

Inrervenção de
José Osório Naves em nome da CNTur na
Audiência Pública da Comissão de Desenvolvimento
Regional e Turismo do Senado Federal,
em 05.11.2014

O Art. 180 da Carta Magna do Brasil preconiza que:
à União, os Estados e Municípios e o Distrito Federal, incentivarão o Turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.

Com foco no enunciado acima, face as políticas públicas de Turismo atualmente praticadas no Brasil, há que se repensar esse modelo de gestão em função da própria dinâmica da atividade e da reformulação das estratégias de desenvolvimento sustentável, agora voltadas para a regionalização.

Se, de um lado, o governo federal, por meio do Ministério do Turismo, apresenta hoje uma estrutura institucional apta a planejar as diretrizes norteadoras e estruturantes do Programa Nacional de Regionalização do Turismo; de outro, os Estados e Municípios ainda enfrentam dificuldades e obstáculos para aplicar e dar continuidade, em seus limites políticos e territoriais, às diretivas prescritas e aplicáveis em suas respectivas conjunturas.

Os grandes gargalos que têm emperrado o desenvolvimento do setor, a meu ver, se esteiam em 6 itens que provocam o estacionamento estatístico do turismo brasileiro, que há mais de 20 anos não vê crescer o fluxo de seu receptivo internacional, na empacado nos 5 milhões/ano de visitantes estrangeiros.

Dificultadores do crescimento do turismo

1 – A DISTÂNCIA DOS GRANDES CENTROS EMISSIVOS

Como disse o Papa Francisco, estamos no fim do mundo (como sua Argentina). A distância dos maiores centros emissivos é o maior obstáculo; isso torna o Brasil um destino extremamente caro, um dos mais caros do mundo e conseqüentemente, desestimulantes.

2 – MÁ QUALIDADE DE SERVIÇOS

A má qualidade da mão de obra e dos serviços turísticos, no geral, também serve como desestímulo aos viajantes, cada dia mais exigentes.

A qualificação profissional no país é de grande deficiência.

Não há cursos de formação profissional específica para a área do turismo e o que é disponível através do Sistema S do Comércio, sem discutir sua boa qualidade, torna-se inacessível pelos preços cobrados ante a baixa remuneração do setor. O melhor exemplo foi o que se viu durante a copa de futebol.

3 – INFRAESTRUTURA INEFICIENTE

Carência absoluta de infraestrutura urbana, quer na acessibilidade como na mobilidade aos locais turísticos.

Na cabeça dos administradores municipais **acessibilidade** se resolve apenas com a construção de rampas para cadeirantes, mas não conservam as calçadas e sequer se lembram dos deficientes

visuais, e falta de sinalização e sonorização, além do transporte público de péssima qualidade.

4 – Falta de simbologia específica ao turismo brasileiro

Propaganda e divulgação fracas, no exterior. Nossas peças promocionais na mídia americana, asiática e europeia, são de grande qualidade visual, mas de pouco convencimento.

Não elegemos nenhum símbolo como nossa atração turística. Geralmente essas peças tornam-se um verdadeiro pastel com excesso de informações que não despertam interesses específicos sobre as belezas do país.

Misturam Cristo Redentor com Cataratas do Iguaçu, Praias com Pantanal e Amazônia e Cultura com Carnaval.

Isso numa só peça de marketing comercial.

5- Pontos de Estrangulamento

Esses empecilhos, em grande parte, refletem a ausência de recursos humanos capacitados e qualificados para absorver, entender e compreender os novos paradigmas, trabalhando-os no sentido de harmonizá-los e compatibilizá-los com a realidade e especificidade locais, bem como os instrumentos operacionais disponíveis.

O que constatamos é a urgente sinergia entre as áreas operacionais do próprio MTur e destes com os Estados, municípios, instâncias de governança e atores locais, além da necessidade de maior descentralização de recursos.

6 - Atividade intersetorial e ação do Governo

Turismo pressupõe, para seu desenvolvimento sustentável, atitudes e ações de transversalidade e intersetorialidade.

Portanto, de precisa de ação conjunta obrigatória e integrada no seio do próprio MTur, entre os demais Ministérios, Governos dos Estados, Prefeituras Municipais, Consórcios de Desenvolvimento Regional, Organizações Sociais e imprescindível a iniciativa privada, bem como área sindical.

Vale lembrar que a gestão compartilhada e descentralizada está em construção no país.

Regionalização do Turismo

As ações do MTur por meio de suas Secretarias Nacionais, de Políticas e de Programas de Desenvolvimento do Turismo, têm se empenhado em estreitar relações de orientação, discussão e implementação desses novos paradigmas.

Criou até mesmo um órgão interlocutor que traduz-se como ponte entre o MTur e os Estados e Municípios – o **Fórum Nacional de Secretários de Turismo**, afim de ampliar o debate e explicitar ao ente responsável pelas políticas pública de Turismo em cada Estado a execução da Política Nacional de Turismo e seus Programas de Regionalização e Desenvolvimento Sustentável.

No entanto, o que constatamos até o presente, por parte do interlocutor, é a ausência de institucionalização como política inovadora e

adequada para o desenvolvimento do Turismo nos respectivos Estados para assegurar a cooperação com os Programas do MTur.

É fraquíssimo o desempenho da aplicabilidade dos mecanismos que fortaleçam a legitimidade das instâncias de governança, ou mesmo que as possam inspirar em sua implantação.

Gestão Compartilhada

A Política Nacional de Turismo deve funcionar como o elo integrador entre as esferas de decisão governamental representadas pelos segmentos oficiais do sistema e os beneficiários e usuários dessa política.

Todavia, o poder público pode desestimular a iniciativa privada ao criar instrumentos legais sem captar a fundo a essência da atividade turística.

Esses instrumentos, em face de sua multiplicidade, podem criar dificuldades operacionais para as empresas que atuam no Turismo, que precisam ser constantemente analisadas e avaliadas no que concerne às políticas públicas.

Legislação do Turismo – Abrangência e aplicabilidade

Turismo de fato se desenvolve e funciona dentro de uma estrutura legal que pode ser dividida em duas partes.

A primeira é a legislação, agora mais configurada com a Lei Geral do Turismo que regula os setores do *Trade* com o Turismo e que normalmente não é pensada como tendo resultados turísticos, mas que afeta inevitavelmente as operações nesse setor.

A segunda parte é a legislação turística *stricto-sensu* – as leis e regulamentos direcionados ao setor que lidam com a operação e o gerenciamento de empreendimentos turísticos como:

- as regulamentações no transporte e operações de serviço de viagem;
- taxas especiais de embarque e desembarque de passageiros,
- incentivos financeiros e fiscais,
- uso e ocupação do solo e outros recursos naturais para o desenvolvimento e geração de demanda de Turismo.

Com tudo isso torna-se fundamental que o setor privado participe desse processo por meio do Conselho Nacional de Turismo e, principalmente de sua entidade de classe que representa especificamente todo o setor que é a **CNTur - Confederação Nacional do Turismo**.

Gestão Empreendedora

É fundamental destacar que estamos vivendo tempos de transformação.

Isto é, passando de um modelo burocrático, prestador e concessionário de serviços, para de um modelo empreendedor, a formatação dentro de uma

ordem de co-responsabilização solidária, a que o Estado deve prestar decisiva colaboração em conjunto com as empresas privadas e as organizações sociais;

Existem diversos cenários em que o interesse dos setores público e privado convergem assim, a uma séria parceria essencial para três objetivos principais:

- adequar a região às exigências da sociedade;
- propiciar a reorganização dos serviços;
- favorecer a ação conjunta entre a organização e o voluntariado;

Consciência do cidadão no Desenvolvimento

A consciência de cidadania, cada vez mais presente na sociedade atual, exige que o Governo descubra melhores alternativas para o desenvolvimento das ações de interesse público.

Esse fenômeno é definido como a transformação do Estado gestor para o estado regulador, ou seja, o que se preocupa com os limites da atuação da iniciativa privada na realização de serviços de interesse público.

Investimento e financiamento público e privado

O turismo neste próximo decênio do século XXI exige solucionar os conflitos de uma maneira construtiva. Com uma ampla participação de todos os envolvidos. Por sua vez, também exige o desenvolvimento de novos mecanismos para a tomada de decisões.

Isso com base em uma nova governabilidade eficaz, manifestando a definição de políticas em um novo marco de proteção de direito de propriedade dos indivíduos.

A multiculturalidade gerenciada por meio de processos de participação social e de planejamento participativo facilita os esforços de ajuste de um destino às tendências sociais e de turismo, e cria as bases para se obter benefícios para todos os autores.

A adoção de modelos – como o de competitividade baseada em preços – que nem sempre tem sido bem instrumentada, e que em outras ocasiões não tem dado os resultados mais adequados aos interesses dos países.

Não reconhecendo explicitamente que os lucros vêm das pessoas (entes trabalhadores do setor) e não somente dos atrativos naturais e culturais da produção turística.

Assim concluímos que:

- O TURISMO há que se desenvolver através de políticas de investimento e financiamento do setor, orientado basicamente para apoiar o desempenho de grandes empresas, mas que favoreçam essencialmente o pequeno e o médio empreendedor.

- O Turismo deve ser impulsionado como uma atividade de inclusão social e ser reconhecido como um direito e uma necessidade para todos. O capital humano deve sempre ser focado como o seu principal ativo.
- As empresas e as organizações devem assumir sua responsabilidade social, pois o turismo baseia-se na integração das redes de qualidade.
- Tem-se que estruturar novos conteúdos na comunicação estratégica do turismo.
- O turismo deve reconhecer a nova ética do consumidor;
- o turismo existe não apenas como captador de divisas, como também e principalmente para melhorar a qualidade de vida e o bem estar das pessoas.