perfil da Indústria do Turismo nas Filipinas. Princípios Orientadores e Visão. Programas de Ação da	Programas: a longo e médio prazos.	Inglês

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
(A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidade (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidade (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
							Direção Estratégica do plano. Estrutura de monitoramento e avaliação. Programa de Ação Estratégica de Médio Prazo (Elementos da Estratégia e do Plano de Ação. Descrição das Atividades).		
<i>A tourism vision for London</i>	Londres	Cidade	2017 - 2025	8 anos	London & Partners	privado	Abordagem do plano/gestão. O setor de turismo de Londres hoje. Orientações para superar barreiras ao crescimento. Oportunidades. Recomendações (em áreas de atuação). O papel da 'London & Partners'.	Recomendações (em áreas de atuação).	Inglês
<i>Destination Miami. Greater Miami and beaches. Strategic Plan 20220 - 2025</i>	Miami	Cidade	2020 - 2025	5 anos	Greater Miami Convention & Visitors Bureau	misto	Visão geral da situação atual do destino. Visão Geral do Projeto. Envolvimentos dos atores. Tendências da Indústria, e do	Principais descobertas (Temas gerais direcionadores do plano). Metas e iniciativas estratégicas.	Inglês

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
(A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidad e (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidad e (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
							DMO. DestinationNext Avaliação. Principais descobertas (Temas gerais direcionadores do plano). Metas e iniciativas estratégicas.		
<i>Tourism New Zealand. FOUR YEAR STRATEGIC PLAN</i>	Nova Zelândia	Nacional	2018 - 2021	3 anos	Tourism New Zealand	público	Propósito. Situação atual. Próximos 4 anos (prioridades, iniciativas e atividades).	Próximos 4 anos (prioridades, iniciativas e atividades).	Inglês
<i>2022. Tourism Strategy Development Plan</i>	Paris	Cidade	2017 - 2022	5 anos	Prefeitura de Paris (Mairie de Paris)	público	Orientação do plano/Situação atual: abordagem participativa, principais figuras do turismo e ativos únicos do destino. Desafios. Estratégia proposta. Plano de ação da operação .	Estratégia proposta.	Inglês
<i>PENTUR Plano Estratégico Nacional de Turismo 2025 - turismo com futuro</i>	Peru	Nacional	2015 - 2025	10 anos	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur	público	Contexto do setor. Políticas públicas de apoio ao turismo. Atualização do	Políticas públicas de apoio ao turismo. Atualização do plano.	Espanhol

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
(A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidade e (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidade e (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
							plano (visão, missão, objetivos, modelo de desenvolvimento e modelo de gestão e os pilares estratégicos). Monitoramento e avaliação.		
<i>Estratégia Turismo 2027</i>	Portugal	Nacional	2017 - 2027	10 anos	Turismo de Portugal	público	Situação atual no destino e no mundo. Visão e Metas. Diretrizes para atuação (eixos e linhas de atuação). Operacionalização. Modelo de Gestão e monitoramento.	Diretrizes para atuação (eixos e linhas de atuação).	Português
<i>Turismo SP 20-30 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo</i>	São Paulo	Estadual	2020 - 2030	10 anos	Secretaria de Turismo de São Paulo	público	Situação atual (Contexto do setor. Desafios para o estado.) Princípios e Visão Estratégica. Diretrizes. Objetivos. Estratégicas. Monitoramento. Entidades participantes.	Diretrizes. Objetivos. Estratégicas.	Português

SEÇÃO 1
Geral/Institucional
 (A, B, C)

Localidade (A)		Plano (B)				Conteúdo do plano (C)			
<i>título do documento</i>	Destino (A.1)	Escala do destino (A.2)	Vigência e temporalidad e (B.1)		DMOs (B.2)	Institucionalidad e (B.3)	Estrutura (C.1)	Foco (C.2)	Idioma (C.3)
<i>Plano Estratégico do Turismo RJ + 10</i>	Rio de Janeiro	Estadua I	2022 - 2032	10 anos	Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro	<i>público</i>	<i>Foi analisado o sumário executivo.</i>		

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
África do Sul	Não há menção à Agenda 2030, somente apontamento superficial aos ODS. p. 19, Seção ACTION PLANS, Subseção Pilar 1, Pillar One - Effective Marketing: " the plan must identify interventions to support the attainment of the African Union's objectives within the Framework of the AU Agenda 2063 as well as the United Nations' Sustainable Development Goals." ADERÊNCIA PARCIAL À AGENDA 2030	Tímida atenção ao compromisso da equidade e inclusão social'. p. 34 [Pillar Five - Broad Based Benefits] "Growth of the sector through enhancing more social inclusion through transformation will ultimately help address the challenges of unemployment, poverty and inequality.	ausente	não se aplica
Brasil 2018	Há menção e detalhamento da Agenda 2030 e dos ODS. p. 57. "... por meio da consecução da Agenda 2030, um conjunto de 17 objetivos e 169 metas a serem perseguidas por todos os atores desde o nível local, regional, nacional até o supranacional. ADERÊNCIA TRANSVERSAL À AGENDA 2030	Há menção sobre equidade, mas a inclusão social possui mais foco. Pontuam diretamente que os (p. 57) "Tais objetivos são integrados e indivisíveis e equilibram as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental."	Apontam os ODS 8, 12 e 14. p. 121. "especialmente dos ODSs 8, 12 e 14, onde o turismo foi especialmente incluído como meta."	não se aplica

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	
Brasil 2024	não há menção aos ODS, somente um reconhecimento que a Agenda está relacionada com o desenvolvimento sustentável: "Assim, sua função [plano] primordial é ordenar e orientar as ações governamentais e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo, com base na sustentabilidade, e a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), considerando mecanismos de gestão inteligente, dados e estudos confiáveis, além de boas práticas em turismo no mundo" p.16	inclusão social é amplamente tratada; está no título do plano e compõe uma das visões do Brasil como destino turístico; está presente em diversos objetivos	ausente	não se aplica
Califórnia	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030/ODS	ausente	ausente	utiliza dos dados da OMT que projetam 2030: "SOURCE: Highlights 2017 — World Tourism Organization (UNWTO), July 2017"

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	
Costa Rica	<p>Não faz menção à agenda, mas sim aos ODS, ainda que pontualmente. Seção "INTEGRATED SUSTAINABILITY", p. 18. "Today, more and more companies in the global visitor economy are aligning their operations with the UN's 17 Sustainable Development Goals, which is driving engagement with consumer audiences on an entirely new level."</p> <p>ADERÊNCIA PARCIAL À AGENDA 2030</p>	<p>Equidade social é mencionada quando apontam o Objetivos generales de sostenibilidad (OMT/PNUMA, p. 14).</p> <p>A inclusão é um dos pilares do modelo de turismo do país, em conjunto com inovação e sustentabilidade. p. 13 "en tres principios fundamentales que definen la esencia del modelo y aseguran su continuidad y existencia a futuro: sostenibilidad, innovación e inclusión."</p>	<p>Único plano que aponta dos ODS mais relacionados com o turismo de acordo com a realidade do território. Por isso, apesar de trazer os ODS pontualmente, podemos afirmar que sua aderência é mais expressiva do que os demais planos de igual menção pontual aos ODS.</p> <p>ODS 1, 8 e 12 no turismo: p. 73 Seção 3.2 Políticas de Turismo. "... y muy particularmente respecto de los objetivos 1,8 y 12 que, para el caso de Costa Rica, tienen una relación muy directa con el turismo."</p> <p>A partir dos objetivos da política apontam quais ODS estão contemplados: p. 74. "Figura 3.3 demonstra a "Distribución de los objetivos del milenio respecto de los ejes de política turística" - SOSTENIBLE: ODS 6, 7, 11, 12, 14 e 15; INNOVADOR: ODS 8, 9, 13 e 17; INCLUSIVO: ODS 1, 3, 4 e 5.</p>	não se aplica

Seção 2				
Agenda 2030/Sustentabilidade				
(D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Agenda 2030 (e turismo)			
	(D)			
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
Espanha	ausente	ausente	ausente	

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)						
Agenda 2030 (e turismo) (D)						
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)			Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Fiji	Há menção superficial à Agenda 2030, não há menção aos ODS. ADERÊNCIA PARCIAL À AGENDA 2030	Superficial. Ainda que não haja apontamentos sobre a Agenda 2030 de maneira mais aprofundada, o plano tem como base a declaração do ano do turismo sustentável, 2017: p. 50, Inclusive and sustainable economic growth; p. 50, "...tourism industry towards inclusive sustainable development."	ausente	não se aplica	
Filipinas	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030	ausente	<i>ausente</i>	inclusive: "more competitive, sustainable and inclusive tourism sector." p. 1 "...creating inclusive growth"		
Londres	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030	ausente	ausente	Utiliza dos dados da OMT que projetam 2030, p. 13. "These included projections for inbound visits and arrivals to London, the UK and Europe, such as those from Tourism Economics, the UNWTO long-term forecast to 2030, the World Bank's country level arrivals and departures data". Utiliza documento da UN do ano de 2017. p. 19, "United Nations World Tourism Organization (UNWTO): Sustained		

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	
				growth in International Tourism despite challenges, Press release 17 January 2017"
Miami	<p>Não faz menção à agenda, mas sim aos ODS, ainda que pontualmente. Seção "INTEGRATED SUSTAINABILITY", p. 18. "Today, more and more companies in the global visitor economy are aligning their operations with the UN's 17 Sustainable Development Goals, which is driving engagement with consumer audiences on an entirely new level." ADERÊNCIA PARCIAL À AGENDA 2030</p>	<p>Há menções da inclusão em diversas seções do plano (menos da equidade). Colocada em conjunto com a diversidade em algumas páginas, p. 7, 41 "Diversity and inclusion"; E quando se fala na comunidade local, p. 16 "...to be more inclusive and support workforce and community development among more segments of the population." p. 28 "...a more structured framework to inform sustainable and equitable tourism development direction,..."</p>	ausente	não se aplica

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)						
Agenda 2030 (e turismo) (D)						
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)			Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Nova Zelândia	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030	ausente	ausente	ausente	
Paris	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030	ausente	ausente	ausente	há somente uma menção à inclusão, que está vinculada à sustentabilidade (e inserida na seção que engloba a sustentabilidade). p. 21” ..., which will make tourism a lever for social inclusion."	
Peru	Menciona a Agenda 2030 e lista todos os ODS. Pelo fato de descrever todos os ODS pode-se afirmar que possui aderência à Agenda 2030; Talves um ponto análise interessante seja o fato de que o ano considerado no diagnóstico atual do país seja 2015, ano que a Agenda 2030 foi lançada. Contudo, o horizonte temporal é para 2025; Interessante: menciona que nos planos passados os ODMs foram considerados (Ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio - ODM); seção, Política Ambiental del Sector Turismo p. 33; "Política Ambiental del Sector Turismo lo constituyen los Ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio - ODM, que desde el año 2000, ha sido un compromiso del Gobierno de Perú, cuyo cumplimiento permite fortalecer la colaboración entre los gobiernos, la cooperación internacional, el sector privado y la sociedad civil." ADERÊNCIA TRANSVERSAL À AGENDA 2030	Especial atenção ao compromisso da equidade e inclusão social, no caso do Peru mais voltados para a educação, aspectos econômicos e social. "Princípio de Equidad" p. 62, como sendo um dos princípios da Política Ambiental Del Sector; Há uma política especialmente para "Política de inclusión social del Sector Turismo". Além disso, inclusão social está presente em diversas seções do plano, por ex, está em um dos pontos de conquista do país ao longo dos anos, p. 58 "Turismo como herramienta de inclusión social".	Aponta os 3 ODS: p. 16 "EI PENTUR reconoce que el turismo está presente en 3 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: los objetivos 8, 12 y 14. "	não se aplica		

Seção 2				
Agenda 2030/Sustentabilidade				
(D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Agenda 2030 (e turismo)			
	(D)			
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
Portugal	ausente SEM ADERÊNCIA À AGENDA 2030	ausente	ausente	ausente

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	
São Paulo	Há menção da Agenda 2030 e dos ODS. p. 11 "elaboração de diretrizes estratégicas, por meio da definição de objetivos e de iniciativas que recuperem e fortaleçam o turismo do estado de São Paulo para os próximos 10 anos e estejam alinhadas à Agenda 2030 e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU)." p. 8 "...estão alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)." ADERÊNCIA PARCIAL À AGENDA 2030	Um dos objetivos estratégicos há menção da inclusão, está relacionada com a inclusão e equidade de minorias. p. 37 "..., considerando a inclusão e equidade de gênero, raça e diversidade sexual." "INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE" são um dos princípios do plano, p. 32	ausente	não se aplica

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Agenda 2030 (e turismo) (D)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				Menção indireta à Agenda 2030 e aos ODS (quando não houver menção direta) (D.2)
	Menção direta à Agenda 2030 e aos ODS (D.1.1)	Aspectos gerais (Referencial Teórico) (D.1.2)	ODS e Turismo (D.1.3)	
Rio de Janeiro	<p>menção à Agenda 2030 Adesão parcial</p> <p>Na seção do MACROPROGRAMA 3: DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL</p> <p>p. 34 "Incentivar práticas que minimizem impactos ambientais negativos provocados pelo turismo e que contribuam com o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 20-30, e de outras iniciativas consoantes com esses objetivos"</p> <p>Agenda está relacionada com aspectos ambientais</p> <p>An seção do MACROPROGRAMA 3: DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL, especialmente no PROGRAMA 3.2: INTEGRAÇÃO DE SETORES AFINS AO TURISMO</p> <p>p. 34 "Todas essas ações devem ser norteadas pelos objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU e possibilitar um maior envolvimento dos residentes com o seu patrimônio cultural."</p> <p>ODS como norteadores para a as ações de desenvolvimento territorial, sobretudo para a INTEGRAÇÃO DE SETORES AFINS AO TURISMO</p>	<p>inclusão e sustentabilidade estão juntos na visão estratégica</p> <p>p. 28. "Ser um dos maiores destinos turísticos do mundo, reconhecido por sua pluralidade de atrativos, hospitalidade, inovação, inclusão e experiência, colaborando de forma efetiva para o pleno desenvolvimento sustentável do Estado e do País"</p> <p>p. 40 "...inclusão social e a redução das desigualdades sociais..."</p> <p>p.46 "...serviços turísticos estimulando a adoção de práticas sustentáveis, inclusivas e o uso da tecnologia orientada ao turismo."</p> <p>p. 48 ".. priorizem projetos que promovam o desenvolvimento sustentável, inclusivo e acessível do turismo no estado do Rio de Janeiro. "</p>	<i>ausente</i>	não se aplica

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Sustentabilidade (e turismo) (E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
África do Sul	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando menciona Crescimento ("growth") e (em menor escala) Competitividade ("competitiveness") p. 1 "This growth will, by the values that drive South Africa as a developmental state, be inclusive, responsible and sustainable."sustainable growth"; p. 2 "sustainable growth and global competitiveness". - quando relaciona a sustentabilidade com outros adjetivos que, aparentemente, são semelhantes. p. 4 "Increasing interest in "green" "sustainable", "responsible" and "ethical" tourism:". - quando associa a sustentabilidade ao Turismo Responsável (este sendo um dos Princípios e Valores Orientadores): p. 16 "Responsible tourism: All tourism development and activities shall deliver on the triple bottom-line, namely economic, social and environmental sustainability;" <p>Referência ao ano de 2017: Faz menção ao ano de 2017, ano do turismo sustentável, para embasar direcionamentos ao turismo sustentável do plano p, 4 "The United Nations has declared 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development."</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Sustentabilidade Empresarial é apontada em um dos objetivos estratégicos , p. 38 "Support sustainable Enterprise development".</p>	<p>Indiretamente, quando</p> <ul style="list-style-type: none"> - relaciona com outros adjetivos. p. 4 "Increasing interest in "green" "sustainable", "responsible" and "ethical" tourism:" - quando relaciona com turismo responsável, apoiado nas dimensões. p. 16 "Responsible tourism: All tourism development and activities shall deliver on the triple bottom-line, namely economic, social and environmental sustainability;" 	<p>a. conjunto de critérios; b. como visão e meta</p>	<p>econômico, social e ambiental</p> <p>Ao se referir ao turismo responsável ("responsible tourism"), p. 18. "Responsible tourism: All tourism development and activities shall deliver on the triple bottom-line, namely economic, social and environmental sustainability"</p>

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

Variáveis/ Destino (S2.1)	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Brasil 2018	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto: quando relaciona a sustentabilidade com diversos aspectos, como, ética, p. 14, ("dentro de princípios éticos e sustentáveis") competitivo, p. 56 ("...destinos, produtos e serviços turísticos cada vez mais competitivos e sustentáveis," segurança, p. 53 ("... territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si.") desenvolvimento, p. 57. por ex. crescimento, p. 64, ("..do crescimento ordenado e sustentável da atividade,..") informação, p. 82, ("sustentabilidade de um sistema regional de informação turística.") acessibilidade, p. 96 ("..princípios da sustentabilidade, garantindo acessibilidade às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.") destinos turísticos inteligentes, p. 104 ("..governança, tecnologia e desenvolvimento sustentável.") patrimônio, p. 105, ("..patrimônio natural e cultural do Brasil, de forma sustentável,..") atividade econômica, p. 106 ("..desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável,") qualificação, p. 114, ("..sob a ótica da qualificação e do desenvolvimento sustentável.") acessibilidade, p. 127, ("..turismo responsável, sustentável e acessível a todos,..") Turismo sustentável,, p. 71. Turismo responsável, p. 117</p> <p>O Ministério do Turismo é parceiro da Associação Brasileira de Operadoras de Turismo (Braztoa) na promoção do maior prêmio</p>	<p>Diretamente, quando - desenvolve as dimensões apontadas. No texto, ao invés de dimensões, se referem como os "princípios" da sustentabilidade - desenvolve as diretrizes e objetivos do plano que tem como base a sustentabilidade, sobretudo a partir de exemplos. - explica o que compreende por turismo sustentável, p. 121</p>	<p>b. Como visão e meta; c. Como objeto.</p>	<p>sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional.</p> <p>p. 120 "de sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional" P. 58 (desenvolve as dimensões). "Alinhado à Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030, este Plano Nacional define, como uma de suas diretrizes, a promoção perene e transversal da sustentabilidade no turismo, respeitando todos os seus aspectos."</p>

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

Variáveis/ Destino (S2.1)	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>de turismo sustentável do país – o Prêmio Braztoa de Sustentabilidade – realizado desde 2012, e que tem a chancela da Aliança Global para o Turismo Sustentável da ONU. p. 121</p> <p>Referência ao ano de 2017: Menção do ano de 2017, ano do turismo sustentável. p. 57: "2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável."</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Sustentabilidade é um das diretrizes: p. 57 "Promoção da sustentabilidade". Cabe destacar que o documento se utiliza da palavra "promoção" ao se referir a sustentabilidade. Faz relação com o turismo responsável e sustentável alinhando diretamente com a sustentabilidade. ex-p. 117 "incentivo do turismo responsável", p. 120 "estratégias"; p, 121 "b) Premiar e disseminar boas práticas de turismo sustentável" Sustentabilidade está presente na maioria das seções. Há detalhamento das compreensões sobre sustentabilidade</p>			
Brasil 2024	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto: desenvolvimento sustentável - é um dos focos do plano, está no título e em diversos momentos, como nos objetivos, princípios, metas etc.</p> <p>visão do plano: "Brasil como destino incomparável, seguro, inclusivo, sustentável, inovador e referência em eventos e experiências únicas e memoráveis". p. 45; com detalhamento, sendo um dos tópicos: "Brasil como destino sustentável", p. 46. neste tópico, esclare-se mais diretamente como se compreende</p>	<p>aponta diretamente o que se compreende por sustentabilidade, quando fala sobre turismo sustentável e sobre a sustentabilidade no turismo "A sustentabilidade no turismo é entendida de forma ampla, de maneira a garantir a preservação não apenas dos recursos naturais, mas</p>	<p>b. Como visão e meta; c. Como objeto.</p>	<p>A sustentabilidade é enfatizada em suas quatro dimensões: econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. p. 20; Os cinco pilares do turismo sustentável abrangem, na realidade, quatro princípios da sustentabilidade que podem ser associados ao turismo responsável. São eles: a sustentabilidade sociocultural, a sustentabilidade econômica, a</p>

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>por turismo sustentável, apresentando indícios do significado de sustentabilidade: "O turismo sustentável e responsável se refere às práticas, sob os princípios da sustentabilidade, que envolvem todos os segmentos de mercado, empreendimentos, equipamentos, produtos e serviços turísticos e os diversos atores sociais relacionados com a atividade turística, com o intuito de sanar ou mitigar os efeitos negativos e intensificar os efeitos desejáveis gerados pelo turismo, além de identificar e mensurar os impactos locais, com o monitoramento de seus resultados." p. 46</p> <p>justificativa para o foco da sustentabilidade no plano: " O mencionado colegiado [Relatório Final do Grupo Técnico de Turismo da Comissão de Transição Governamental 2022] verificou ainda a ausência de prioridade ao desenvolvimento sustentável, o que acarretou a desvalorização da atividade turística e do Brasil enquanto destino turístico, bem como a desconexão com políticas globais, sobretudo nas áreas de cooperação internacional e ações climáticas" p. 15</p> <p>ética e sustentabilidade: "integração e o planejamento, o desenvolvimento sustentável, a descentralização e a redução das desigualdades, além da ética e da sustentabilidade"p.18; "... com base nos princípios da sustentabilidade, da ética, da segurança e da excelência na prestação de serviços" p. 73</p> <p>interessante que na seção "Os 10 pontos convergentes dos Planos Nacionais de Turismo" que aponta é reconhecido que : "Desenvolvimento sustentável e ético: Todos os planos enfatizam a necessidade de um turismo sustentável e ético, considerando a proteção ao meio ambiente, ao patrimônio histórico e cultural e a</p>	<p>da cultura e da integridade das comunidades visitadas. Esses princípios permeiam os planos nacionais de turismo e o Programa de Regionalização do Turismo" - com citação da fonte o plano anterior (2018-2022)</p>		<p>sustentabilidade ambiental e a sustentabilidade político-institucional. (cp. 46), citando como referência o caderno Turismo e Sustentabilidade do Ministério do Turismo</p>

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

**Variáveis/
Destino
(S2.1)**

Menções mais relevantes
(E.1)

**Esclarece o que entende
por sustentabilidade**
(E.2)

**Significado de
sustentabilidade**
(E.3)

Dimensões da sustentabilidade
(E.4)

promoção da igualdade."; As expectativas dos viajantes ganharam novos contornos e passam a ser representadas por deslocamentos adequados às questões relacionadas à saúde, ao bem-estar, às experiências e à sustentabilidade" p. 30

sustentabilidade e a relação com a demanda turística: "Turismo doméstico e sustentabilidade: com as restrições de viagens internacionais, as pessoas se voltaram para viagens domésticas e de proximidade. Os deslocamentos terrestres e os destinos sem aglomerações despertaram o interesse pela sustentabilidade e pelo desenvolvimento de destinos locais" p. 23; relação com a tendência de slow travel: "Esse tipo de deslocamento é marcado pela intenção dos turistas de desacelerar, descansar e recarregar as energias, como também pela forte ligação com o turismo sustentável e com a contribuição positiva." p. 31

sustentabilidade também parece estar presente em diretrizes normativas de instituições e orgaos ligados ao turismo do brasil: "O Sistema Nacional de Turismo, criado pela Lei nº11.771, de 17 de setembro de 2008, tem por objetivo promover o desenvolvimento das atividades turísticas, de forma sustentável, pela coordenação e integração das iniciativas oficiais com as do setor produtivo, de modo a, entre outros, promover a regionalização do turismo, mediante o incentivo à criação de organismos autônomos e de leis facilitadoras do desenvolvimento do setor, descentralizando sua gestão. A Política Nacional de Turismo, instituída pela mesma lei, deverá obedecer aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização,

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

	Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)			
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável." p. 37</p> <p>aponta relação com competitividade: "equilíbrio entre competitividade, sustentabilidade e bem-estar de visitantes e anfitriões, trabalhadores e trabalhadoras." p. 40</p> <p>"como vetor de desenvolvimento sustentável e aumentar a competitividade dos destinos e dos produtos turísticos brasileiros"; "Promover o ordenamento, a estruturação e a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade;" (objetivos específicos) p.55</p> <p>no que tange ao modelo de gestão descentralizado, a menção à sustentabilidade é vista no sentido da valorização da comunidade local também "O objetivo é promover o desenvolvimento sustentável e seguro dessas atividades, garantindo a efetiva participação das comunidades locais. Isso visa não apenas gerar renda e emprego — no que já tem sido efetivo —, mas também distribuir os benefícios econômicos de forma abrangente pela população." p. 66</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos que referente a sustentabilidade:</p> <p>o plano possui uma seção de princípios para "sustentabilidade": resumo do que se fala: O princípio de sustentabilidade do Plano</p>			

Seção 2
Agenda 2030/Sustentabilidade
(D, E)

Sustentabilidade (e turismo)
(E)

**Variáveis/
Destino
(S2.1)**

Menções mais relevantes
(E.1)

**Esclarece o que entende
por sustentabilidade**
(E.2)

**Significado de
sustentabilidade**
(E.3)

Dimensões da sustentabilidade
(E.4)

Nacional de Turismo 2024-2027 aborda a necessidade de adaptar o setor à crise climática e ao aumento do fluxo de turistas, promovendo a conservação dos recursos naturais, redução das emissões de gases de efeito estufa, e a proteção das comunidades locais. O plano defende uma transição ecológica e social, integrando políticas públicas e estratégias ESG para um turismo responsável. As ações até 2030 incluem a descarbonização do setor, transição energética, economia circular, gestão de resíduos e resiliência climática, posicionando o Brasil como referência em turismo sustentável.

objetivo gera do plano: "Possibilitar que o Brasil seja o País que mais recebe turistas na América do Sul até 2027, de modo que o turismo seja vetor de desenvolvimento sustentável e gerador de trabalho e de renda para os cidadãos brasileiros." - aqui o turismo é visto como os principais objetivo a atração de mais turismo, e por meio do desenvolvimento sustentável também gerar empregos;

nota-se que o compromisso de sustentabilidade está presente no documento, uma vez que esta noção está presente em todas as seções do plano e é considerada não somente nas apresentações, mas também na visão, princípios e em objetivos; além disso, são apontados de maneira direta o que se compreende por sustentabilidade no turismo e o turismo sustentável; contudo, nota-se certa esforço (por vezes parecendo protocolar de inserir o termo sustentabilidade ao final de cada apontamento de objetivos ou intenções; além disso, as metas são apontadas como sempre o aumento de fluxos turísticos, receita geradas pelos turistas, por outro lado, no objetivo específico " Promover o ordenamento, a estruturação e a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, de forma

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	sustentável, inclusiva e com acessibilidade.", há uma proposição de formas de aoperação amplas que se relacionam com diversas áreas do fenômeno do turismo, como financimaneto, acessibilidade seguranã, regionalização, questões climáticas, entre outros			

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Sustentabilidade (e turismo) (E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Califórnia	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando se refere à "práticas agrícolas sustentáveis" (p.11 "a leader in sustainable farming practices," "sustainable farming.") - quando se refere a "preservação ambiental" p. 11 ("environmental preservation and sustainability,") - quando se refere à "programas de certificação verde" p. 12 ("green certification programs") - quando se referem à abordagens éticas e culturalmente consciente, p. 13 ("are beginning to adopt ethical approaches to their work that promote sustainable and culturally sensitive tourism." - além dessas expressões associadas que remetesseem à compreensões conjuntas, notou-se diversas maneiras com que o documento aponta a sustentabilidade (e suas variações), por ex. "principles of sustainability", "sustainable practices", "values of sustainability", "aggressive sustainability initiatives", "sustainability objectives", "sustainable behavior.", "sustainability attributes."entre outros. <p>O que seriam turistas sustentáveis? p. 12 " The study also found that sustainable tourists, on average, spend 50 percent more than other leisure travelers."</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p>	<p>Não esclarece claramente Deixa mais ou menos claro que a compreende como sinônimo de sustentabilidade ambiental</p>	<p>a. conjunto de critérios</p>	<p>indireto há indícios da sustentabilidade ambiental p. 13" melhores práticas ambientais" ("environmental best practices.")</p>

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos que referente a sustentabilidade: O plano tem como foco a sustentabilidade. Há menção em todos as seções, inclusive no título. Especialmente, está no objetivo 1: p. 11 "Expand Sustainable Practices Across the California Tourism Industry."</p>			

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Sustentabilidade (e turismo) (E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Costa Rica	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando associa sustentabilidade com inclusão e inovação. São pilares fundantes dos planos apontados no modelo de turismo do país. p. 13 ("...esencia del modeloy aseguran su continuidad y existencia a futuro: sostenibilidad, innovación e inclusión.) - quando aponta sobre desenvolvimento e gestão, p. 14 ("...desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible...") - quando aponte sobre crescimento, p. 18 ("...mantiene no sólo un crecimiento sostenido...") - quando aponta competitividade, p. 22 ("...más eficientes para impulsar competitividad y sostenibilidad para el futuro de esta actividad...") - quando aponta aspectos ambientais, p. 46 ("...afinidad natural por temas ambientales y de sostenibilidad turística...") - quando menciona Turismo Sustentável - quando estabelece o "Progama de Certificación para la Sostenibilidad Turística". p. 52 	<p>Diretamente, quando</p> <ul style="list-style-type: none"> - aponta as dimensões do turismo sustentável p. 13 e 14 com base na OMT/PNUMA, 2005. - aponta ao detalhar "Los principios de sostenibilidad para el caso de costa Rica há significado históricamente..." p. 14/15 	<p>b. Como visão e meta; c. Como objeto.</p>	<p>ambiental, sociocultural e econômico</p> <p>p. 14. Objetivos Gerais da Sustentabilidade, e estes relacionados com o turismo também: OMT/PNUMA, 2005, ambiental, sociocultural e econômico p. 72 ambientales, sociocultural</p>

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>- quando menciona autenticidade, p. 84 ("... sostenibilidad y la autenticidad de la experiencia en Costa Rica.")</p> <p>- p. 52 "una política de sostenibilidad." p. 67 "una filosofía de sostenibilidad."</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos que referente a sustentabilidade:</p> <p>- Presente nas estratégias do objetivo 2, p. 80.</p> <p>- Presente no objetivo 3 p. 83 ("Fortalecer el posicionamiento de Costa Rica como destino turístico sostenible diferenciado en los mercados de interés.") e transversalmente nas suas estratégias</p>			

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Sustentabilidade (e turismo) (E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)				
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Espanha	<p>Expressões e palavras associadas a noção de sustentabilidade no texto: destinos sustentáveis, trecho destaca como uma ameaça ao destino espanha o "Nuevo comportamiento de los turistas, buscan destinos poco masificados y medioambientalmente sostenibles"; sustentabilidade está na vanguarda da espanha, pelos "• Los Fondos Next Generation para transformar el turismo en más sostenible y rentable"</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes ao compromisso de sustentabilidade: a noção de sustentabilidade em suas dimensões social, ambiental e econômica é central e forma substancialmente a metodologia do plano, apontando para diversos aspectos, seções, diretrizes, indicadores de desempenho etc.:</p> <p>segundo objetivo geral do plano se relaciona com sustentabilidade: "identificar y atraer a un turista más rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino". (p. 4); digno de nota: como negociar rentabilidade com sustentabilidade, aponta-se contradições com a noção de sustentabilidade que se faz com equilíbrio com dimensões de não apelo mercadológico, como social, ética, cultural, etc. nota-se que o plano aponta para uma rentabilidade e busca pelo desempenho antes da pandemia, fala em buscar um turista mais "rentável", foco a curto prazo; sustentabilidade (e suas dimensões, social, ambiental e econômica) são apontadas como médio e longa prazos (há uma contradição também nesta estratégia, uma vez que a noção de sustentabilidade deveria estar presente desde o começo dos planejamentos e estratégias do turismo; não se pode ser "sustentável" depois que alguma decisão seja tomada que vá contra os princípios sustentáveis.</p>	<p>Diretamente, Diretamente,</p> <p>quando trata de maneira detalhada das dimensões que compõe suas compreensões da noção de sustentabilidade, pois como são um dos eixos estratégicos, são apontados objetivos e diretrizes relacionadas com estes aspectos e dimensões (p.41)</p> <p>Sostenibilidad social: mejorar la cohesión territorial actuando sobre la distribución de los flujos turísticos. Atraer a turistas que colaboren con la vertebración del turismo a través de la diversificación espacial y temporal de los viajes. OBJETIVO: que el turismo contribuya a la generación de empleo y</p>	<p>b. Como visão e meta; c. Como objeto.</p>	<p>ambiental, econômico e social está presente em diversas partes do plano, sendo eixos estratégicos, como parte da metodologia do plano</p> <p>destaca-se o trecho que que está presente nos esclarecimentos metodológicos: " las tres dimensiones de sostenibilidad que se definen en el presente plan (medioambiental, económica y social)" p.20</p>

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>sustentabilidade também é aponta em 3 dos 4 eixos estratégicos: "sostenibilidad social —mejorar la cohesión territorial actuando sobre la distribución de los flujos turísticos—, la sostenibilidad medioambiental — como atributo de la marca turística España— y la sostenibilidad económica —a través de la promoción de la oferta de mayor valor añadido y la capacitación de turistas con gasto medio elevado—. Estos ejes de desarrollan a su vez en 15 líneas de actuación." (p. 5)</p> <p>visão do DMO "Conseguir que España sea el destino más deseado del mundo, convirtiéndolo en referente de sostenibilidad medioambiental, responsabilidad social y rentabilidad." p. 6</p> <p>Seção "Posicionamiento en sostenibilidad", sendo um dos posicionamentos da marca turística da Espanha: "España aparece en el top 5 de sostenibilidad medioambiental, económica y social, siendo especialmente relevante la posición ocupada en esta última. En la medioambiental destaca por su crecimiento como país con un turismo sostenible; en la económica por la buena relación calidad/ precio como destino turístico; y en la sostenibilidad social señalan los conflictos de convivencia entre turistas y locales, especialmente en ciudades y destinos más populares." (p. 25) - merece destaque: não cita a fonte da informação sobre o suposto ranking</p> <p>Seção linhas de atuação também possuem a noção de sustentabilidade em suas dimensões social, ambiental e econômica; nesse caso, sustentabilidade nessas óticas são linhas para objetivos concretos, questão difícil de observar em planos, pois muitas vezes sustentabilidade se faz como um adjetivo ou suplemento de premissas, mas raramente direcionam objetivos concretos ; contudo outra contradição, se apresenta pelo fato de os indicadores de desempenho serem, em sua maioria, voltados para o crescimento de gastos, estadias..</p>	<p>de mayor calidad; a la dinamización de destinos, a frenar la despoblación del medio rural, y a redistribuir la riqueza.</p> <p>Sostenibilidad medioambiental como atributo de la marca turística España. Mejorar la asociación de la marca turística España con la sostenibilidad medioambiental. OBJETIVO: atraer a segmentos con alto grado de conciencia y motivación medioambiental, cuyas necesidades e inquietudes puedan convertirse en un impulso para abordar el reto hacia la transición ecológica.</p>		

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
		<p>Contribuir a la sostenibilidad económica del sector a través de la promoción de la oferta de mayor valor añadido y la captación de turistas con gasto medio elevado. Diversificación motivacional: Atraer y fidelizar a aquellos segmentos de cliente que contribuyan a lograr la diversidad motivacional de los viajes. OBJETIVO: mejorar la competitividad de la oferta turística, permitiendo un mejor desarrollo de los agentes de la cadena de valor y residentes de la zona; Rentabilidad: Atraer a los segmentos de demanda con un gasto superior en destino. OBJETIVO: obtener un retorno superior del conjunto de</p>		

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
		actividades vinculadas al turismo.		
Fiji	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrelado ao crescimento econômico, p. 12 ("..achieving sustained economic progress."). - trecho importante, p. 6 ("..while achieving a sustainable growth rate of visitor arrivals.") - quando relaciona com inclusão, p. 13 ("..while developing a sector that is increasingly sustainable and inclusive in the future." - quando relaciona com aspectos ambientais, p. 30 ("..ways to make sustainable use of natural resources for tourism..") - quando relaciona com aspectos naturais e culturais, p. 25 ("..maximise sustainable utilisation of Fiji's natural and cultural resources..") - quando relaciona com energias renováveis e consumo de água, p. 42/43 - quando relaciona com ética, p. 50 ("..as a sustainable destination aligns with the global trend for ethical travel,..") - quando presente com as noções de "verde", p. 51 (".. Tourism Agenda in the Green Growth Framework") <p>Referência ao ano de 2017: p. 50. Seção "2017 International Year of Sustainable Tourism for Development"</p>	Indiretamente, quando aponta as principais áreas do desenvolvimento sustentável. p 50.	a. conjunto de critérios; b. como visão e meta	<p>econômico, social, ecológico e cultural.</p> <p>p. 50 "Ensuring the Fijian tourism product is economically, socially, ecologically and culturally sustainable is necessary to safeguard the sector's long-term viability."</p>

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Área temática 6, p 50 ("Ensuring Continued Sustainable Development of the Tourism Industry" e "Sustainability as a Priority for Fiji") p. 50, estratégicas: "Tourism Agenda in the Green Growth Framework"; "Inclusive and sustainable economic growth;" p. 52 "Strategy 18 – Sustainable Tourism Development Framework"</p>			

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Filipinas	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrelada à competitividade e inclusão: p. 2 "more competitive, sustainable and inclusive tourism sector."; - quando atrelada ao crescimento inclusivo, p. 3 ("..in adherence to sustainability and inclusive growth objectives.") - quando atrelada a valores culturais e naturais, p. 19 ("..to enhance the value of our natural and cultural heritage through sustainability..") <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Dentre os 4 subcomitês, há o "-Inclusive and Sustainable Sub-Committee" p. 20 Objetivo 2 de médio e curto prazo, p. 36 ("2. Pursuing Sustainability and Inclusive Growth")</p>	Não esclarece claramente	a. conjunto de critérios	Não esclarece claramente
Londres	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrelada a aspectos econômicos do turismo, p. 6 ("It sets out the opportunity to grow London's tourism economy sustainably...") - quando atrelado ao crescimento, p. 6 ("This is critical as London's tourism economy will only grow sustainably through closer collaboration."). p. 13 ("..more closely to grow London's tourism economy sustainably."); Foco no aumento de visitantes também pode ser um indício da predominância da dimensão econômica, p. 9 "The tourism industry will work together to manage the expected significant growth in visitor numbers in a sustainable way." - quando atrelado ao trabalho, p. 24 ("Building a sustainable workforce") <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Aumento de visitantes, Visão, p. 9 "The tourism industry will work together to manage the expected significant growth in visitor numbers in a sustainable way."</p>	Não esclarece claramente	a. conjunto de critérios	econômico p. 13. "...tourism economy sustainably."

Miami	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrelado a gestão e gestão empresarial, p. 12 ("..to ensure sustainable destination management and equitable business development.") - quando relaciona com resiliência, p. 16 ("..leader in sustainability and resilience,..") - quando atrelad crescimento responsável, p. 18 ("..GMCVB can help ensure sustainable tourism development and long-term responsible growth.") - quando relaciona com tecnologia e inovação, p. 22 ("..technology, innovation and sustainability.") <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: um dos objeios estratégicos, p. 3 "Long-Term Organizational Sustainability" Sustentabilidade é colocada como sendo integrada aos demais direcionamentos do plano: "INTEGRATED SUSTAINABILITY", seção. p. 20;</p>	Indiretamente, quando desenvolve as dimensões p. 18	a. conjunto de critérios; b. como visão e meta	<p>econômica, social e ambiental; organizacional</p> <p>p. 16 "encompassing economic, social and environmental impacts collectively."</p> <p>p. 20, "lens of integrated economic, social and environmental sustainability for the greatest benefit of the entire community."</p> <p>Menciona também "Long-Term Organizational Sustainability" p. 3 (se relaciona com "Melhor comunicação, diversidade e inclusão, sucessão da alta administração e promoção da diversidade do conselho"</p>
Nova Zelândia	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando relaciona com crescimento, p. 2 ("..as well as the challenges of responding to global changes and growing sustainably."), <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: 1ª estratégia prioritária, crescimento a longo prazo, p. 2 ("Broaden our measure of value from near-term growth to long-term sustainability") ao observar suas prioridades, nota-se a predominância de parâmetros econométricos, como volume de turistas, dispersão regional. p. 9.</p>	Não esclarece claramente	a. conjunto de critérios;	ausente

Fonte: Elaboração própria

	Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)			
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)

Paris	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrela com "turismo de qualidade", p. 3 ("...it the most welcoming capital, with high-quality, sustainable tourism.") - quando atrelado com transporte público, p. 8 ("• Reorganise coach transport by creating the right conditions for the sustainability of this option, ...") - quando relaciona com os aluguéis turísticos, p. 9 ("Regulate the supply of furnished tourist rental options in order to ensure the sustainability of this type of accommodation, while ...") - quando relaciona com o "verde", p. 14 ("... develop "sustainable Paris" walks to strengthen Paris' identity as a green destination,..") <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empregos, Visão, p. 10 "...sustainable tourism that creates jobs.." - Sustentabilidade como um dos pilares estratégicos, p. 10 "A harmonious city, thanks to its solidarity-based, sustainable tourism development model that respects its environment and residents." Ao mencionar sustentabilidade tem como foco o bem-estar dos moradores e do meio ambiente. - quando, na seção Turismo Sustentável ("Sustainable Tourism"): há relação com a interação sustentável dos moradores e turistas. p. 21: "essential for tourism development to take place with a respect for Parisians' quality of life, ensuring that people can live together in harmony"; ações integradas para mobilidades urbana, e, p. 22 ("...to make Paris the capital of sustainable tourist mobility.") e apoio para ações da cadeia produtiva. <p>Sustentabilidade está presente na maioria das seções. Há detalhamento das compreensões sobre sustentabilidade</p>	<p>diretamente, quando fala do turismo sustentável como sendo um dos pilares estratégicos p. 22</p>	<p>a. conjunto de critérios; b. como visão e meta</p>	<p>econômico, social e ambiental.</p> <p>p. 21, "The City Hall will therefore develop high-quality, harmonious tourism that respects economic, social and environmental balance."</p>
-------	--	---	---	---

<p>Peru</p>	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando relaciona com competitividade, p. 5 e 6 ("como un destino sostenible y competitivo.") e p. 19 "Índice de competitividad turística: Perú" - quando relaciona à participação da comunidade, p. 14 ("..de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas") - quando relaciona com crescimento e aspectos econômicos, p. 32, ("El crecimiento sostenido del sector, en los últimos años ha contribuido al desarrollo sostenible tanto a través del aporte económico como la generación de empleo y el cuidado del ambiente, lo cual incide favorablemente al crecimiento económico del país.") - quando relaciona aspectos ambientais, p. 32 ("Promover el uso sostenible de los recursos de la naturaleza..") - quando menciona sobre planejamento estratégico, p. 3 (".. el desarrollo de un turismo planificado, estratégico y sostenible.") - quando relaciona com patrimônio cultural, p. 32 ("...como en los espacios que integran el patrimonio cultural sean sostenibles.") - quando relaciona com autenticidade, p. 39 ("...como productos turísticos sostenibles, competitivos y auténticos.") - Turismo sustentável, p. 27, ("Fomentar el turismo sostenible...") <p>Referência ao ano de 2017: Menção do ano de 2017, ano do turismo sustentável. p. 16 "2017 como el "Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo".</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade:</p> <p>Em geral, relaciona sua visão, missão e objetivos com a sustentabilidade, qualidade, competitividade e segurança. visão, p. 46, "El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro".</p> <p>Pilar 2, oferta turística, p. 55 ("Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible")</p>	<p>Diretamente, quando mencionado sobre Turismo sustentável, p. 152 "Turismo sostenible: Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas."</p> <p>Há menções indiretas, como aponta a a sustentabilidade ambiental, p. 108. seção, Política Ambiental do Setor; "nacional. mencionada sobre a oferta turística: "La oferta turística será sostenible, en la medida que garantice la perdurabilidad e idoneidad de las características del recurso turístico y brinde las condiciones para una experiencia turística de calidad."</p>	<p>b. Como visão e meta; c. Como objeto.</p>	<p>social, econômico e ambiental</p> <p>p. 33; "Estos principios y lineamientos, son transversales al desarrollo de las actividades turísticas, por ello deben estar incorporados en los planes, programas, proyectos, productos e iniciativas del Sector Turismo, buscando lograr el equilibrio entre los beneficios sociales, económicos y ambientales en los destinos turísticos del país, que involucra una alianza entre el Estado, la empresa y la comunidad, teniendo como objetivo el desarrollo de un turismo sostenible."</p>
--------------------	---	--	--	---

Fonte: Elaboração própria

Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Portugal	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quando atrelado com longo prazo da atividade, p. 2 ("..promovem a sustentabilidade da atividade turística ao longo do ano.") - quando relaciona com sazonalidade, p. 43 (Atingir em 2027 o índice de sazonalidade mais baixo de sempre, para uma maior sustentabilidade da atividade turística.) - quando atrela à competitividade, p. 46 ("Uma Estratégia focada em ativos que visam a sustentabilidade e a competitividade do destino PORTUGAL) - quando menciona indicadores ("Linha de Apoio a Sustentabilidade"), p. 55 ("..um sistema de indicadores de sustentabilidade de referência internacional..") <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade:</p> <p>Sustentabilidade vinculada ao crescimento e à atividade econômica, ainda que aponte para diferentes dimensões; há foco nas metas e trata a sustentabilidade sem profundidade. p. 55 "vista a sustentabilidade e competitividade dos territórios."; p. 6"...Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo".</p> <p>Outro ponto que se relaciona com a perspectiva econômica da sustentabilidade é relação com o aumento do fluxo de visitantes. p. 38 "Alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável."</p>	<p>Diretamente,</p> <ul style="list-style-type: none"> - apontando as suas dimensões e metas a serem cumpridas. p. 41 ao apontar a sustentabilidade como objetivos e metas de cada dimensão para o turismo no país - p. 38, sustentabilidade como um dos desafios, "Assegurar a preservação e a valorização econômica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local." 	<p>b. Como visão e meta;</p>	<p>econômica, social e ambiental.</p> <p>p. 6 "• se compromete com metas de sustentabilidade econômica, social e ambiental."</p>

Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
São Paulo	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <p>- quando menciona competitividade e crescimento , p. 10 ("...prover competitividade e sustentabilidade às atividades da cadeia de valor do turismo em âmbito subnacional."; "...a fim de alcançar um crescimento sustentável dentro de sua visão geral e objetivos estratégicos, aumentar o valor do setor de turismo,..."; p. 11 "... promovam o alvorecer de sua pujança econômica, social, cultural e sustentável, com espaço para crescimento e competitividade de seus agentes econômicos...")</p> <p>- quando menciona destino turístico inteligente, p. 22 ("Destinos Turísticos Inteligentes, conectados, interativos, autênticos e sustentáveis,")</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: Sustentabilidade como um dos princípios do plano, p. 32 "Posicionamento do turismo como uma atividade econômica ecologicamente correta, socialmente justa, economicamente viável e culturalmente diversa."</p>	<p>Diretamente, quando desenvolve os princípios e visão estratégica, p. 32</p> <p>"Sustentabilidade: Posicionamento do turismo como uma atividade econômica ecologicamente correta, socialmente justa, economicamente viável e culturalmente diversa."</p>	b. como visão e meta	<p>ecológica, social, econômica e cultural</p> <p>p. 32</p> <p>"Posicionamento do turismo como uma atividade econômica ecologicamente correta, socialmente justa, economicamente viável e culturalmente diversa."</p>

Fonte: Elaboração própria

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
Rio de Janeiro	<p>Expressões e palavras associadas a sustentabilidade no texto:</p> <p>p. 22, Cenário a: "Crescimento expressivo e sustentável do turismo fluminense" - o sustentável vem associado ao crescimento expressivo, e não moderado ou inexpressivo, como apontado nos demais cenários.</p> <p>p. 29 "Apoiar o desenvolvimento sustentável..."</p> <p>p. 30. "...experiências turísticas de forma sustentável e segura..."</p> <p>p. 31 "... o desenvolvimento do turismo sustentável..."</p> <p>p. 34 "... de modo sustentável.."</p> <p>p. 34 - no MACROPROGRAMA 3: DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: "Partindo do pressuposto de que o patrimônio natural e cultural (material e imaterial) disponível do Estado pode ser apropriado de modo sustentável para o turismo, a sua identificação e valorização deve ser assumida como uma diretriz estratégica para garantir a sua preservação, conservação e seu uso turístico tanto no presente como no futuro" "Estimular a participação e o envolvimento das comunidades e populações tradicionais no desenvolvimento sustentável da atividade turística, de maneira a promover a melhoria da sua qualidade de vida e a preservação de sua identidade cultural, através do despertamento do senso de pertencimento ao lugar;</p> <p>p. 36, associa a ESG, ESG (Environmental, Social and Governance, em inglês) ou Governança Ambiental, Social e Corporativa (em português)</p> <p>p. 40, MACROPROGRAMA 5: MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO associa sustentabilidade ao trabalho (decente/justo), "Para que o turismo resulte na promoção de desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, torna-se fundamental a atenção com condições dignas de trabalho e acesso à educação de qualidade no setor" e associa aos "... desenvolvimento econômico-social justo e sustentável,"</p>	<p>não esclarece claramente quando aponta sobre a necessidade de valorização do patrimônio para o presente e o futuro.p. 34, no MACROPROGRAMA 3: DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL</p>	<p>a. conjunto de critérios; b. como visão e meta</p>	<p>ausente</p>

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>associa sustentabilidade à criatividade e responsabilidade...</p> <p>"..atividades econômicas baseadas em modelos de negócios criativos, responsáveis, sustentáveis também têm o poder de maximizar a cadeia de valor do turismo."</p> <p>p. 42, no MACROPROGRAMA 6: INFRAESTRUTURA "Deve-se promover a infraestrutura básica e turística integrada, sustentável e de qualidade, pautada na acessibilidade plena de todos os cidadãos"</p> <p>p.45 no MACROPROGRAMA 7: REGULAMENTAÇÃO E NORMATIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA ".. contribuir para seu desenvolvimento sustentável e o retorno financeiro que compense seu impacto na população local."</p> <p>No MACROPROGRAMA 7: REGULAMENTAÇÃO E NORMATIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA p. 46 no PROGRAMA 7.2: QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS "Para propiciar uma experiência diferenciada ao turista é necessário a qualificação dos equipamentos e serviços turísticos estimulando a adoção de práticas sustentáveis, inclusivas e o uso da tecnologia orientada ao turismo."</p> <p>No MACROPROGRAMA 8: FOMENTO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS p. 48 no PROGRAMA 8.2: INCENTIVO AOS MUNICÍPIOS E EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS FLUMINENSES "Benefício a municípios e empreendimentos que priorizem projetos que promovam o desenvolvimento sustentável, inclusivo e acessível do turismo no estado do Rio de Janeiro"</p> <p>Referência ao ano de 2017: ausente</p> <p>Seção ou diretrizes/objetivos específicos referentes a sustentabilidade: p. 22. Sustentabilidade como um "condicionante" externo".</p>			

Seção 2 Agenda 2030/Sustentabilidade (D, E)				
Variáveis/ Destino (S2.1)	Sustentabilidade (e turismo) (E)			
	Menções mais relevantes (E.1)	Esclarece o que entende por sustentabilidade (E.2)	Significado de sustentabilidade (E.3)	Dimensões da sustentabilidade (E.4)
	<p>p. 22. Sustentabilidade inserida em um dos possíveis cenários</p> <p>p.28 "Ser um dos maiores destinos turísticos do mundo, reconhecido por sua pluralidade de atrativos, hospitalidade, inovação, inclusão e experiência, colaborando de forma efetiva para o pleno desenvolvimento sustentável do Estado e do País "</p> <p>p. 28 SUSTENTABILIDADE como um das macrodiretrizes.</p> <p>p. 36. Sustentabilidade como um dos programas do macroprograma de Desenvolvimento Territorial: "PROGRAMA 3.5: SUSTENTABILIDADE (ESG) A sigla ESG (Environmental, Social and Governance, em inglês) ou Governança Ambiental, Social e Corporativa (em português), traduz o compromisso de várias empresas em todo o mundo de adotarem estratégias em suas atividades que contemplem a preservação do meio ambiente, redução da desigualdade social e de governança consciente e íntegra, para promover o bem-estar e, ao mesmo tempo, fortalecer as cadeias de valores produtivos. PROJETO 3.5.1: CRIAÇÃO DO PRÊMIO ESTADUAL DE TURISMO SUSTENTÁVEL E BOAS PRÁTICAS</p>			

Fonte: Elaboração própria