



# Manual de Ecoturismo de Base Comunitária

EDIÇÃO EM PDF

*Ferramentas para um planejamento responsável*

Arquivo pdf com 250 k  
22 páginas, capa e verso da capa

Todos os direitos reservados. Parte integrante do livro Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável, do WWF-Brasil.

Para conhecer os outros capítulos do Manual, o método de elaboração, os projetos parceiros e demais informações sobre este livro, visite o site do WWF-Brasil – [www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br).

## SECÇÃO 01

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS

APRESENTAÇÃO

INTRODUÇÃO

CONTATOS DOS PARCEIROS E CONSULTORES

PARCERIA:



APOIO:



INSTITUTO  
**ECO FUTURO**  
Iniciativa Suzano



MANUAL DE ECOTURISMO DE BASE COMUNITÁRIA  
FERRAMENTAS PARA UM PLANEJAMENTO RESPONSÁVEL

*Publicação do Programa de Turismo e Meio Ambiente do WWF-Brasil*

FICHA TÉCNICA

Organizadora do Manual  
*Sylvia Mitraud*

Autores  
*Anna Paula Santos, Ariane Janer, Gilberto Fidelis, Jane Vasconcelos, Johan van Lengen, Leandro Ferreira, Marcos Borges, Max Dante, Monica Corulón, Roberto Mourão, Sérgio Salazar Salvati, Sylvia Mitraud, Timothy Molton, Verônica Toledo, Waldir Joel de Andrade.*

Edição Técnica  
*Robert Buschbacher, Sérgio Salazar Salvati, Sylvia Mitraud, Leonardo Lacerda*

Coordenador do Programa de Turismo e Meio Ambiente do WWF-Brasil  
*Sérgio Salazar Salvati*

Coordenação das Oficinas  
*Sylvia Mitraud*

Consultores do Projeto  
*Jane Vasconcelos, Roberto Mourão, Verônica Toledo, Waldir Joel de Andrade, Ariane Janer, Gilberto Fidelis, Marcos Martins Borges*

Coordenação Editorial  
*Alexandre Marino - Varanda Edições Ltda*

Projeto Gráfico, capa e edição em pdf  
*Paulo Andrade*

Fotos da capa:  
*Sérgio Salazar Salvati*

Tiragem: 3.000 exemplares  
Novembro de 2003

Esta publicação, "Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável" é publicada com o apoio da USAID - Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional - com sede na Embaixada Americana no Brasil, nos termos do acordo nº 512-0324-G-00-604. As opiniões expressas do(s) autor(es) não necessariamente refletem as opiniões da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional.

Esta publicação contou com o apoio da Kodak Company, USA, nos termos do acordo de cooperação técnica celebrado para apoio ao desenvolvimento dos projetos do Programa de Ecoturismo de Base Comunitária do WWF-Brasil. As opiniões expressas do(s) autor(es) não necessariamente refletem as opiniões da Kodak Company.

A viabilidade desta publicação contou com a participação da Companhia Suzano de Papel e Celulose, por meio de convênio de parceria entre o WWF-Brasil e o Instituto Ecofuturo. As opiniões expressas do(s) autor(es) não necessariamente refletem a opinião desta Companhia.



Publicado em papel Reciclatô - 100% reciclado

M294e Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável. /

[Organização: Sylvia Mitraud] - [Brasília]: WWF Brasil, c2003. 470p.: il. Color. ;21x14 cm.

**Bibliografia**

ISBN: 85-86440-12-4

1. Ecoturismo - Brasil. 2. Turismo Comunitário. 3. Metodologia de Planejamento e Gestão – Ecoturismo. 4. Capacitação Comunitária. 5. Conservação.

CDU 504.31

# Manual de Ecoturismo de Base Comunitária

FERRAMENTAS PARA UM PLANEJAMENTO RESPONSÁVEL

## Sumário

A numeração de páginas deste sumário corresponde à edição impressa em Novembro de 2003.

Agradecimentos .....	7
Apresentação .....	9
Introdução .....	11
O WWF-Brasil e o Turismo Responsável .....	23

### SEÇÃO 1

**Planejamento Estratégico –**  
*Instrumentos para planos, diagnósticos  
e desenvolvimento de projetos e produtos*

1. Planejamento do ecoturismo .....	33
2. Levantamento do potencial ecoturístico (inventário) .....	89
3. Elaboração do produto .....	145
4. Viabilidade econômica .....	189

### SEÇÃO 2

**Implementação Responsável –**  
*Instrumentos para desenvolvimento físico,  
educação e capacitação*

5. Infra-estrutura de apoio .....	217
6. Implantação e manejo de trilhas .....	247
7. Interpretação ambiental .....	261
8. Capacitação comunitária .....	295

### SEÇÃO 3

#### ***Gestão Integrada – Instrumentos para controle, administração e participação***

9. Monitoramento e controle de impactos de visitação .....	<b>315</b>
10. Administração e práticas contábeis .....	<b>363</b>
11. Participação comunitária e parcerias .....	<b>381</b>
12. Participação de voluntários em projetos de ecoturismo .....	<b>399</b>
13. Pesquisa na atividade de ecoturismo .....	<b>415</b>
Glossário .....	<b>423</b>
Contatos dos projetos parceiros e profissionais participantes do Manual .....	<b>443</b>
Declaração de Ecoturismo de Quebec .....	<b>447</b>

# Agradecimentos

Como produto de um projeto desenvolvido de forma participativa e de longo prazo, muitas são as pessoas, os profissionais e as instituições que colaboraram de forma definitiva para a publicação deste Manual, e é com prazer que o WWF-Brasil aproveita esta oportunidade para fazer seus agradecimentos. No entanto, a menção a entidades e profissionais a seguir não esgota a lista de instituições e indivíduos que prestaram apoio e colaboração a este projeto, em diversas ocasiões.

Primeiramente, agradecemos à Associação Brasileira de Ecoturismo (ECOBRASIL), pela colaboração desde o início do projeto. Foi desta parceria que surgiu a semente que gerou o Programa de Ecoturismo do WWF-Brasil, posteriormente denominado Turismo e Meio Ambiente. Em especial, a idealização do programa, tanto em seus objetivos quanto em seu método de desenvolvimento, deve-se à criativa e crítica interação entre o WWF-Brasil, com sua especialidade em assuntos de conservação ambiental e de processos participativos, e à ECOBRASIL, com seus conhecimentos na área empresarial do turismo.

Igualmente importante foi a participação e, principalmente, a dedicação de diversos profissionais que atuaram como consultores; são especializados nas diversas áreas relevantes do ecoturismo, mas também altamente comprometidos com os objetivos de conservação ambiental e responsabilidade sócio-econômica do ecoturismo. Apesar do título de “consultores”, a colaboração desses profissionais em muito excedeu as expectativas e determinações contratuais com o WWF-Brasil.

Ao longo de quatro anos, o WWF-Brasil trabalhou em parceria com as instituições executoras de oito projetos de conservação e desenvolvimento de diferentes regiões do Brasil, empregando de forma participativa, prática e interativa os diversos métodos apresentados neste Manual, e capacitando técnicos para coordenar o desenvolvimento do ecoturismo nos projetos. As instituições colaboradoras deste programa foram:

- ▶ **Associação de Silves pela Preservação Ambiental e Cultural (ASPAC)** – Silves/AM.
- ▶ **Associação dos Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros (ACV-CV)** – Alto Paraíso/GO.
- ▶ **Associação Mico Leão Dourado (AMDLD)** – Casimiro de Abreu/RJ.
- ▶ **Organização dos Seringueiros de Rondônia (OSR); Associação dos Seringueiros do Vale do Guaporé (AGUAPÉ); e Ação Ecológica Guaporé (ECOPOPÉ)** – Porto Velho/RO.
- ▶ **Projeto TAMAR (IBAMA e Fundação Pró-TAMAR)** – Fernando de Noronha/PE.
- ▶ **Secretaria Estadual de Meio Ambiente (SEMA)** – Campo Grande/MS;  
**Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo (SEMATUR)** – Corumbá/MS.
- ▶ **Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental (SPVS)** – Curitiba/PR.
- ▶ **Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (ISDM)** – Tefé/AM.

Sem a colaboração e o compromisso dessas instituições parceiras, suas diretorias e seus representantes técnicos, e dos consultores, este Manual não poderia ter sido elaborado. Ao todo, foram mais de 45 pessoas, trazendo suas perspectivas profissionais e regionais para constituir um único produto. O entusiasmo, o esforço, o compromisso, a paciência e, por vezes, a persistência dos técnicos e técnicas que as representaram neste projeto foram imprescindíveis para a realização prática das atividades em cada um dos projetos parceiros. Um agradecimento especial fica registrado para as instituições e projetos que sediaram as oficinas semestrais do projeto.

Com essas colaborações e esforços, o Projeto de Capacitação em Ecoturismo do WWF-Brasil e a metodologia do Manual seguiram os princípios do ecoturismo comunitário, constituindo um processo participativo desde sua concepção.

A realização do Programa de Capacitação e a elaboração deste Manual foi possível também devido ao apoio da parceria com a USAID, cujos recursos ao longo de três anos possibilitaram não só a realização das oficinas, mas também o apoio técnico e financeiro aos projetos que possuíam carências específicas para o desenvolvimento do ecoturismo. Conseqüentemente, precisamos também estender os agradecimentos às instituições que apoiam diretamente o desenvolvimento do ecoturismo dos projetos parceiros.

Além de agradecer a todo o quadro do WWF-Brasil, pela confiança e colaboração, não podemos deixar de lembrar daqueles que contribuíram para esta publicação e que hoje não mais pertencem à sua equipe. Apoiando os técnicos que participaram ativamente no desenvolvimento do programa, outros colaboraram nas etapas posteriores de edição, revisão e encaminhamentos logísticos etc, como Rogério Dias (ex-coordenador do Programa de Ecoturismo), Leonardo Lacerda (ex-Superintendente de Conservação) e Garo Batmaniann (ex-Secretário-Geral).

Que todo o esforço e dedicação investidos para a elaboração deste Manual se traduzam em efetiva contribuição para o desenvolvimento de experiências de Ecoturismo no Brasil conforme seus princípios de sustentabilidade.

Brasília, novembro de 2003

Sylvia Mitraud  
*Organizadora do Manual*

Sérgio Salazar Salvati  
*Coordenador do Programa de Turismo  
e Meio Ambiente do WWF-Brasil*

# Apresentação

**E**m 1994, o WWF-Brasil deu início aos projetos Silves e Veadeiros, primeiros projetos de campo de conservação e desenvolvimento, cujo objetivo eram o desenvolvimento do ecoturismo como alternativa econômica sustentável. Também data de 1994 a elaboração, pelo Governo Federal, das Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo, onde definiu-se, entre outras abordagens, o conceito brasileiro de ecoturismo adotado neste documento. No ano seguinte, o WWF-Brasil apoiou a realização da 1ª Bienal de Ecoturismo de Canela, Rio Grande do Sul.

Esses eventos, associados a diversos contatos com profissionais que iniciavam o trabalho no campo do ecoturismo, levaram ao claro diagnóstico da ausência e/ou fragilidade dos mecanismos existentes para assegurar que a atividade respeitasse os seus princípios, tanto no que diz respeito à sua interface com a conservação da natureza quanto com o beneficiamento prioritário das comunidades locais. A principal preocupação do WWF-Brasil era com a possibilidade de o ecoturismo se transformar em mais uma atividade econômica exploradora e degradadora das unidades de conservação do Brasil, em especial os Parques Nacionais.

Especificamente quanto ao objetivo de apoiar e consolidar modelos de ecoturismo no Brasil, o WWF-Brasil primeiramente procurou estabelecer claramente os fatores limitantes e críticos para seu desenvolvimento e para o atendimento aos princípios de sustentabilidade. Foi observado que os princípios e a atual dinâmica da proposta do ecoturismo no Brasil, a complexidade de

regiões e comunidades envolvidas e a carência de profissionais e de informações levavam a um quadro que vem distorcendo os princípios do ecoturismo.

Para o WWF-Brasil, o fator crítico que poderia definir o tipo de relação que o ecoturismo teria com o ambiente natural e cultural – de degradação ou de conservação – era o desenvolvimento de metodologias para a realização das diversas atividades que compõem o ecoturismo e que o diferenciam do turismo tradicional. Por exemplo, métodos de interpretação ambiental, de controle de impactos ambientais, da capacitação regional para prestação de serviços de ecoturismo e do manejo de trilhas de baixo impacto, adaptados à realidade das diferentes regiões do Brasil, e a capacitação de profissionais de nível técnico para sua adequada aplicação, foram algumas das necessidades apontadas e que mereciam estudos de desenvolvimento.

Dessa forma, nasceu o Programa de Ecoturismo do WWF-Brasil (PEC), posteriormente chamado de Programa de Turismo e Meio Ambiente, tendo como meta principal e de longo prazo *“apoiar a adoção da ‘certificação independente’ do ecoturismo no Brasil, por meio de uma metodologia multidisciplinar aperfeiçoada em projetos de campo”*.

O objetivo específico dos primeiros três anos do projeto foi *“propor e testar uma metodologia de capacitação para treinar organizações brasileiras de caráter ambiental para o desenvolvimento de ecoturismo de base comunitária”*. O **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária** é o resul-

tado da primeira fase deste programa, realizada entre o final de 1996 e 2000, por meio do projeto intitulado *Capacitação para o Desenvolvimento do Ecoturismo de Base Comunitária*.

A segunda e terceira fases, treinamento e certificação, já vêm sendo implementadas em projetos parceiros.

A segunda fase compreende a disseminação dos métodos do Manual em nível nacional para públicos selecionados e o início de um programa de capacitação nos diferentes biomas, destinados a técnicos em posições estratégicas e lideranças regionais, cujas funções serão de multiplicar seu conteúdo em suas bases de atuação.

O Projeto de Capacitação para o Desenvolvimento do Ecoturismo de Base Comunitária, por intermédio deste Manual e da parceria com os projetos de campo que colaboraram para sua elaboração, procura gerar meios práticos para uma melhor e mais adequada implantação de projetos de ecoturismo visando o desenvolvimento futuro de um sistema de certificação, que constitui a terceira fase do programa, em andamento.

Apesar do longo processo de elaboração, este Manual ainda não é um produto acabado. Desde o início do projeto, considerou-se o Manual como uma primeira versão sobre práticas em ecoturismo. Entendemos, no entanto, que muitas das melhorias necessárias virão com a utilização e crítica do Manual por outros profissionais e instituições de diversas partes do Brasil. Com a sua publicação, não se pretende esgotar os temas e métodos necessários para a realização do ecoturismo, e muito menos colocá-lo como o único instrumento disponível para técnicos e instituições. Pretende-se contribuir para a formação de profissionais capacitados nas diversas

áreas temáticas do desenvolvimento de projetos, oferecendo um produto ainda inédito por conter orientações práticas para a realização de atividades ligadas aos aspectos ambientais, sociais e econômicos do ecoturismo.

O tema abordado nesta publicação – o Ecoturismo de Base Comunitária – permitiu a organização sob a forma de Manual. No entanto, devido à complexidade de alguns temas, por exemplo Administração e Práticas Contábeis e Pesquisa, o desenvolvimento dessas atividades sempre requererá a orientação de especialistas, não bastando o conteúdo do Manual.

A abrangência e a complexidade dos princípios do ecoturismo mostram que seria muita pretensão tentar elaborar um manual que atendesse a todas as questões e demandas do ecoturismo de base comunitária. Este não foi o objetivo do WWF-Brasil. Nos diversos capítulos, várias técnicas e experiências são disponibilizadas, algumas passíveis de adaptação e aplicação sem necessidade de assessoria técnica. Outras fornecem subsídios para discussão e contratação de serviços técnicos especializados, ou leitura especializada.

O importante é que, pela primeira vez no Brasil, organizou-se de forma prática, acessível e, principalmente, atenta à realidade brasileira, um rico conjunto de informações e orientações para a prática de ecoturismo no país. E com base neste programa de capacitação, o WWF-Brasil vem procurando testar e aplicar seus conceitos e metodologias nos seus diversos projetos de campo, em todos os biomas brasileiros.

Espera-se que a leitura e aplicação das ferramentas aqui disponíveis venham a contribuir para a adoção do conceito de ecoturismo e seu desenvolvimento responsável no Brasil.

Rosa Lemos de Sá  
*Superintendente de Conservação*



O turismo é a setor econômico que apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto mundial, tendo expandido suas atividades na década de 90 em cerca de 60%, de acordo com dados da Organização Mundial do Turismo. No Brasil, o turismo é uma atividade ainda emergente, porém de crescimento intenso nos últimos anos.

O desenvolvimento desse mercado, inserido principalmente em locais de interesse cênico e tendo como base recursos naturais de alta biodiversidade, tais como a Amazônia, o Pantanal, o Cerrado, a Mata Atlântica e a costa litorânea, tem trazido preocupações aos governos locais, às comunidades anfitriãs e às organizações conservacionistas por colocar em risco áreas naturais, protegidas ou não, de riquezas imensuráveis, assim como importantes patrimônios histórico-culturais.

Isto deve-se à velocidade e escala dos investimentos públicos e privados, em detrimento da aplicação prévia de mecanismos de planejamento participativo, legislação de uso do solo, zoneamento e proteção ambiental, educação dos visitantes e planos de monitoramento da atividade, que podem garantir a proteção da base dos recursos naturais e culturais que fundamentam os negócios do turismo. Na verdade, estes mecanismos não existem, não estão disponíveis ou não estão aplicados e consolidados. A busca destes mecanismos, e de sua real eficiência, é o desafio de governos, mercados, comunidades e entidades não-governamentais.

Formas sustentáveis de turismo, como o ecoturismo, têm potencial para contribuir

para a conservação da diversidade biológica dentro e fora de áreas protegidas, assim como promover melhorias na qualidade de vida das comunidades locais e regionais.

## **I. O Ecoturismo e os princípios da sustentabilidade**

Dentro dos diversos segmentos turísticos, o ecoturismo vem sendo apontado como aquele que apresenta os mais altos índices de crescimento, com um aumento de demanda variando de 10 a 20% ao ano, de acordo com diversos estudos.

No Brasil, a realidade não é diferente. O contexto internacional favorecendo as chegadas estrangeiras, o crescimento do mercado doméstico após o Plano Real, que alcança hoje mais de 40 milhões de desembarques, e o grande potencial do Brasil como destino turístico têm, nos últimos anos, provocado um volume expressivo de investimentos governamentais e privados na indústria brasileira do turismo e em especial no ecoturismo. Esses fatos, associados à enorme diversidade cultural e de ecossistemas do país e a ampla promoção do ecoturismo como negócio, fizeram com que houvesse um aumento considerável de projetos e programas de ecoturismo no Brasil. A atividade, inicialmente praticada por organizações não-governamentais como uma alternativa de desenvolvimento sustentável, é hoje prioridade e realidade para diversos segmentos da sociedade. Governos estaduais e municipais, bancos de investimentos, fundos verdes, empresários e organizações não necessariamente ambientalistas, como

o SEBRAE, passaram a investir no ecoturismo como uma opção de negócio ou como opção de geração de emprego e renda.

O crescimento do ecoturismo no Brasil é interessante e ao mesmo tempo preocupante. Interessante por ser a afirmação e expansão de uma proposta associada aos princípios de conservação e benefício comunitário. Preocupante devido à velocidade de sua disseminação e crescimento como negócio, à complexidade dos seus propósitos e seu entendimento pelos diferentes atores do mercado, à fragilidade de ambientes e comunidades diretamente envolvidas e às dificuldades humanas e materiais dos diferentes órgãos públicos responsáveis pelo controle da atividade.

O ecoturismo é norteador por mínimos impactos ambientais e culturais e por benefícios econômicos às comunidades envolvidas. Ao observarmos a realidade do ecoturismo nas diversas regiões brasileiras, fica evidente a dificuldade encontrada por projetos e programas para atender aos princípios básicos acima descritos. Leva-se em conta que as dificuldades para encontrar oportunidades econômicas no ambiente rural brasileiro fazem com que as comunidades exerçam pressão demasiada sobre os recursos naturais, tais como vemos hoje nas florestas tropicais da Amazônia e da Mata Atlântica ou sobre o estoque pesqueiro no Pantanal.

Por outro lado, o turismo também causa impactos ambientais negativos significativos ou não atinge as expectativas destas regiões ou das comunidades em termos de melhorias socioeconômicas. Em diversos casos, ambos os resultados desfavoráveis ocorrem. E como o ecoturismo busca originalidade, áreas conservadas e autenticidade cultural, é comum que seja praticado em regiões de grande sensibilidade e complexidade social e ambiental. Portanto, o bom planejamento, a definição correta de infra-estrutura, de um sistema de monitoramento e de vários outros fatores são fundamentais para o sucesso da implantação do ecoturismo. No entanto, tudo isso é complexo e possui alto custo.

Outro problema é que, por ser uma atividade nova e dinâmica, o ecoturismo no Brasil carece de metodologias, de informações e de profissionais capacitados.

É também relevante a quantidade de produtos que são associados ao ecoturismo unicamente por envolverem atividades em ambientes naturais, conservados ou não, sem qualquer outro objetivo além do lucro. Voluntariamente ou não, poder público, empresas e pessoas se aproveitam de falsos esquemas de “marketing ecológico” para vender um produto que, na verdade, não é ecoturismo, processo que vem sendo chamado de *green washing* (maquiagem verde de produtos). Entre outras razões, isto ocorre por não haver um organismo e um método de certificação de produtos de ecoturismo.

Observando o crescimento desordenado do ecoturismo no Brasil, que prevalece ainda hoje, os Ministérios do Meio Ambiente (MMA) e da Indústria, Comércio e Turismo (MICT), formaram, em 1994, um Grupo de Trabalho Interministerial que estabeleceu diretrizes para o desenvolvimento do ecoturismo no Brasil. Um dos produtos desse grupo de trabalho foi a definição de ecoturismo no contexto brasileiro:

#### O QUE É ECOTURISMO?

“Um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas”.

(Embratur, 1994)

Por ser uma consequência do movimento preservacionista da década de 70, as primeiras definições de ecoturismo associavam a atividade apenas ao papel de preservação do ambiente natural. Este conceito

passou a ser reelaborado a partir da evolução do conceito de desenvolvimento sustentável e da conseqüente inclusão do homem no processo de sustentabilidade. Portanto, a definição brasileira de ecoturismo acompanhou uma nova tendência do ecoturismo mundial ao incorporar a população envolvida nos benefícios da atividade turística (Whelan, 1991; Borges, 1995), onde o maior ou menor grau de atendimento às necessidades socioculturais das regiões receptoras parece ser o maior diferencial entre as diversas definições.

Neste sentido, três grandes eixos temáticos sustentam o conceito brasileiro de ecoturismo: a sustentabilidade, a educação do visitante e os benefícios às comunidades locais (Salvati, 2002).

A sustentabilidade se refere primordialmente à conservação do ambiente natural como pré-requisito para a manutenção do ecoturismo à longo prazo. Mas sua viabilidade (e sustentabilidade) econômica deve também ser colocada em contexto, pois se o ecoturismo não for planejado adequadamente, seu desenvolvimento estará fadado ao fracasso econômico e à degradação social e ambiental. As bases que sustentam os negócios são os ambientes natural e cultural, na forma de recursos atrativos. Se esta base de recursos não permanecer conservada, não haverá mais o interesse da visitação. A sustentabilidade envolve, portanto, a criteriosa utilização destes recursos, principalmente em parques e reservas. No âmbito da sustentabilidade econômica, metodologias e estratégias devem ser buscadas, criadas ou adaptadas para se diagnosticar as atividades econômicas locais atuais e potenciais, visando a diversificação econômica para a melhor geração de renda e emprego, com a devida manutenção do equilíbrio ambiental. Outro aspecto a ser levado em consideração é a adequada formulação de planos de viabilidade econômica e de marketing, sem os quais o produto não se concretiza.

A questão da educação do visitante deve ser entendida num sentido mais amplo dentro do contexto de que o turismo deve ser

sempre informativo e educacional. Além disso, o ecoturismo proporciona ao visitante a compreensão e a consciência da importância de se conservar a natureza, a história e a cultura dos lugares de visitação. A prática da educação ambiental no ecoturismo, principalmente por meio da interpretação da natureza, contribui para que o visitante tenha a possibilidade de transformar e renovar seu comportamento cotidiano. A realidade urbana com a qual o turista convive rotineiramente passa a ser questionada gerando reflexões sobre consumo, poluição e qualidade de vida. Objetiva-se, assim, a incorporação e tradução destas reflexões na forma de comportamento e posturas no seu ambiente de origem. A educação do visitante para o respeito às culturas e tradições, ao uso da terra e aos sítios históricos, artísticos e arqueológicos deve também ser condição necessária para o ecoturismo.

O desenvolvimento socioeconômico sustentável de uma região deve ser o objetivo maior do ecoturismo e deve ser alcançado quando há envolvimento das comunidades anfitriãs e a preocupação premente em gerar benefícios locais. E isto somente será atingido se houver investimentos na capacidade da comunidade em se preparar para recebê-lo. O envolvimento da comunidade deve existir desde a fase de planejamento, participando e auxiliando na tomada de decisões sobre que tipo de ecoturismo deve ser desenvolvido e quais as suas necessidades e expectativas. Os benefícios para a comunidade somente virão com investimentos na economia local, na infraestrutura básica (saneamento, educação e saúde) e o seu efetivo envolvimento na capacitação profissional para o turismo.

Podemos também analisar o conceito brasileiro de ecoturismo sob o foco do desafio a ser enfrentado para compatibilizar seu caráter de atividade econômica com seus dois outros aspectos definidores: por um lado a proteção ambiental das áreas onde se realiza e, por outro, a participação e benefício das comunidades envolvidas, conforme segue:

a) **Potencial econômico X  
Proteção ambiental**

O ecoturismo tem como principal atrativo ambientes naturais conservados, o que transforma unidades de conservação, públicas ou particulares, em grandes alvos para o desenvolvimento da atividade. Garantir que o aspecto econômico não assuma precedência sobre o ambiental significa que:

- ❑ **A atividade só deve ser desenvolvida quando o potencial de impactos ambientais do ecoturismo é avaliado e considerado aceitável.** Em áreas onde há razões para se acreditar que o risco de degradação ambiental é maior do que a capacidade de controlar os impactos da visitação o ecoturismo não deve ser desenvolvido, mesmo que a demanda turística e o potencial econômico sejam grandes.
- ❑ **Qualquer área natural que receba a visitação ecoturística deve possuir mecanismos para o monitoramento e controle de impactos ambientais.** Esta é uma atividade que deve ser realizada permanentemente. Impactos excessivos ou que não se consegue controlar por meio de diferentes estratégias são razão para o fechamento da área para o ecoturismo.
- ❑ **Os rendimentos econômicos do ecoturismo devem colaborar para a proteção da área como um todo.** O compromisso com a conservação na atividade de ecoturismo refere-se à proteção da área como um todo e não apenas das áreas diretamente visitadas. Pode ser feito diretamente, com métodos de intervenção e recursos financeiros e humanos de apoio à conservação, ou indiretamente por meio da educação ambiental de visitantes e comunidades.

b) **Potencial econômico x  
Participação e benefício  
da comunidade**

Como qualquer outra atividade econômica no mercado competitivo, ao se

mostrar viável em uma determinada região, o ecoturismo tende a atrair investidores de porte, muitas vezes de fora da região. A tendência é a comunidade local ser atropelada por um processo de desenvolvimento de infra-estrutura e serviços onde ela figura na melhor das hipóteses como empregada. Mas comumente é marginalizada do mercado por incapacidade de manter o mesmo nível de investimentos.

Geralmente, os impactos da atividade ecoturística sobre as comunidades são percebidos apenas quando atingem grandes dimensões e os benefícios esperados não ocorrem. Isso acontece porque:

- ❑ **Nem sempre são utilizados os mecanismos participativos e de interpretação da percepção** das expectativas e necessidades dessas comunidades sobre o ecoturismo na fase inicial do desenvolvimento da atividade.
- ❑ **A atividade começa a se desenvolver por força da demanda turística ao invés de por iniciativa da comunidade local.** A busca por novos destinos e atrativos é atividade sempre presente no ecoturismo e turismo de aventura. O mercado e os próprios turistas não esperam o desenvolvimento de um produto para começar a visitar uma área. Ao contrário, geralmente o fluxo de turistas é o motivador do desenvolvimento do ecoturismo. Isto leva ao desenvolvimento descontrolado de infra-estrutura e serviços e frequentemente à eventual destruição dos atrativos naturais e culturais. O ciclo de vida do turismo é muito dinâmico e uma região ou comunidade pode ser “descoberta” e “abandonada” pelo turismo com incrível rapidez.

Este dilema possui um significado ainda maior quando se observa o papel do turismo na cadeia econômica. A receita gerada pelo turismo incrementa a circulação de moeda nos destinos, não só pelos gastos diretos do turista, mas também nos indiretos. É o que chamamos de efeito econômico multiplicador. Para que o turismo se realize não bas-

tam os serviços da agência de viagens, do meio de transporte, do meio de hospedagem e de alimentação. É preciso também estradas de acessos, telecomunicações, sistema de saúde e segurança, e até pequenos serviços automotivos, como borracheiros. E os seus gastos movem a economia local. Assim, o dinheiro circula pela economia local, a partir dos gastos dos turistas, seja diretamente através de serviços turísticos (hospedagem, alimentação, transportes e entretenimento), nos serviços de apoio turístico (postos de combustíveis, comunicações, infra-estrutura, farmácias, postos telefônicos, marcenaria, agricultura etc), ou indiretamente, nos recursos gerados em impostos e taxas ou nos gastos dos prestadores de serviços turísticos.

## II. O MANUAL

Disponibilizando metodologias inovadoras para a sustentabilidade ambiental, econômica e social de projetos de ecoturismo, o Manual de Ecoturismo de Base Comunitária orienta o planejamento de projetos, sua implementação e monitoramento e a avaliação dos resultados. Onde o Manual não se basta para a execução, ele orienta tanto a contratação de serviços como a avaliação do trabalho a ser realizado.

O tema abordado nessa publicação – o Ecoturismo de Base Comunitária – está apresentado sob a forma de metodologias, onde cada capítulo apresenta ferramentas práticas para aplicação no campo. A maioria das metodologias contidas no Manual foi testada pelos projetos parceiros. Além disso, o Manual fornece informações sobre os projetos parceiros e diversos estudos de casos envolvendo suas experiências na aplicação das metodologias deste Manual.

Para facilitar a compreensão e utilização deste Manual, sua organização é composta por três seções que apresentam as três fases principais de qualquer projeto: planejamento, implementação e gestão. A impressão de compartimentação do processo de viabilização de um projeto não deve acontecer, pois

todas as fases de um projeto são de caráter altamente dinâmicos e a integração dos diversos temas em planejamento, implementação e gestão é um caminho desejado. Vários capítulos possuem fases de planejamento e implementação em suas metodologias e o momento de aplicá-las caberá aos técnicos do projeto decidir. Como exemplo, a necessidade da participação da comunidade (cap. 3.11) ou a adesão de voluntários (cap. 3.12) no processo de levantamento do potencial de ecoturismo (cap. 1.2). Deve-se salientar ainda que cada capítulo apresenta uma bibliografia de referência, que complementa mas tampouco esgota as fontes disponíveis aos interessados.

O Manual está composto dos seguintes tópicos e sessões:

### **Introdução**

Apresenta os temas turismo e ecoturismo, define o conceito brasileiro de ecoturismo, seguido de uma discussão sobre as dificuldades dos projetos para alcançar os seus princípios. Além disso, apresenta os nomes e a descrição dos projetos parceiros, o detalhamento do método aplicado para a elaboração deste Manual e o público-alvo a quem este trabalho se dirige.

### **O WWF-Brasil e a visão para um turismo responsável**

Descreve os trabalhos desenvolvidos pelo Programa de Turismo e Meio Ambiente do WWF-Brasil e sua visão de posicionamento sobre turismo e ecoturismo.

### **SEÇÃO I:**

#### **Planejamento Estratégico – Instrumentos para planos, diagnósticos e desenvolvimento de projetos**

##### **1- Planejamento do Ecoturismo**

Introduz conceitos em planejamento do turismo e do ecoturismo e orienta na elaboração de planos em unidades de conservação, municípios ou regiões para a implementação de um programa de ecoturismo.

2 - *Levantamento do Potencial Ecoturístico (Inventário)*

Fornece uma metodologia participativa e adequada à realidade local para o levantamento de informações, propiciando a capacitação de moradores no planejamento, desenvolvimento e execução das atividades de inventário e pesquisa, incluindo a tabulação dos dados pesquisados e disponibilização de resultados para realização de diagnóstico e planos de ações.

3- *Elaboração do Produto*

Demonstra os passos básicos para a elaboração de produtos de ecoturismo aplicando conceitos universais de marketing.

4- *Viabilidade Econômica*

Discute os conceitos básicos para a avaliação de investimentos no desenvolvimento de programas de ecoturismo e aborda os aspectos empresariais da atividade a fim de garantir seu sucesso econômico.

**Seção 2**

*Implementação Responsável – Instrumentos para desenvolvimento físico, educação e capacitação*

5- *Infra-estrutura de Apoio ao Ecoturismo*

Reúne informações sobre o planejamento e implantação de infra-estrutura para o ecoturismo, utilizando tecnologias alternativas.

6- *Manejo de Trilhas*

Apóia a capacitação em técnicas de levantamento, mapeamento, implantação e manutenção de trilhas, observando-se as peculiaridades do ecossistema e da cultura local.

7- *Interpretação Ambiental*

Orienta o desenvolvimento de programas educativos baseados na interpretação ambiental, como forma de conciliar a satisfação do ecoturista e a conservação ambiental e cultural das áreas visitadas. Visa também promover mudanças positivas de comportamento.

8- *Programa de Capacitação*

Propicia metodologia e informações básicas - tendo como base a participação comunitária - para a identificação de cursos prioritários, adequação de cursos à realidade da comunidade, valorização e capacitação de instrutores e monitores locais e identificação de possíveis parceiros.

**Seção 3**

*Gestão Integrada – Instrumentos para controle, administração e participação*

9- *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*

Oferece aos gerentes de áreas protegidas, sítios e atrativos naturais um instrumento prático e viável que possibilite o monitoramento e controle dos impactos de visitação.

10 *Administração e Práticas Contábeis*

Apresenta mecanismos práticos para controles administrativo e contábil de um empreendimento de ecoturismo, com ênfase nos conceitos mais importantes e as práticas mais acessíveis para pequenas empresas.

11 *Participação Comunitária e Parcerias*

Detalha os elementos que compõem os conceitos de “participação comunitária” e “parcerias”, e apresenta um conjunto de métodos e estratégias para introduzir estes conceitos e processos dentro de um projeto do ecoturismo.

12 *A Contribuição de Voluntários em Projetos de Ecoturismo*

Demonstra a importância do diagnóstico das necessidades e potencialidades na elaboração de um programa eficaz de voluntariado para o ecoturismo, e fornece orientações gerais para seu planejamento de forma a ampliar o impacto social das ações institucionais.

13 *Pesquisa na Atividade de Ecoturismo*

Descreve a importância da pesquisa científica no contexto do ecoturismo e

mostra como seus resultados podem aperfeiçoar essa atividade. Pretende também fornecer subsídios para o desenvolvimento da pesquisa.

No final do Manual constam ainda os seguintes tópicos:

– *Glossário*, com os principais conceitos e definições usadas no Manual com os termos técnicos e profissionais em turismo e meio ambiente.

– *Contatos dos projetos parceiros e dos consultores participantes*;

– *Carta de Quebec*, com as diretrizes mundiais para o desenvolvimento responsável do ecoturismo por parte de empresas, governos, mercados, comunidades e agentes financeiros.

### III. PROJETOS PARCEIROS

Para desenvolver um instrumento prático e útil para técnicos leigos em ecoturismo era necessário que o Manual fosse elaborado por meio de um processo onde os diferentes temas desenvolvidos – os capítulos – fossem testados na prática em diferentes contextos ambientais, culturais e institucionais do Brasil. A composição dos projetos parceiros do WWF-Brasil e do Manual respondeu aos critérios de diversidade de:

- Ecorregiões do Brasil.
- Tipos de unidade de conservação.
- Tipos de instituição líder.
- Tipos de proposta ecoturística.
- Estágios de desenvolvimento da atividade ecoturística.

Nas páginas seguintes, apresentamos o nome e uma descrição detalhada de cada projeto parceiro, incluindo um encarte colorido com mapa de localização e fotos dos projetos.

Para melhor compreensão do quadro da página seguinte:

Siglas da coluna “Estágio de desenvolvimento”,

<b>A</b>	<b>Avançado</b>
<b>MO</b>	<b>Mediano, em operação</b>
<b>MI</b>	<b>Mediano, em início de operação</b>
<b>M</b>	<b>Mediano</b>

PROJETOS PARCEIROS	COMPOSIÇÃO						SITUAÇÃO
	BIOMA	ECORREGIÃO	TIPO DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO	TIPO DE INSTITUIÇÃO	PROPOSTA		
Silves, AM	Amazônia	Várzea de Monte Alegre	Reserva municipal de manejo de lagos de várzea	Organização de base local	Pousada comunitária. Objetivo de gerar renda para manejar a reserva e alternativa econômica para comunidade	A	
Mamirauá, AM	Amazônia	Floresta Úmida do Japurá-Solimões	Reserva Estadual de Desenvolvimento Sustentável	Instituto de pesquisa	Pousada ecoturística da instituição e desenvolvimento de serviços nas comunidades. Contribuir para a auto-sustentabilidade financeira do projeto e alternativa econômica para comunidades.	A	
Pedras Negras, Rondônia, RO	Amazônia	Floresta Úmida do Madeira Tapajós	Reserva Extrativista Estadual	Organização de base estadual	Desenvolvimento de produtos ecoturísticos em duas reservas extrativistas, sendo um deles uma Pousada Comunitária. Alternativa econômica para a viabilização social e ambiental das reservas.	MO	
Veadeiros, GO	Cerrado	Cerrado	Parque Nacional e RPPNs	Organização de base local	Capacitação regional para desenvolver infraestrutura e serviços. Alternativa econômica para comunidade e incentivo à proteção ambiental.	A	
Estrada-Parque Pantanal, MS	Pantanal	Pantanal	AETI – Área de Especial Interesse Turístico – Estrada-Parque – dentro de Reserva da Biosfera do Pantanal	Secretarias de turismo & meio ambiente estadual e municipal	Capacitação de proprietários ao longo da estrada parque Pantanal, declarada Área de Especial Interesse Turístico. Alternativa econômica para proprietários no local para evitar a agricultura intensiva. Implantação do comitê gestor participativo.	MI	
Superagüi, PR	Mata Atlântica	Floresta Costeira da Serra do Mar	Parque Nacional	ONG regional técnica	Capacitação regional para desenvolver infraestrutura e serviços. Alternativa econômica para comunidade e incentivo à proteção do Parque.	M	
Mico-Leão-Dourado, RJ	Mata Atlântica	Floresta Costeira da Serra do Mar	Reserva Biológica Nacional	ONG específica para a implementação da reserva	Capacitação de proprietários para desenvolver infraestrutura e serviços. Alternativa econômica para comunidade e incentivo à criação de RPPNs para proteção do mico.	MO	
TAMMAR / Noronha, PE	Costeiro Marinho	Costeiro-Marinho	Parque Nacional Marinho	Programa de espécie do IBAMA e ONG associada	Desenvolvimento de produto ecoturístico associado ao projeto TAMMAR em Fernando de Noronha. Elemento complementar para a auto-sustentabilidade financeira do projeto no arquipélago.	A	



#### IV. PÚBLICO-ALVO

Este Manual foi pensado para ser usado por técnicos de entidades que desenvolvem atividades de ecoturismo em unidades de conservação. Porém, o objetivo pode ser mais amplo. Pode funcionar como um instrumento de apoio a conservacionistas que desejem aplicar, em suas regiões de atuação, o ecoturismo como alternativa de desenvolvimento socioeconômico e, ao mesmo tempo, desenvolvimento ambiental de áreas protegidas ou não.

Por outro lado, ele será útil para alunos, professores e pesquisadores de universidades, técnicos e planejadores de instituições governamentais e não-governamentais, proprietários e gerentes de sítios e atrativos e técnicos de projetos com abrangência municipal ou regional. Se bem aplicado, pode facilitar o trabalho de implantação de projetos de ecoturismo e propiciar melhores condições para reduzir riscos e impactos negativos diversos e ampliar as oportunidades e resultados.

Vale ressaltar aos leitores que esta publicação é uma experiência inédita no país, cujo conteúdo é proveniente de vários autores de várias partes deste imenso Brasil. Por isto, sugere-se ao público-alvo, que tentará aplicá-lo em campo, que não veja os capítulos como uma metodologia acabada, mas sim para ser adaptada frente às realidades locais e regionais.

A todos esses leitores, sugere-se o envio de sugestões e críticas ao conteúdo dos capítulos. O WWF-Brasil está aberto para receber adaptações e correções metodológicas efetuadas nos instrumentos aqui oferecidos a partir dos resultados de suas aplicações práticas.

#### V. MÉTODO DE ELABORAÇÃO DO MANUAL

O método de elaboração deste Manual se baseou em um processo decisório participativo, subsidiado por etapas de teste e avaliação do material produzido. Em um período de dois anos e meio, foram realizadas seis oficinas técnicas que estabeleceram dire-

trizes, conteúdo e atividades do Manual, além de proceder à avaliação do material produzido e testado entre as oficinas.

Com o intuito de realizar um projeto que gerasse resultados práticos e adaptáveis aos diferentes contextos socioculturais, políticos e ambientais do País, o WWF-Brasil realizou uma oficina visando identificar os desafios para o ecoturismo no Brasil e elaborar os componentes do projeto que seria desenvolvido. A oficina reuniu representantes do WWF-Brasil, especialistas atuantes no Brasil em diferentes e relevantes áreas para o desenvolvimento do ecoturismo e representantes de organizações parceiras já engajadas na promoção dessa atividade. O grupo definiu que a problemática do ecoturismo no Brasil poderia ser assim descrita:

**O ecoturismo praticado atualmente  
no Brasil não aproveita seu potencial  
de geração de benefícios para  
as comunidades e para a conservação.**

O contexto apresentado acima motivou a instituição de um Programa de Ecoturismo pelo WWF-Brasil e a conceituação e desenho de um método para implementação responsável de projetos que viessem de fato a contribuir para orientar o mercado e comunidades rumo à elaboração e implementação de projetos que se aproximem dos princípios do ecoturismo.

As etapas da metodologia definidas pela equipe do Manual envolveram três aspectos – a definição dos participantes, o método propriamente dito e a assistência técnica aos projetos parceiros.

#### ► Participantes

A experiência dos participantes no dia-a-dia de projetos de ecoturismo, assim como a sistemática de utilização e avaliação da maioria dos capítulos na implementação dos projetos parceiros, muito contribuíram para que o resultado final deste Manual fosse o mais próximo possível das diferentes

realidades do ecoturismo no Brasil. Cada projeto apontou um ou dois técnicos para participar do Manual. Apesar de ter-se buscado a participação dos mesmos técnicos durante todo o Manual, em alguns casos isso não foi possível. Esses profissionais se distribuíram da seguinte forma (ver nos Anexos do Manual a lista com os nomes dos participantes):

- ❑ **Projeto Mamirauá:** uma técnica permanente; um técnico parcial.
- ❑ **Projeto Mico-Leão-Dourado:** uma técnica permanente; um técnico parcial.
- ❑ **Projeto Superagui:** duas técnicas permanentes; um técnico parcial.
- ❑ **Projeto Silves:** um técnico e um comunitário permanentes.
- ❑ **Projeto Estrada Parque Pantanal:** uma técnica da Secretaria Estadual de Meio Ambiente permanente; dois técnicos da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo parciais.
- ❑ **Projeto Veadeiros:** dois técnicos/comunitários permanentes; um técnico/comunitário parcial.
- ❑ **Projeto TAMAR / Noronha:** um técnico permanente.
- ❑ **Projeto de Ecoturismo de Rondônia:** uma técnica permanente; dois comunitários parciais.
- ❑ **WWF-Brasil:** duas técnicas permanentes; sete técnicos parciais.
- ❑ **Consultores:** cinco permanentes; quatro parciais.
- ❑ **Colaboradores:** seis técnicos que participaram apenas da oficina sobre participação e parcerias (ver descrição de cada oficina abaixo).

#### ➤ Método

Foram realizadas seis oficinas entre 1996 e 1999. A primeira, realizada em novembro de 1996, reuniu diversos consultores com experiência em áreas-chave para o desenvolvimento do ecoturismo (que se transformaram em capítulos do Manual), representantes de projetos parceiros do WWF-Brasil

que já desenvolviam o ecoturismo, e membros da equipe técnica do WWF-Brasil para desenvolver tanto o conceito do Manual quanto a sua estrutura.

Fazendo parte da estratégia metodológica, tanto para aprofundar a compreensão do conceito de ecoturismo como para subsidiar a elaboração deste Manual, os participantes da primeira oficina detalharam, segundo seu entendimento, os princípios do ecoturismo e estabeleceram as diretrizes que orientam seu desenvolvimento. Os tópicos gerais desses princípios, que estão detalhados no Capítulo 1.1 - *Planejamento do Ecoturismo*, são:

- a) *O ecoturismo deve contribuir para a conservação do meio ambiente;*
- b) *O ecoturismo deve promover a valorização cultural das comunidades, bem como sua capacitação para o gerenciamento participativo e de mínimo impacto dos recursos envolvidos;*
- c) *O ecoturismo deve buscar a diversificação e integração econômica para a melhoria da qualidade de vida das comunidades;*
- d) *No desenvolvimento do ecoturismo, a integração e equilíbrio entre conservação ambiental, respeito pela cultura local e a diversificação de atividades econômicas devem ocorrer via processo participativo.*

Assim, foi nesta oficina que as diretrizes orientadoras do Manual, seu conteúdo, estrutura inicial e cronograma de elaboração foram definidos. Além disso, os participantes da oficina distribuíram entre si a responsabilidade de elaborar a primeira versão dos diferentes capítulos que vieram a compor este Manual.

Os elementos básicos do método de implementação do projeto de ecoturismo do WWF-Brasil foram assim definidos:

- ❑ **Oficinas de capacitação e elaboração do Manual.** Foram planejadas quatro outras

oficinas, com quatro sessões cada: (a) apresentação e discussão dos trabalhos realizados no período anterior à oficina; (b) capacitação nos diferentes temas do Manual, com base nos esboços iniciais dos capítulos; (c) avaliação e aperfeiçoamento dos capítulos com base na experiência de sua implementação; (d) planejamento de atividades para o período seguinte. Buscou-se realizar as oficinas nas áreas de desenvolvimento dos projetos, colaborando para a troca de experiências entre os participantes. Uma quinta oficina foi realizada com o intuito

de subsidiar a elaboração do capítulo Participação Comunitária e Parcerias. Participantes do Manual com experiência no desenvolvimento de processos de participação e parceria foram reunidos com colaboradores convidados especialmente para a oficina (ver relação de nomes nos anexos). O capítulo resultante desta oficina foi apresentado para o restante do grupo do Manual na última oficina de capacitação. Assim, somando-se todas as oficinas realizadas para a elaboração e implementação do Manual, foram realizadas seis oficinas:

OFICINAS REALIZADAS DURANTE O MANUAL			
OFICINA	DATA	LOCAL	CONTEÚDO BÁSICO
Elaboração e Planejamento	Novembro de 1996	Projeto Veadeiros: Alto Paraíso, GO.	Conceituação do Manual, diretrizes, estrutura e planejamento.
Capacitação 1	Setembro de 1997	Projeto Silves: Silves, AM.	Capacitação em levantamento de Potencial Ecoturístico, Viabilidade Econômica, Manejo de Trilhas e Interpretação Ambiental
Capacitação 2	Março de 1998	Projeto Mico-Leão-Dourado: Silva Jardim, RJ.	Capacitação em Elaboração de Produto, Participação e Parcerias, Pesquisa e Voluntários
Capacitação 3	Setembro de 1998	Projeto Estrada-Parque Pantanal: Corumbá, MS.	Capacitação em Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação, Programas de Capacitação, Infraestrutura de Apoio ao Ecoturismo e Práticas de Administração e Contabilidade.
Participação e Parcerias	Novembro de 1998	Brasília, DF.	Conceituação e elaboração de passos metodológicos.
Capacitação 4	Mai de 1999	Brasília, DF.	Apresentação do capítulo de Participação e Parcerias, elaboração dos exemplos referentes a cada projeto, avaliação final dos capítulos, elaboração de estratégias de disseminação e multiplicação do Manual, planejamento da fase seguinte do Programa de Ecoturismo do WWF-Brasil: a certificação.

- ❑ **Assistência técnica para implementação de atividades planejadas nas oficinas.** O WWF-Brasil garantiu a assistência técnica aos projetos parceiros de duas formas. Primeiro, por meio da visita dos consultores aos projetos durante os intervalos entre as oficinas (por exemplo, no intervalo entre as oficinas de capacitação 1 e 2, dois projetos receberam a visita técnica do consultor em manejo de trilhas). Segundo, durante as oficinas, parte do período de trabalho foi alocado para a assistência técnica individualizada (por projeto). Cada projeto pôde discutir com os diversos consultores presentes aspectos sobre o planejamento e implementação das atividades que estavam desenvolvendo. Assim, buscou-se atender às necessidades de cada projeto, em diferentes fases de implementação do ecoturismo, mesmo que a atividade ainda não tivesse sido abordada na capacitação.

## BIBLIOGRAFIA

- WHELAN, T. (ed.). 1991. Nature Tourism. Washington, DC: Island Press.
- BORGES, M. M. 1995. Tourism on the Rio Araguaia, Brazil: Tourist's perceptions and motor boat erosion. (Dissertação de Mestrado) -- Department of Geography and Recreation. University of Wyoming, WY, EUA.
- EMBRATUR. 1994. Diretrizes Para uma Política Nacional de Ecoturismo. Sílvio M. de Barros II e Denise H. de La Penha (Coord.). Embratur. Brasília,DF.
- SALVATI, S. S. 2002b. Turismo responsável como instrumento de desenvolvimento e conservação da natureza. In: Diálogos entre a esfera global e local: contribuições de organizações não governamentais e movimentos sociais brasileiros para a sustentabilidade, equidade e democracia planetária. Rubens Born [org.]. São Paulo: Peirópolis.

# O WWF-Brasil e o Turismo Responsável

Sérgio Salazar Salvati

VISÃO

**E**m 1996, iniciaram-se os primeiros projetos de conservação e desenvolvimento do WWF-Brasil que incluíam o incentivo ao ecoturismo como uma das alternativas para o uso sustentável dos recursos naturais. Atualmente, o WWF-Brasil possui a maior carteira de projetos em turismo e meio ambiente do Terceiro Setor no Brasil.

Atuando em nível nacional, o WWF-Brasil está trabalhando com turismo onde há ameaças à conservação da natureza ou onde o turismo possa ajudar na busca por soluções. Com um enfoque integrado, a missão estabelecida para o Programa prevê:

**Contribuir para a manutenção das paisagens e da biodiversidade de áreas prioritárias para a conservação por meio do turismo responsável.**

Para o WWF-Brasil, o turismo, em uma nova concepção estratégica, deve ser um conjunto de bens e serviços que promova o desenvolvimento sócio-econômico em nível local. Assim, não deve ser considerado somente como a implantação de meios de hospedagem, alimentação e locais de recreação e lazer, mas sim um conceito que integra o desenvolvimento urbano e rural, criando um novo pólo de desenvolvimento com investimentos em infra-estrutura, vias de acesso e na melhor qualidade nos serviços de educação, saúde, saneamento e segurança.

Há também que valorizar e proteger as paisagens e sua diversidade biológica, assim

como o patrimônio histórico-cultural como base essencial para o desenvolvimento responsável do turismo, contribuindo para a sustentabilidade da atividade a longo prazo.

O WWF acredita que o ideal do "turismo sustentável" é, atualmente, demasiado ambíguo e discutível pois o mercado envolve aspectos de difícil solução como, por exemplo, o controle das emissões de CO<sub>2</sub> dos transportes aéreos, responsáveis por 3% do total de emissão dos "gases estufas". O WWF-Brasil prefere trabalhar com o termo "turismo responsável" no contexto de uma estratégia para a sustentabilidade ampla (social, econômica e ambiental).

**Turismo responsável é aquele que mantém e, onde possível, valoriza as características dos recursos naturais e culturais nos destinos, sustentando-as para as futuras gerações de comunidades, visitantes e empresários.**

Dentro do conceito de turismo responsável, o ecoturismo de base comunitária pode ser descrito como:

**Turismo realizado em áreas naturais, determinado e controlado pelas comunidades locais, que gera benefícios predominantemente para estas e para as áreas relevantes para a conservação da biodiversidade.**

Uma variedade de instrumentos é

requerida para o alcance do turismo responsável. Isto inclui políticas e regulamentos, planejamento integrado em nível nacional, regional e local, principalmente para o zoneamento, uso e ocupação do solo e de áreas protegidas, incentivos e códigos de ética e de conduta empresarial, diretrizes setoriais para o mercado, campanhas de educação do visitante e esquemas de certificação. Para ser efetivo, estes instrumentos precisam ser integrados e combinados em uma política nacional com estratégias específicas definidas em programas e projetos.

### OS PRINCÍPIOS DO TURISMO RESPONSÁVEL

O WWF-Brasil acredita que o mercado turístico precisa aceitar a responsabilidade por seus impactos no ambiente natural e nas populações e ativamente buscar reconhecê-los e lidar com sua redução. E neste sentido, os seguintes princípios são oferecidos como diretrizes para os temas que o WWF-Brasil acredita que devem ser considerados na busca pelo turismo responsável:

- ***O turismo deve ser parte de um desenvolvimento sustentável amplo e de suporte para a conservação***

O turismo deve ser compatível e fazer parte de planos em níveis internacional, nacional, regional e local de desenvolvimento sustentável e de conservação. Deve ser planejado, administrado e empreendido de modo a evitar danos à biodiversidade e ser ambientalmente sustentável, economicamente viável e socialmente equitativo.

Todo o desenvolvimento do turismo deve ser empreendido com uma visão preventiva. O turismo não deve comprometer as oportunidades de uma economia local diversificada, deve ser empreendido dentro dos “limites aceitáveis de mudança” (ou capacidade de carga) e em preferência a outras formas de desenvolvimento potencialmente mais prejudiciais. No caso de o próprio turismo ser a atividade mais prejudicial, ele deve então ser evitado.

O ordenamento territorial, o monitoramento contínuo dos impactos ambientais e o respeito às paisagens naturais e às áreas protegidas podem ajudar a evitar impactos negativos em áreas sensíveis. Sempre que apropriado e possível, devem ser usados instrumentos e incentivos econômicos para alcançar o turismo responsável. Em particular, o princípio poluidor-pagador deve ser aplicado na mitigação de impactos.

O turismo deve apoiar a conservação da natureza, especialmente a proteção da vida selvagem nos ecossistemas terrestres, aquáticos, costeiros e marinhos e evitar contribuir para a fragmentação e a degradação das paisagens naturais, que reduzem a qualidade da experiência do turista e impactam negativamente o ambiente.

O turismo deve ser planejado de modo a prevenir a degradação de sítios arqueológicos, históricos, pré-históricos, científicos e remanescentes e deve apoiar ativamente a sua conservação. O turismo deve obedecer a convenções internacionais e leis nacionais, estaduais e locais que apóiam o desenvolvimento sustentável e a conservação. Onde tal regulamentação não existir, o setor do turismo deveria tomar a iniciativa de incentivá-las ou criá-las.

- ***O turismo deve usar os recursos naturais de modo sustentável***

A conservação e o uso sustentável dos recursos naturais são essenciais para manutenção de um meio ambiente sadio em longo prazo. A concentração de turistas no tempo e no espaço pode impor um sacrifício muito pesado a recursos naturais como a água. Sistemas de manejo turístico devem se esforçar para distribuir, da melhor forma, os fluxos turísticos ao longo do ano e a renda obtida deve apoiar tecnologias e estratégias de uso sustentáveis.

Esportes e atividades ao ar livre, incluindo caça amadora e pesca em áreas ecologicamente sensíveis, devem obedecer aos regulamentos existentes em conservação e uso sustentável de espécies e habitats. Onde os regulamentos são ineficazes, as ativi-

dades turísticas devem buscar orientação de especialistas e o conhecimento da área de interesse.

- ***O turismo deve eliminar o consumo insustentável e minimizar a poluição e o desperdício***

Reduzindo a poluição e o consumo, os danos ambientais também serão menores, melhorando a experiência do turismo, reduzindo os custos operacionais e de recuperação do ambiente. O consumo de combustíveis fósseis e o transporte motorizado, dentro e no entorno dos destinos devem ser evitados sempre que possível. É preciso ter atenção particular aos impactos ambientais causados pelo tráfego aéreo, especialmente em áreas ecologicamente sensíveis. A busca por fontes de energia mais limpas e o uso eficiente do recurso são essenciais.

- ***O turismo deve respeitar as culturas locais e prover benefícios e oportunidades para as comunidades locais***

As comunidades locais têm o direito de manter e controlar a sua herança cultural e assegurar que o turismo não tenha efeito negativo sobre ela. O turismo deve então respeitar os direitos e desejos dos povos locais e prover a oportunidade para que amplos setores da comunidade contribuam nas decisões e nas consultas sobre o planejamento e a administração do turismo.

Deve-se levar em consideração as tradições locais nas construções, ou seja, é preciso que o desenvolvimento arquitetônico seja harmônico com o ambiente e a paisagem. O conhecimento e a experiência das comunidades locais em manejo sustentável dos recursos podem trazer uma grande contribuição para o turismo responsável. O turismo deve respeitar e valorizar o conhecimento e as experiências locais, buscando maximizar os benefícios para as comunidades e promover o recrutamento, treinamento e emprego de pessoas do lugar.

- ***O turismo deve ser informativo e educacional***

Educação, conscientização e capacitação compõem a base do turismo responsável. Todos os integrantes do setor devem ser alertados sobre seus impactos positivos e negativos e encorajados a serem responsáveis e apoiar a conservação por meio de suas atividades. Isto inclui o mercado, os governos locais e nacionais, as comunidades locais e os consumidores. Os turistas devem receber informações sobre assuntos ambientais, culturais e sociais como ponto essencial da viagem. Sempre que possível, deve haver a oportunidade de os visitantes compartilharem a cultura e as tradições locais.

## AS ESTRATÉGIAS DO PROGRAMA

O WWF-Brasil entende que a estratégia para o desenvolvimento responsável do turismo no Brasil deve considerar, entre outras questões:

- O planejamento integrado, através da articulação política intersetorial entre todos os atores da atividade: ONG's (ambientalistas e sociais), comunidades, academia, mercado, governo, mídia e turistas;
- A normatização e regulamentação da atividade, principalmente com relação ao uso e ocupação do solo, códigos ambientais e planos de desenvolvimento responsável do turismo em todos os níveis;
- A efetiva participação das comunidades envolvidas nos destinos turísticos nas tomadas de decisão para o planejamento e gestão da atividade;
- A valorização de áreas naturais prioritárias para a conservação da biodiversidade;
- A efetiva implementação e gestão sustentável e participativa das áreas protegidas, com foco na conservação da biodiversidade e bem-estar das comunidades de entorno;

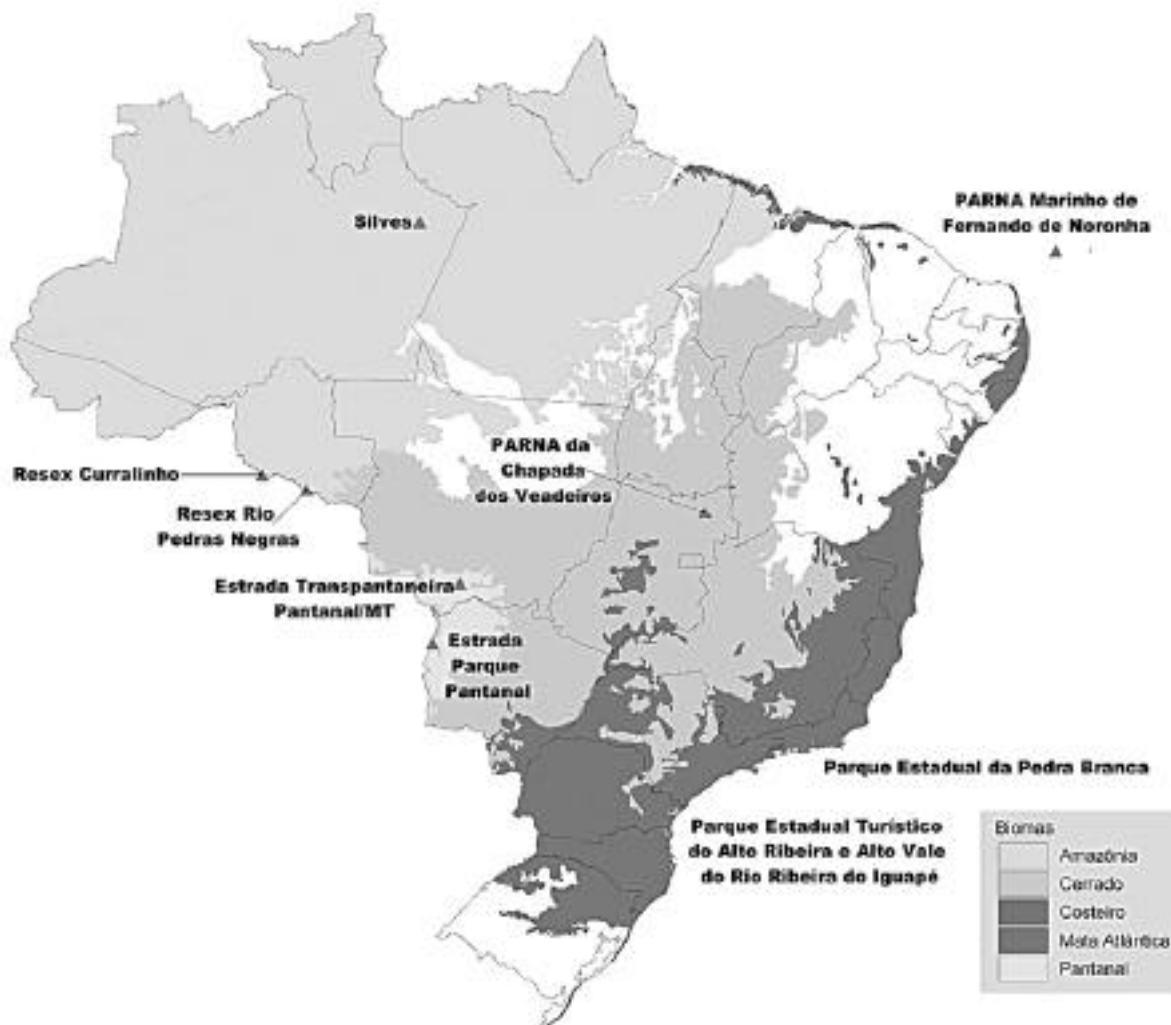
**VISÃO**

- A sustentabilidade de áreas naturais, protegidas ou não, e suas populações, inseridas em regiões com dificuldades de desenvolvimento econômico, complementando e incrementando as atividades econômicas tradicionais;
- A capacitação profissional das empresas e das comunidades para a implantação de modelos de ecoturismo;
- A educação de consumidores, funcionários e fornecedores de serviços turísticos para o turismo socialmente e ambientalmente amigável;
- A certificação para o turismo, através da

criação de um Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS) de amplo espectro de representatividade.

**OS PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO**

Os projetos em turismo do WWF-Brasil possuem alcance nacional, envolvendo parceiros locais ou intervenções diretas, em projetos de campo na Amazônia, na Mata Atlântica, no Cerrado, no Pantanal e na Zona Costeira. O mapa abaixo localiza os projetos de campo.





As linhas de ações do Programa, os projetos e atividades atualmente em desen-

volvimento são:

LINHAS DE AÇÃO	PROJETOS E ATIVIDADES RELACIONADAS
<p>1. <i>Capacitação em Ecoturismo de Base Comunitária</i> – contribuindo para seu desenvolvimento como ferramenta para a conservação da natureza e alternativa na geração de benefícios socioeconômicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desenvolvimento de metodologias por meio da publicação “Manual de Ecoturismo de Base Comunitária”</li> <li>➤ Apoio e promoção do Turismo Comunitário por meio de projetos de campo e da página <a href="http://www.turismocomunitario.org.br">www.turismocomunitario.org.br</a></li> <li>➤ Treinamento nas ecoregiões</li> </ul>
<p>2. <i>Desenvolvimento de “Modelos de Ecoturismo”</i> com foco no fortalecimento da base comunitária, por meio de assistência técnica</p>	<p><b>Projetos de campo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estímulo ao ecoturismo no entorno do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros/GO</li> <li>➤ Apoio a comunitários ribeirinhos para a construção e gestão da Pousada Aldeia dos Lagos, Silves/AM</li> <li>➤ Apoio a comunitários seringueiros para a construção e gestão da Pousada Pedras Negras e Centro de Visitantes, Vale do Guaporé / RO</li> </ul>
<p>3. <i>Planejamento de Ecoturismo em Unidades de Conservação</i> – propondo, apoiando e implementando o planejamento participativo em projetos de campo, por meio de pesquisas e assistência técnica</p>	<p><b>Projetos de campo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ecoturismo na Estrada-parque Pantanal, Corumbá e Ladário/MS</li> <li>➤ Ecoturismo na Estrada Transpantaneira, Poconé/MT</li> <li>➤ Uso Recreativo no PARNA Chapada dos Veadeiros/GO</li> <li>➤ Uso Recreativo no PARNAMAR de Fernando de Noronha/PE</li> <li>➤ Uso Recreativo no PETAR, Vale do Ribeira, SP</li> <li>➤ Uso Recreativo no PE Pedra Branca, Rio de Janeiro, RJ</li> </ul>
<p>4. <i>Educação e Informação</i> – disseminando informações e promovendo atividades de educação ambiental para o ecoturismo, propondo alternativas para conscientização dos consumidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apoio à Rede Brasileira de Ecoturismo, lista de discussão</li> <li>➤ Apoio à “Campanha Pega Leve - Mínimo Impacto em Áreas Naturais”, visando a conduta consciente de viajantes em ambientes naturais.</li> </ul>
<p>5. <i>Políticas Públicas e Privadas em Turismo e Ecoturismo</i> – participando ativamente do debate em torno das políticas de desenvolvimento do setor turístico, propondo alternativas e planos nacionais e regionais, assim como diretrizes e regulamentação</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apoio a discussão sobre a regulamentação do ecoturismo no CONAMA</li> <li>➤ Desenvolvimento do Plano Estratégico do Ecoturismo no Vale do Ribeira, SP</li> <li>➤ Debate sobre políticas públicas locais, por meio da publicação "Turismo Responsável: Manual para Políticas Locais"</li> <li>➤ Desenvolvimento de software para facilitar a gestão ambiental na pequena e média hotelaria</li> </ul>
<p>6. <i>Certificação em Turismo</i> – apoiando um processo independente e participativo de certificação, com base em pesquisas e projetos de campo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contribuição para a criação do Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS)</li> <li>➤ Participante dos conselhos executivos da proposta no Brasil</li> <li>➤ Disseminação de informações sobre o processo por meio da página <a href="http://www.cbts.org.br">www.cbts.org.br</a></li> <li>➤ Apoio à Rede CBTS, lista de discussão do processo de certificação do turismo sustentável</li> </ul>

VISÃO

## AS PARCERIAS

O WWF-Brasil trabalha em parceria com o mercado, governos, comunidades locais, organizações multinacionais, organizações não-governamentais e com a sua própria Rede para que o turismo no Brasil projete a sua sustentabilidade sob os enfoques da capacitação de empresas e comunidades, educação de consumidores e empresários, regulamentação governamental e mecanismos de certificação.

Os principais parceiros, executores ou apoiadores dos projetos que o WWF-Brasil executa ou participa são:

- ACV-CV – Associação dos Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros/GO
- Agenda de Ecoturismo do Vale do Ribeira/SP
- AGUAPÉ – Associação dos Seringueiros do Vale do Guaporé, Costa Marques/RO
- ASPAC – Associação de Silves para a Proteção Ambiental e Cultural, Silves/AM
- BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
- Bioma Cerrado, São João da Aliança/GO
- Brazil Nature/SP
- CBTS – Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável
- CET – Centro de Excelência em Turismo, Brasília/DF
- CEU – Centro Excursionista Universitário/SP
- CNRBMA – Conselho Nacional da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica/SP
- Comitê Gestor da Estrada Parque Pantanal, Corumbá/MS
- Diretoria de Ecossistemas/Ibama/MMA
- ECOPORÉ – Ação Ecológica Guaporé, Porto Velho/RO
- FEMA – Fundação Estadual de Meio Ambiente/MT
- Fundação Ecotrópica/MT
- Fundação Pró-Tamar/Ibama/PE
- Fundação SOS Mata Atlântica/SP
- GOPAN – Grupo de Operadora do Pantanal, Campo Grande/MS
- GRUDE – Grupo de Defesa Ecológica/RJ
- IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
- IH – Instituto de Hospitalidade /BA
- Imaflores/AM
- Instituto Ecofuturo – Cia. Suzano de Papel/SP
- Instituto Ing Ong/SP
- Instituto Terra Mar/CE
- Instituto Vitae Civilis/SP
- Parque Estadual da Pedra Branca, Instituto Estadual de Florestas/RJ
- Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira/Instituto Florestal – Secretaria do Meio Ambiente do Estado/SP
- Parque Hotel Passo do Lontra, Corumbá/MS
- Parque Nacional da Chapada Veadeiros/GO
- Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha/IBAMA/PE
- Pró-Várzea/IBAMA/MMA
- Rainforest Alliance / Costa Rica
- Rede Brasileira de Ecoturismo
- Sebrae/GO
- Secretaria Estadual de Meio Ambiente/MS
- Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Cultura e Turismo de Corumbá, MS
- Secretaria para Políticas de Desenvolvimento Sustentável/MMA
- UNIMEP – Universidade Metodista de Piracicaba/SP

## AS PUBLICAÇÕES

A partir das experiências de campo, ou por meio de pesquisa em nível nacional, diversos documentos vêm sendo elaborados. Baseados em pesquisas e estudos de consultoria, visam contribuir para os objetivos do Programa e para servir de modelos para outras entidades, governos e mercados.

- ☐ MANUAL DE ECOTURISMO: FERRAMENTAS PARA UM PLANEJAMENTO RESPONSÁVEL – publicação contendo 13 ferramentas práticas para o planejamento, implementação e gestão do ecoturismo.

- ❑ USO RECREATIVO NO PARQUE NACIONAL MARINHO DE FERNANDO DE NORONHA: UM MODELO DE PLANEJAMENTO E IMPLEMENTAÇÃO – baseado em trabalho de pesquisa e na implementação do planejamento e gestão do ecoturismo em Parque Nacional.
- ❑ CERTIFICAÇÃO EM TURISMO: LIÇÕES MUNDIAIS E RECOMENDAÇÕES PARA O BRASIL – apresenta no Brasil o tema, focando nas principais recomendações para a elaboração e aplicação de um sistema de normas e padrões de sustentabilidade para o turismo.
- ❑ TURISMO RESPONSÁVEL: MANUAL PARA POLÍTICAS LOCAIS – publicação

a ser lançada, trata de um amplo debate sobre a importância do incentivo e controle do turismo por meio de políticas públicas locais.

- ❑ DIVERSOS – folders, cartilhas, mapas, sites e demais materiais promocionais dos projetos de campo, educativos ou com enfoque turístico, que são constantemente publicados pelo Programa.

Para maiores informações:

**WWF–Brasil**

*Programa de Turismo e Meio Ambiente*  
SHIS EQ/QL 6/8, Conjunto E – Lago Sul  
– Brasília – DF – 71620-430  
*panda@wwf.org.br* –  
Fone: (61) 364-7400 – Fax: 364-7474



# 1. Planejamento do ecoturismo

Sérgio Salazar Salvati <sup>(1)</sup>

SEÇÃO 1  
1

## I. OBJETIVOS

**E**ste capítulo tem como objetivo delimitar os diferentes tipos e níveis de planejamento do ecoturismo, a partir de uma base bem delimitada de princípios e características desejáveis para seu desenvolvimento responsável. O planejamento é uma atividade interdisciplinar, dinâmica, contínua e presente em todas as diversas fases do desenvolvimento do turismo, e que deve representar os anseios de diferentes atores de interesse. Assim, serão abordados os diferentes objetivos e contextos para sua elaboração, assim como as diferentes abordagens em que o planejamento pode se inserir.

Cabe ressaltar que cada capítulo que compõe este Manual pode ser considerado como um guia de planejamento, implementação e gestão das diferentes atividades e processos que compõem o desenvolvimento do ecoturismo. Mais especificamente, este capítulo deve ser estudado em conjunto com o capítulo de *Participação e Parcerias*.

## II . INTRODUÇÃO CONCEITUAL

Para o planejamento do ecoturismo não bastam técnicas e ferramentas práticas de elaboração de planos e projetos. Desta forma entende-se que refletir intensamente sobre a atividade e seus objetivos de sustentabilidade econômica social e ambiental é fundamental para o sucesso na implan-

tação do ecoturismo, atendendo aos seus princípios.

O ecoturismo vem trazendo algumas importantes lições para a busca da sustentabilidade no mercado do turismo mundial. A atual discussão sobre o turismo sustentável dentro de importantes organizações mundiais como a UNEP (United Nations Environment Program), OMT (Organização Mundial de Turismo), WTTC (World Travel and Tourism Council), BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), GEF (Global Environment Facility), entre outras, nada mais é do que o reflexo da introdução dos métodos desenvolvidos para planos de ecoturismo sendo adotados e replicados para o mercado convencional. Essas metodologias são, no caso do ecoturismo, essenciais para se alcançar seus objetivos de conservação e desenvolvimento local.

A sustentabilidade defendida pelos princípios do ecoturismo não deve ser entendida como um fim a ser alcançado em planos, programas e projetos. Na verdade devemos perceber a sustentabilidade como as condições ótimas de desenvolvimento do ecoturismo, e atentar aos seus princípios, os quais podem não estar presentes em todos os momentos. Instabilidade de mercados, alterações no perfil e nas tendências dos viajantes, proliferação de doenças tropicais, alterações nas políticas de desenvolvimento e investimentos regionais e nacionais são algumas das externalidades que podem afetar a sustentabilidade de projetos. Daí a

(1) – NOTA DO AUTOR: Este capítulo contou com a contribuição técnica de Marcelo de Oliveira Sáfyadi, Sylvia Mitraud e Marcos Martins Borges.

importância de processos de monitoramento e de re-planejamento como itens fundamentais para o sucesso do desenvolvimento do ecoturismo. Além disso, o ecoturismo não pode ser a única alternativa econômica, ou a predominante, num município ou região, pois qualquer alteração na demanda, como, por exemplo, o aparecimento de destinos concorrentes, pode levar todo um município ou uma região a ter problemas de ordem econômica e social em função da lacuna na geração de receitas.

Para melhor entendimento serão abordados nesta Introdução os conceitos básicos sobre processos de planejamento, e especificamente sobre planejamento do ecoturismo, sob uma ampla visão de sustentabilidade econômica, social e ambiental.

### 1. O planejamento - conceito, objetivos e processos

**P**lanejamento pode ser entendido como a definição de estratégias e meios para sair de uma situação atual visando alcançar uma situação futura desejada. Parece não ser percebido pela sociedade, mas o planejamento está em nosso cotidiano profissional e familiar. Por exemplo, ao planejar um novo emprego, um profissional estabelece objetivos (ser valorizado em um novo emprego), metas (alcançar o objetivo em 6 meses), recursos (currículo, tempo e dinheiro) e métodos (pesquisar em jornais, falar com amigos e participar de entrevistas). Esta idéia de planejamento vem sendo definida de várias formas e algumas delas foram compiladas por Barreto (2000):

- ❑ planejar é decidir antecipadamente o que deve ser feito;
- ❑ planejar é determinar objetivos e meios para seu alcance;
- ❑ planejar é projetar um futuro desejado e os meios específicos para torná-lo realidade.

Ignarra (s.d) afirma que planejamento é um processo lógico de pensamento mediante o qual o ser humano analisa a realidade que o cerca e estabelece meios que

lhe permitirão transformá-la de acordo com seus interesses e aspirações.

Com base nos conceitos acima, devemos considerar o planejamento como um processo dinâmico e contínuo de definição de objetivos, metas e ações, de forma integrada entre os diversos agentes sociais de interesse. Esta afirmativa torna-se mais complexa quando pensamos nas diferentes dimensões em que se pode adotar planos e programas visando alcançar uma desejada situação futura. Estas dimensões de planejamento consideram os seguintes elementos:

- ❑ **elemento temporal** – planejamento de curto, médio e longo prazo;
- ❑ **elemento político** – regulador, incentivador, financiador, integrado;
- ❑ **elemento administrativo** – público ou privado;
- ❑ **elemento social** – participativo ou de gabinete;
- ❑ **elemento geográfico** – internacional (continente, bloco de países, regiões trans-fronteiriças), nacional (país ou macroregiões), regional (delimitado por bacias hidrográficas, por pólos de desenvolvimento, por grandes parques), local (municipal) ou sítio (propriedades, áreas protegidas de pequeno porte).



#### PLANOS, PROGRAMAS E PROJETOS

Não devemos confundir planos com programas e projetos. Um plano é uma grande missão, é o objetivo maior almejado de um governo ou entidade, sem maiores detalhamento de projetos ou atividades. Envolve diretrizes gerais para serem adotados por setores ou regiões, incluindo a identificação da fonte de recursos e dos responsáveis por ações de implementação. O plano pode possuir programas específicos (capacitação, conservação, envolvimento comunitário, marketing, patrimônio histórico etc.), que podem ser setorizados

ou regionalizados, e demonstra praticamente como se alcança os objetivos do plano. Cada programa possui projetos, que são compostos por atividades detalhadas que devem ser conduzidas para se concretizar os programas. Por exemplo, o WWF-Brasil possui uma missão conservacionista (*“contribuir para que a sociedade brasileira conserve a natureza, harmonizando a atividade humana com a preservação da biodiversidade e com o uso racional dos recursos naturais, para o benefício dos cidadãos de hoje e das futuras gerações”*) que deve ser alcançada por meio de vários programas específicos que envolvem biomas e temas estratégicos.

O turismo foi identificado como uma das ferramentas para se alcançar os objetivos da missão (ou do plano). Assim, o Programa de Turismo e Meio Ambiente possui uma carteira de projetos que visam "contribuir para o desenvolvimento do turismo responsável no Brasil em áreas prioritárias para a conservação da natureza". Estes projetos envolvem fomento ao ecoturismo, ao turismo de base comunitária, ao ordenamento da visitação em Parques, campanhas de conscientização de visitantes em áreas naturais, certificação do turismo sustentável entre outros.

Muitos destes projetos dividem-se em sub-projetos e atividades, cada uma com metas e recursos próprios.

No caso do Ecoturismo, o planejamento pode possuir, então, vários programas que permitem atingir os princípios do ecoturismo e definir os projetos que são necessários para alcançá-los.

Como o planejamento deve ser visto de forma integrada, alguns projetos são elaborados de forma a poderem ser executados utilizando-se dos métodos integrados de intervenção, estabelecendo-se parcerias e otimizando recursos humanos e financeiros.

Alguns consultores adotam outras visões para se definir o escopo do planejamento, classificando-os em estratégico, tático e operacional. O planejamento estratégico seria aquele em que se projeta um espaço de tempo de implementação de médio a longo prazo. Isto pode ocorrer também em função da dificuldade em se obter dados fundamentais e os recursos necessários para o plano. O planejamento tático, por outro lado, envolve um horizonte de tempo intermediário, cerca de um ano, enquanto o planejamento operacional é implementado em curto prazo, semanas ou meses. Obviamente que para estes dois últimos níveis de planejamento deve-se contar com uma base ampla e sólida de dados, e os recursos técnicos e financeiros devem já estar disponíveis.

Além de contínuo, o planejamento deve ser flexível. Um planejamento participativo e que possua momentos frequentes de avaliação, permite ajustes em todas as suas fases (do diagnóstico ao monitoramento da implementação e gestão). Somente se observarão ajustes se houver um processo contínuo de coleta de informações e de consultas aos diretamente envolvidos e interessados sobre os resultados. Durante a implementação, e de acordo com a disponibilidade de recursos humanos e financeiros, é muito comum optar-se por estabelecer prioridades de intervenção. E após sua implementação, com a capacidade técnica instalada e com o suporte do conhecimento já adquirido, aliado à adoção de sistemas de monitoramento, deve-se prever revisões, atualizações e correções nos objetivos e nos métodos estabelecidos.

Durante o desenvolvimento de programas e projetos de ecoturismo, os benefícios gerados por um planejamento adequado podem ser vitais para o sucesso da empreitada. O planejamento evita riscos demasiados, permite maximizar os benefícios para a conservação e incrementar o envolvimento e a organização comunitária. Além disso, otimiza recursos humanos e financeiros. E, atendendo aos princípios do ecoturismo, o planejamento contribui para que seu projeto minimize os impactos indesejáveis nos recursos naturais e culturais.

Sem planejamento não se pode buscar parceiros, financiamentos e apoios, pois não está claro para os futuros parceiros qual a situação que se deseja alcançar, quais objetivos e resultados serão almejados e quais os meios e técnicas de que se dispõe. Assim, possuir um bom planejamento facilita a avaliação e a tomada de decisão por parte de parceiros e investidores.

Para se aprofundar melhor sobre o planejamento aplicado para o desenvolvimento turístico, o item 2 abaixo apresenta algumas reflexões sobre essa atividade.

## 2. O turismo, seus componentes, benefícios e desvantagens

O turismo é movimento de pessoas, é integração entre povos, é fenômeno econômico e social. Turismo é deslocamento e permanência voluntária fora de seu local de residência. Turismo é um conjunto de bens e serviços tangíveis e intangíveis. Fazer turismo é reflexo das vontades psicossociais do viajante durante seu tempo livre.

Várias definições vêm sendo usadas para entender o turismo e todas podem ser aceitas. O que se tem em comum entre especialistas é que o turismo possui uma grande importância sócio-econômica no mundo atual. Por um lado, é uma necessidade para o bem-estar psico-físico do ser humano, principalmente para aqueles que vivem nos conturbados centros urbanos. Por outro, o turismo é uma fonte importante de riqueza econômica e um dos setores de

crescimento mais rápido na economia mundial, considerado um fenômeno pelo mundo inteiro, e envolvendo um número crescente de postos de trabalho.

Porém, enquanto o turismo pode contribuir sensivelmente para o desenvolvimento sócio-econômico e cultural de amplas regiões, tem, ao mesmo tempo, o potencial para degradar o ambiente natural, as estruturas sociais e a herança cultural dos povos. Para países como o Brasil, o turismo, em uma nova concepção estratégica, deve ser entendido como um conjunto de bens e serviços que promova o desenvolvimento em nível local. Assim, não pode ser considerado somente como a implantação de meios de hospedagem e alimentação e locais de visitação e lazer, mas também como um conceito que integra o desenvolvimento urbano e rural, criando um novo pólo de desenvolvimento econômico diversificado, com investimentos em infra-estrutura, nas vias de acesso e melhor qualidade nos serviços de educação, saúde e segurança. (SALVATI, 2002a).

O turismo em uma comunidade se caracteriza pela oferta de pelo menos cinco elementos: atrativos, serviços, infra-estrutura, comunidades e turistas, que atuam de forma interrelacionada, objetivando gerar os benefícios desejados.

Dentro da comunidade incluem-se vários segmentos da sociedade que podem beneficiar-se do turismo. Os mais envolvidos, e também responsáveis pelo seu sucesso, são os moradores locais, os proprietários (de terra e estabelecimentos comerciais) e o governo local. Todos possuem diferentes formas de agir para o desenvolvimento do turismo e diferentes formas de se beneficiar dele. Porém, o principal benefício de comum alcance é a melhoria da qualidade de vida da comunidade.

### □ Os componentes do turismo

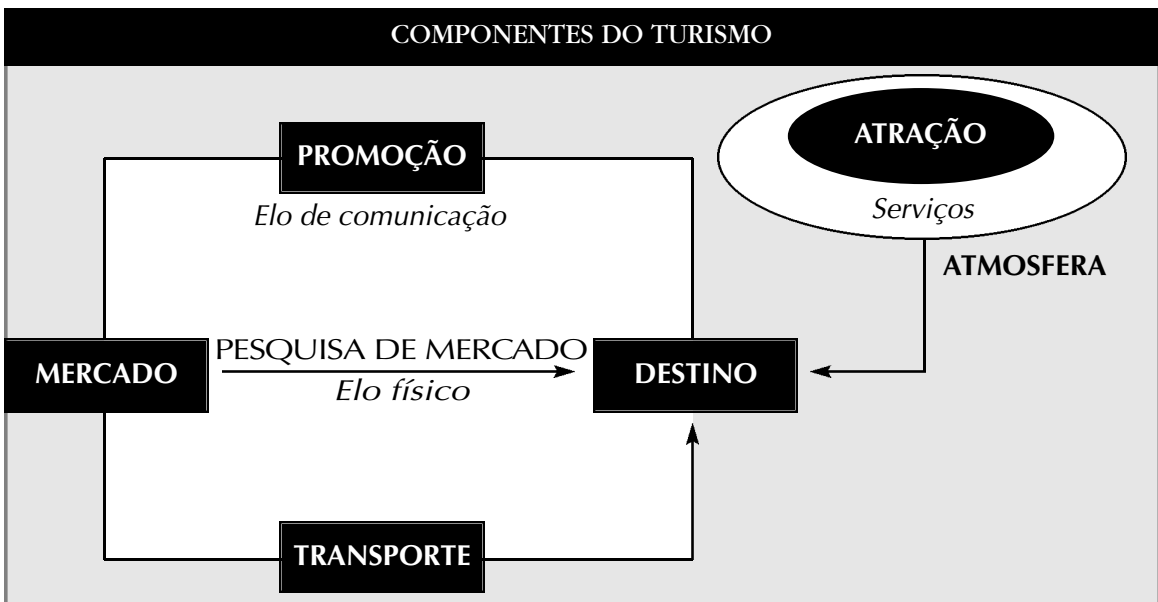
As Ficha 1 e Figura 1 (a seguir) oferecem subsídios para identificar os diversos segmentos envolvidos pelo turismo e o papel de cada um no desenvolvimento da atividade e no atendimento aos interesses da

FICHA 1

COMPONENTES DO TURISMO	
→ Transportes	☀ Você precisa dele para ir do mercado ao destino.
→ Promoção	☀ Como trazer o mercado ao destino (ver capítulo <i>Elaboração do Produto de Ecoturismo</i> ).
→ Atração	☀ O que faz alguém ir a um destino (atrativos naturais ou artificiais, eventos especiais, entretenimento, história, cultura, família e amigos, negócios etc.).
→ Serviços	☀ Alimentação, acomodações, comércio etc. Geram dinheiro para a comunidade e acrescentam na experiência do turista. Sem serviços, não há dinheiro para a comunidade
→ Atmosfera	☀ 1) Dimensão humana (característica local): hospitalidade, tumulto, congestionamento de pessoas e/ou carros; 2) Dimensão física: limpeza, acesso, estradas, estética (paisagem, paisagismo), segurança etc.
→ Pesquisa de Mercado	☀ Quem é o mercado, qual é o perfil do turista, do que ele gosta e do que ele não gosta, como ele descobriu nossa comunidade, como é seu comportamento etc. (ver capítulo <i>Elaboração do Produto de Ecoturismo</i> ).

SEÇÃO 1  
1

FIGURA 1



comunidade. O conjunto dos cinco elementos – atrativo, infra-estrutura, serviços, comunidade e turista – cria um ambiente que chamamos de atmosfera do turismo.

☐ **Benefícios e Desvantagens do Turismo**

Associada a diversos capítulos deste Manual, a Ficha 2 a seguir demonstra que o

ecoturismo provocará mudanças na comunidade, algumas positivas e outras negativas. O inventário é um instrumento para melhor se conhecer a realidade e favorecer a adoção de medidas de planejamento que incrementem os impactos positivos e minimizem os negativos. (ver capítulo *Levantamento do Potencial Ecoturístico – Inventário*)



**FICHA 2**

**SEÇÃO 1**

<b>BENEFÍCIOS E DESVANTAGENS DO TURISMO</b>	
<p><b>BENEFÍCIOS DO TURISMO</b></p> <p>O desenvolvimento do turismo tem gerado uma série de benefícios. A seguir, listamos algumas das contribuições que o turismo pode trazer à qualidade de vida de sua comunidade.</p> <p><b>BENEFÍCIOS ECONÔMICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O turismo ajuda a diversificar e estabilizar a economia local. Também pode ajudar a trazer outras atividades econômicas para a comunidade.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo gera impostos e traz dinheiro novo para a comunidade.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo gera empregos e oportunidades comerciais.</li> </ul> <p><b>BENEFÍCIOS SOCIAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O dinheiro gerado pelo turismo ajuda a financiar serviços e estabelecimentos públicos que a comunidade talvez não tivesse condições de financiar (estradas públicas, energia, comunicação, saúde e segurança).</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo incentiva a participação cívica e o orgulho pela comunidade e suas manifestações culturais.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo proporciona o resgate e o intercâmbio cultural.</li> </ul> <p><b>BENEFÍCIOS AMBIENTAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode incentivar a preservação de recursos naturais, culturais e históricos.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode estimular a revitalização e embelezamento paisagístico da cidade ou vila.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode contribuir para a sustentabilidade de áreas protegidas.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo educa para a conservação da natureza.</li> </ul>	<p><b>DESVANTAGENS DO TURISMO</b></p> <p>Embora o turismo traga muitos benefícios, o seu desenvolvimento não acontece livre de impactos negativos na comunidade. Abaixo listamos alguns desses possíveis malefícios.</p> <p><b>DESVANTAGENS ECONÔMICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O turismo necessita de custos operacionais para pesquisa, promoção etc..</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo se utiliza de serviços públicos que são mantidos pelo contribuinte locais, excedendo seus custos.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode exigir o treinamento de empregados, proprietários e a educação da população local.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode gerar fuga de capitais.</li> </ul> <p><b>DESVANTAGENS SOCIAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode atrair visitantes com comportamento conflitante com o da comunidade e seus padrões culturais.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode criar tumulto, poluição em vários níveis e congestionamento.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode aumentar os índices de criminalidade e marginalidade.</li> <li><input type="checkbox"/> O turismo pode gerar conflito entre os que o querem e os que são contra o seu desenvolvimento.</li> </ul> <p><b>DESVANTAGENS AMBIENTAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Turismo desordenado ou sem critérios pode degradar a qualidade de importantes recursos naturais e históricos.</li> <li><input type="checkbox"/> Lixo, barulho e poluição do ar podem aumentar com o turismo.</li> <li><input type="checkbox"/> O sucesso econômico do turismo pode levar a maior pressão sobre os recursos naturais.</li> </ul>

### 3. O planejamento para um turismo responsável

O turismo vem sendo considerado um dos maiores fenômenos da atualidade. Para muitos países e regiões, principalmente para os detentores de vastos recursos naturais, riquezas de paisagens, forte herança cultural e dificuldades de crescimento econômico, o turismo vem sendo identificado como a "bola da vez" e para muitos é a "salvação da pátria". E com o aumento do tempo livre na sociedade contemporânea, aliado às novas facilidades em transportes e comunicação, entre outras causas e condicionantes, o crescimento deste mercado vem ocasionando diversas situações nos locais atrativos, algumas positivas (p.ex. emprego), outras negativas (p. ex. degradação ambiental). Alia-se a esta conjuntura o uso do empirismo no planejamento e a ausência de especialistas em posições-chaves dos setores estratégicos de governos e mercados.

#### a) **Identificando os objetivos do planejamento**

O planejamento em turismo pode ter vários objetivos, os quais dependem de uma análise crítica, profissional e participativa, da situação em que se encontra sua região, seu empreendimento ou sua propriedade. No caso de destinos turísticos potenciais, onde a atividade ainda não vem ocorrendo de forma significativa (ou seja, o momento ideal para o planejamento), podemos ter planos como instrumento para:

- orientar uma nova atividade econômica incrementando o desenvolvimento local e/ou regional;
- desenhar que tipo de turismo (e de turistas) queremos em nossa região;
- valorizar as culturas locais e a manutenção da paisagem e da biodiversidade;
- evitar, ou minimizar, os efeitos sociais, econômicos e ambientais negativos da atividade;
- diversificar a economia local e qualificar a mão-de-obra local;

- direcionar a instalação de equipamentos e infra-estrutura, ordenando as ações e atividades humanas sobre o território;
- estabelecer os marcos legais para a atividade;
- orientar a circulação de veículos e pedestres;
- desenvolver produtos, identificar mercados e estabelecer um programa de *marketing* estratégico.

Para regiões que já percebem fluxos turísticos, os objetivos do planejamento têm forte caráter de ordenação e regulação, corrigindo distúrbios e problemas já instalados, direcionando o desenvolvimento do turismo para um nível adequado de controle participativo das atividades atuais e projetando medidas incentivadoras de oportunidades futuras. Neste caso, além de adotar com novo enfoque alguns dos itens já mencionados acima, pode-se prever esforços para:

- educar o visitante, avaliando criteriosamente o perfil da demanda atual;
- (re)capacitar os prestadores de serviços e estimular novas ocupações;
- mitigar impactos socio-ambientais;
- acordar com os agentes sociais do turismo (mercado privado, comunidades, gestores de UC's, políticos e população em geral) medidas normativas e indicativas, efetivas para um novo ordenamento da atividade;
- incentivar um ganho de qualidade dos produtos, incluindo a possibilidade de inserí-los em processos de certificação (veja item 6 da Caixa de Ferramentas);
- (re)estabelecer estratégias de comunicação e *marketing* para os produtos e roteiros atuais e potenciais.

#### b) **Adotando uma abordagem integrada**

Para um bom plano exige-se profissionalismo, consulta aos interessados do mercado e da sociedade civil, uma visão de longo prazo e disponibilidade de recursos financeiros. Em qualquer das situações em que se encontra o turismo em sua região (presente

ou ausente), o planejamento do turismo que se almeja integrado e sustentável deve envolver os seguintes aspectos, sempre pensando-se numa escala de tempo:

- ❑ **físico e ambiental:** as paisagens, a biodiversidade, o uso do solo e dos recursos naturais, as áreas protegidas, o ambiente urbano e rural;
- ❑ **legal:** as normas restritivas e/ou incentivadoras do turismo, as normas exigidas de controle e estímulo da atividade;
- ❑ **financeiro:** a otimização e internalização na cadeia produtiva local do fluxo de recursos gerados pelo turismo; a previsão de receitas, investimentos e custos de administração do turismo; a busca de parceiros estratégicos; o estabelecimento de fundos de investimentos locais (FUMTUR);
- ❑ **político-institucional e outras políticas de interface com M.A., AG etc:** as políticas nacionais, regionais e locais em turismo, os conselhos participativos de turismo (COMTUR), órgãos executivos (secretarias ou departamentos), as instituições públicas e privadas;
- ❑ **promocional:** estabelecer a imagem do destino, o diferencial para destinos concorrentes, o público-alvo, as estratégias de comunicação etc.
- ❑ **econômicos:** os incentivos de mercado, a diversificação da economia local, a integração com outros setores econômicos, a qualidade e competitividade de produtos e roteiros;
- ❑ **sociais:** a organização e o envolvimento comunitário, o cooperativismo e o associativismo, as necessidades de capacitação profissional, a satisfação do visitante;
- ❑ **culturais:** o resgate e a valorização de manifestações e bens culturais de interesse social e turístico.

**c) Adotando uma abordagem geográfica**

Como já afirmado anteriormente, o planejamento do turismo, quando integrado e participativo, também deve prever sua formulação, implementação e monitoramento

levando-se em conta a unidade geográfica de maior interesse. As vezes é preferível um processo mais complexo de planejamento integrado entre dois ou mais municípios, visando um planejamento regional, do que centralizar este processo em nível local e ignorar que os recursos naturais e as paisagens de interesse turístico não respeitam divisões político-administrativas. Em todo o caso podemos ter diferentes abrangências geográficas no planejamento turístico:

- ❑ o âmbito internacional, podendo ser mundial (p. ex. diretrizes da Declaração de Quebec - 2002, plano global de certificação do turismo sustentável – Sustainable Tourism Stewardship Council), regional (Mercosul, Comunidade Andina, Certificação do Turismo para a Centro-América) e trans-fronteiriço (Pantanal brasileiro e boliviano)
- ❑ o âmbito nacional, geralmente em forma de uma política nacional, com diretrizes gerais para o desenvolvimento de planos e programas setoriais e regionais;
- ❑ o âmbito macro e micro regional, p.ex. envolvendo um bioma (p. ex. Amazônia), uma bacia hidrográfica (Vale do Ribeira) ou um conjunto de municípios (entorno do PARNA Chapada dos Veadeiros);
- ❑ o âmbito municipal, p. ex. envolvendo as ações necessárias para o desenvolvimento do ecoturismo em nível local; e
- ❑ o âmbito de um local ou sítio atrativo, p. ex. uma unidade de conservação (parque ou RPPN) ou uma propriedade rural.

*4. O contexto do planejamento turístico no Brasil (2)*

O turismo no Brasil é uma atividade ainda emergente, porém de crescimento intenso nos últimos anos. O desenvolvimento deste mercado, inserido principalmente em locais de interesse cênico e tendo como base recursos naturais de alta biodiversidade, tais como a Amazônia, o Pan-

(2) – NOTA DO AUTOR: Adaptado a partir de vários artigos e textos deste autor.

tanal, a Mata Atlântica e a costa litorânea, tem trazido preocupações aos governos locais, às comunidades anfitriãs e às organizações conservacionistas por colocar em risco áreas naturais protegidas ou não, de riquezas imensuráveis, assim como importantes patrimônios histórico-culturais.

As áreas rurais e urbanas que já apresentam fluxos turísticos regulares, via de regra não possuem planejamento algum para receber visitantes. Em nível local, isto diz respeito à ausência de legislação em turismo e meio ambiente, planejamento do uso do solo, identificação, criação e zoneamento de áreas protegidas, equipamentos de apoio turístico ou programas de orientação e controle de visitação, incluindo atividades de educação ambiental. Do mesmo modo, muitas empresas turísticas, principalmente os meios de hospedagem e as operadoras, não possuem critérios para o planejamento de suas atividades e para proteção da base dos recursos naturais e culturais que fundamentam seus negócios.

Adiciona-se a esta conjuntura o fato de o Brasil estar, atualmente, vivendo uma explosão de investimentos em turismo (e também em ecoturismo). Diversos programas públicos vêm se desenvolvendo e possuem total ou parte de suas estratégias voltados para o desenvolvimento do turismo e do ecoturismo, como é o caso do Proecotur/ MMA–BID (desenvolvimento de pólos de ecoturismo na Amazônia), Prodetur/MT–BID (desenvolvimento de turismo nas regiões Nordeste e Sul), Programa Pantanal/BID–MMA (Gestão sustentável dos recursos naturais no Pantanal de MS e MT), Programa Pólos da Secretaria de Desenvolvimento Sustentável/MMA, Programa de Ecoturismo em Reservas Extrativistas/IBAMA/CNPT (envolvendo 8 projetos em todo o Brasil), entre outros. Ao mesmo tempo o país está definitivamente inserido no circuito dos grandes capitais investidores estrangeiros, associados ou não ao capital brasileiro, para a implantação de parques temáticos, complexos hoteleiros e resorts, boa parte localizada em ambientes que apresentam fragilidade ambiental e comunidades rurais.

De certo que o Brasil possui um amplo potencial para o desenvolvimento de um mercado turístico de qualidade, e que necessita deste aporte de investimentos. Porém, para ser viabilizado com sustentabilidade, há a necessidade de se avaliar cuidadosamente o contexto em que se encontram nossos destinos potenciais, quais os objetivos de desenvolvimento sustentável a serem alcançados e os meios para atingí-los, por meio de uma Política Nacional de Turismo Sustentável, integradora e associada às visões de mercado e das comunidades anfitriãs. Esta necessidade está baseada no seguinte contexto:

- ❑ Existem exemplos de planos públicos de desenvolvimento turístico que não definiram claramente (ou ignoraram) os objetivos de sustentabilidade do turismo e os reais beneficiários, e vêm tendo dificuldades em sua implantação, não alcançaram as metas desejadas ou estão causando distúrbios sócio-ambientais;
- ❑ Há uma forte onda de investimentos privados, porém com lacunas na definição de critérios ambientais e sociais, assim como há uma certa facilidade de financiamentos por agências de fomento governamentais, onde observa-se claramente a fragilidade na avaliação dos resultados em prol da sua sustentabilidade ampla (econômica, social e ambiental);
- ❑ Ausência de regulamentos governamentais em nível regional e local, e fraca integração entre as diferentes políticas de desenvolvimento econômico nacionais, tais como as políticas agrícolas, de infra-estrutura, de energia e comunicações, de saneamento etc.
- ❑ Falta de compromisso com o desenvolvimento local por parte de projetos públicos e privados, associado à banalização dos conceitos “eco” (ecoturismo, *ecorsort*, *ecopousada* etc.);
- ❑ Áreas protegidas ameaçadas por pressão de visitação associada a carência de recursos humanos, técnicos e financeiros para se garantir o lazer e a segurança do visi-

- Métodos de planejamento e *marketing* não responsáveis, empíricos ou baseados somente no enfoque da lucratividade;
- Baixa capacidade técnica e financeira de pequenas e médias empresas de turismo
- Ausência de diretrizes, códigos de ética e conduta no meio empresarial e profissional, associado à ausência de entidades de classe representativas em ecoturismo e turismo sustentável.

□ QUADRO 1

**POR UMA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO SUSTENTÁVEL**

O WWF-Brasil, por meio de seu Programa de Turismo e Meio Ambiente, vem articulando com entidades da sociedade civil e órgãos governamentais, o fomento ao debate sobre a adoção de uma política de longo prazo para o desenvolvimento responsável do turismo no Brasil. Desta articulação surgiu o Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável, entidade representativa dos setores social, econômico e ambiental do turismo, com objetivo de estabelecer uma estratégia para a implantação de um esquema unificado de certificação do turismo no Brasil. Neste mesmo sentido de participação e representatividade, espera-se do governo que convoque a sociedade para o debate em torno de uma Política Nacional de Turismo Sustentável, que deve considerar, entre outras estratégias:

- **A integração das diversas políticas governamentais** que incentivam, afetam ou inibem a atividade turística, envolvendo diferentes órgãos da administração direta e indireta, assim como as instituições públicas e multilaterais de financiamento e investimento no setor;
- **A normatização e regulamentação da atividade**, principalmente com relação ao uso e ocupação do solo, códigos ambientais e planos de desenvolvimento responsável do turismo, orientando governos estaduais e municipais na adoção de políticas e sistemas de gestão sustentável da atividade;
- **A efetiva participação das comunidades envolvidas** nos destinos turísticos nas tomadas de decisão para planejamento e gestão do turismo;
- **A sustentabilidade de áreas naturais protegidas**, com a efetiva implementação e gestão sustentável e participativa, envolvendo suas populações de entorno, complementando e incrementando as suas atividades econômicas sustentáveis e valorizando e priorizando a manutenção da biodiversidade;
- **A capacitação e qualificação profissional** das empresas e das associações comunitárias voltadas ao turismo, facilitando o acesso à tecnologias limpas e outras linhas de crédito;
- **A educação de consumidores, funcionários e fornecedores** de serviços turísticos para o consumo do turismo de forma socialmente e ambientalmente amigável;
- **O estímulo e reconhecimento de esquemas representativos** para a certificação do turismo sustentável, por meio do Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável de amplo espectro de representatividade.

E no contexto **FINANCIAMENTO/PROMOÇÃO** do ecoturismo, para que o Brasil obtenha sucesso de longo prazo, deve-se considerar, entre outras questões, que a partir do estabelecimento de uma Política Nacional do Turismo Sustentável, acordada com o mercado e a sociedade civil, se estabeleça um planejamento e desenvolvimento integrado, por meio

da articulação política e inter-setorial entre todos os atores da atividade: ONG's (ambientalistas e sociais), comunidades, academia, mercado, governo (Ibama / Embratur) e turistas. Dentro desta política podem-se estabelecer estratégias e diretrizes nacionais específicas que compreendam as atividades de turismo comunitário e ecoturismo, como vêm fazendo países como Austrália, Equador e Costa Rica.

### 5. O planejamento e os princípios do ecoturismo

Para aprofundar a compreensão do ecoturismo e subsidiar a elaboração de planos de ecoturismo, os participantes da primeira oficina do Manual detalharam os princípios do ecoturismo segundo sua compreensão, estabelecendo as diretrizes que orientaram o desenvolvimento do Manual e seus diversos instrumentos de planejamento temático. Os princípios são:

- ☐ O ecoturismo deve contribuir para a conservação do meio ambiente;
- ☐ O ecoturismo deve promover, onde possível, a valorização cultural das comunidades, bem como sua capacitação para o gerenciamento participativo e de mínimo impacto dos recursos envolvidos;
- ☐ O ecoturismo deve buscar a diversificação e integração econômica para a melhoria da qualidade de vida das comunidades;
- ☐ No desenvolvimento do ecoturismo, a integração e equilíbrio entre conservação ambiental, respeito pela cultura local e a diversificação de atividades econômicas devem ocorrer via processo participativo.

A seguir, apresentamos os resultados deste trabalho:

→ *O ecoturismo deve contribuir para a conservação do meio ambiente*

A prática deste princípio se dá em três aspectos:

#### (1) Minimizando os impactos ambientais negativos por meio de:

- ☐ Planejamento baseado em estudos e conhecimentos específicos, como por exemplo, os realizados para o desenvolvimento do Plano de Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha<sup>(3)</sup> e que envolve:
  - *Zoneamento da área* (área intacta e áreas de usos diferenciados; restrições e recomendações de acesso e uso);
  - *Definição dos limites aceitáveis de impactos*;
  - *Realização do monitoramento contínuo de impactos*, por meio de indicadores pré-estabelecidos e de fácil verificação.
- ☐ Informação e educação diferenciadas para visitantes e residentes.
- ☐ Capacitação dos profissionais intermediários entre visitantes e residentes (gestores, administradores, proprietários, guias, funcionários de unidades de conservação etc.).

#### (2) Gerando benefícios por meio de:

- ☐ Destinação de recursos financeiros para conservação (manejo, criação de unidades de conservação, apoio, voluntariado etc.).
- ☐ Motivação para o trabalho voluntário em conservação

#### (3) Viabilizando o retorno econômico e social para as comunidades em unidades de conservação (ex.: Reserva Extrativista) ou entorno, permitindo a geração de benefícios diretos e indiretos do uso sustentável do ecoturismo na unidade

(3) – NOTA DO AUTOR: A experiência deste projeto, os métodos utilizados e as lições aprendidas estão registradas na publicação "Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha – um exemplo de planejamento e implementação", lançado pelo WWF-Brasil em 2001 e disponível em [www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br).

**de conservação, a qual passa a ser valorizada (ex.: ex-garimpeiros do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros são hoje guias do Parque e colaboram com sua proteção). Isto se dá por meio de:**

- ❑ Participação nos conselhos gestores das unidades de conservação, opinando e propondo estratégias de uso sustentável;
- ❑ Avaliações da capacidade local de desenvolver negócios sustentáveis de interesse direto (artesanato, condução de grupos, abertura e manutenção de atrativos e trilhas etc) ou indireto (agricultura, extrativismo, marcenaria, pesca etc) para o ecoturismo;
- ❑ Preparo, capacitação e convite à sociedade local para participar do processo de terceirização de serviços em parques nacionais<sup>(4)</sup> em desenvolvimento pela DIREC/IBAMA, induzindo o empreendedorismo comunitário.

→ *O ecoturismo deve promover, onde possível, a valorização cultural das comunidades, bem como sua capacitação para o gerenciamento participativo e de mínimo impacto dos recursos envolvidos.*

Deve ser desenvolvido levando em conta os seguintes aspectos:

- ❑ Valorização (se for o caso) da cultura local, minimizando impactos e aumentando a auto-estima na comunidade.
- ❑ Interpretação do processo histórico de colonização e uso do solo para compreender os valores sociais existentes, subsidiando um trabalho mais coerente com a realidade local.
- ❑ Promoção e apoio à articulação de políticas públicas voltadas para o benefício das comunidades.

→ *O Ecoturismo deve buscar a diversificação e integração econômica para a melhoria da qualidade de vida das comunidades.*

A diversidade de atividades econômicas é fundamental na busca e manutenção do equilíbrio sócio-econômico e ambiental de uma região. O desenvolvimento exclusivo do ecoturismo pode levar ao uso intensivo dos recursos naturais, impactos negativos, perda de qualidade de vida e da visita, concorrência extremada gerando lucros baixos e, eventualmente, descaracterização da atividade.

O ecoturismo não deve ser atividade econômica única, mas sim complementar e integrada às outras atividades locais, fortalecendo-as e colaborando para movimentação micro-regional dos recursos oriundos da visitação. Para tal, deve desenvolver mecanismos de estímulo à produção local (alimentos, artesanatos, serviços etc.), suprimindo necessidades de consumo do ecoturismo e locais (ex.: estímulo à produção de alimentos, objetos artesanais de decoração, objetos de marcenaria e movelaria, confecção têxtil etc. para restaurantes/pousadas), evitando evasão de renda oriunda do turismo para outros centros.

A organização e fortalecimento de entidades locais (públicas, comerciais, rurais, de classe etc.) é fundamental na busca de equilíbrio e incremento dos benefícios econômicos. O estabelecimento de preços mínimos com padrão de qualidade (explorar o turismo e não o turista), o retorno econômico para o município (impostos, taxas), o estabelecimento de um fundo de investimentos e manejo do ecoturismo (vinculado à comunidade ou a um órgão público, p.ex. FUMTUR), criação e facilitação de fontes de incentivo para pequenos empresários, programas de capacitação e empreendedorismo

(4) – NOTA DO EDITOR: O processo de terceirização dos serviços de turismo em parques nacionais tem como objetivo garantir um dos objetivos destas unidades - o lazer e a recreação de visitantes, por meio de concessões e permissões ao setor privado para prestação de serviços de hospedagem, transporte, alimentação, venda de artigos diversos, condução de grupos, atividades esportivas entre outras.

e diversas outras atividades são facilitadas quando há compreensão e vontade comunitária, principalmente quando esta vontade é expressa por meio de entidades civis.

Por fim, é importante monitorar impactos sociais da mesma forma como se deve monitorar os impactos ambientais. Cada projeto, ou comunidade, deve estabelecer seus próprios métodos para identificar benefícios e malefícios provenientes do ecoturismo.

### 📄 FICHA 3

#### INDICADORES BÁSICOS NA AVALIAÇÃO DE QUALIDADE DE VIDA

◆ Renda per capita	◆ Poluição em todos os níveis
◆ Concentração de renda	◆ Infra-estrutura (energia, comunicação, saneamento) para a comunidade
◆ Escolaridade	◆ Marginalidade e criminalidade
◆ Mortalidade/natalidade/índices de saúde	◆ Preços de terras e produtos comerciais básicos
◆ Estrutura familiar	◆ Preços de m <sup>2</sup> construído
◆ Densidade populacional/área verde	◆ Nível e quantidade de emprego/desemprego

➔ *No desenvolvimento do ecoturismo, a integração e equilíbrio entre conservação ambiental, respeito pela cultura local e a diversificação de atividades econômicas devem ocorrer via processo participativo.*

Devem ser levados em conta os seguintes aspectos:

- ❑ Representação das partes interessadas (elementos ou representantes) formais e informais da comunidade local e externa.
- ❑ Estabelecimento de estruturas e mecanismos para resolução de conflitos, tomada de decisão, planejamento, execução, monitoramento, avaliação e autogestão das atividades.
- ❑ Resolução de conflitos buscando otimizar benefícios.
- ❑ Processos de educação, capacitação e transferências de tecnologias apropriadas, envolvendo os beneficiários na sua elaboração e multiplicação.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Este capítulo sugere um processo de planejamento especialmente adequado para o ecoturismo de base comunitária, ou seja, para uma atividade que objetiva o desenvolvimento econômico e social aliado à conservação da natureza em regiões, municípios e sítios de visitação. Assim, esta seção do capítulo tratará do planejamento do ecoturismo para diferentes abordagens e estratégias de desenvolvimento:

1. *Identificando as etapas do planejamento do ecoturismo.*
2. *Planejando o ecoturismo em busca de sustentabilidade.*
3. *Planejando o ecoturismo local e regional.*
4. *Planejando o ecoturismo em áreas protegidas ou propriedade rural particular.*
5. *Planejando produtos ou empreendimentos de ecoturismo.*
6. *Projetando a sustentabilidade de produtos para a certificação.*



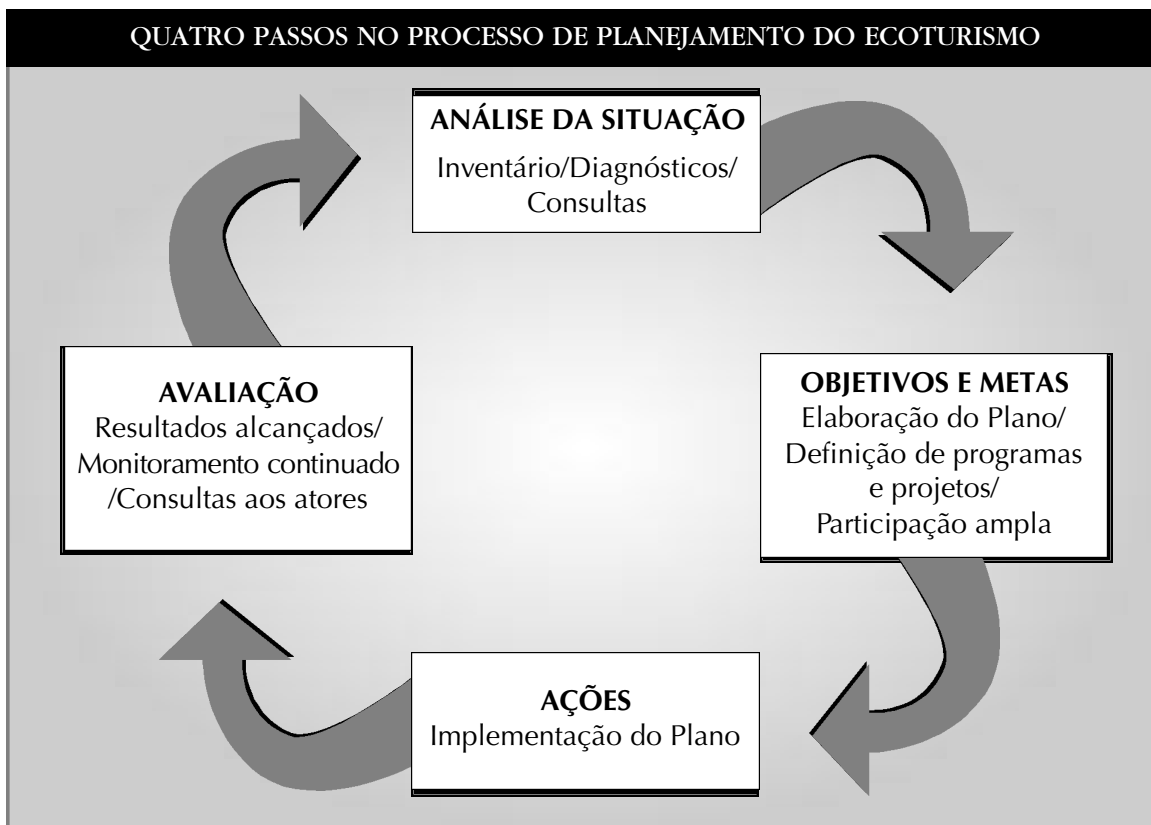
1. Identificando as etapas do planejamento do ecoturismo

Em função das considerações adotadas na Introdução Conceitual, pode-se estabelecer de forma organizada as etapas para um planejamento criterioso, integrado, participativo e sustentável, onde os métodos podem ser adaptados tanto para áreas sem presença do turismo como para áreas já em desenvolvimento. Assim, no momento da elaboração de um plano de desenvolvimento de ecoturismo, seja para uma região ou município, uma empresa ou uma ONG, quatro perguntas básicas devem ser respondidas.

FICHA 4

- ⇒ Onde estamos?      ► **Análise da Situação**
- ⇒ Aonde queremos chegar?      ► **Objetivos e Metas**
- ⇒ Como chegaremos lá?      ► **Ações**
- ⇒ E como saberemos se já chegamos?      ► **Avaliação**

Na Ficha 4, podemos ilustrar essas perguntas e o elo entre elas. E para se fazer um bom planejamento de implantação do ecoturismo, devemos responder à primeira pergunta e gerar subsídios para elaboração das outras três respostas.



► **Análise da situação**  
(Onde estamos?)

É o conhecimento da realidade, das estruturas, atrativos, serviços, clientes, a visão da comunidade sobre o turismo, problemas e necessidades existentes etc. A investigação da situação atual considera um

enfoque integrado de âmbito político, legal, social, econômico e ambiental. Apresentando os dados à comunidade e discutindo com lideranças, governos e empresas parceiras tanto para o desenvolvimento de diagnósticos estratégicos participativos como para a elaboração dos objetivos e

metas e para tomada de decisões.

### ► **Objetivos e metas**

*(Aonde queremos chegar?)*

Diante da realidade apresentada, quais são os nossos objetivos, o que queremos do turismo e para a comunidade a curto, médio e longo prazos? Quem serão os beneficiários em termos de conservação e desenvolvimento local?

### ► **Ações**

*(Como chegaremos lá?)*

Definição das ações necessárias para atingir nossos objetivos. Quais as medidas mitigadoras de impacto socio-ambiental? Deve-se pesquisar o mercado atual e potencial: produtos existentes, concorrentes, seus preços e diferenciais, demanda efetiva e potencial, tendências de desenvolvimento etc. Como desenvolver produtos, roteiros e serviços diversos? Como integrar todos eles em uma imagem diferenciada para o ecoturismo na região?

### ► **Avaliação**

*(Como saberemos se já chegamos?)*

Estabelecer metas, produtos e sistemas de monitoramento que forneçam indicadores sobre o andamento dos objetivos e resultados e as necessidades de correção e mudança de rumo.

## *2. Planejando o ecoturismo em busca de sustentabilidade*

Conforme identificado no item anterior, o desenvolvimento de qualquer plano de ecoturismo, de base comunitária ou não, deve ser apoiado em atividades que resultem no conhecimento das necessidades e expectativas dos atores sociais, do efetivo potencial ecoturístico em termos atrativos, financeiros e de mercado e dos benefícios para a conservação e para as comunidades locais. Durante este processo, algumas considerações são pertinentes para qualquer tipo, nível ou interesse no desenvolvimento de planos de ecoturismo, necessárias para

se consolidar uma visão estratégica e responsável que planejadores devem adotar. Assim, as pré-condições que um plano de desenvolvimento do ecoturismo deve se comprometer a analisar cuidadosamente são detalhadas a seguir.

### a) **Refletir sobre se o ecoturismo é apropriado**

A decisão de planejar por si só já merece uma análise mais aprofundada. Deve haver motivações suficientes para se decidir pelo esforço em se estabelecer um plano para o ecoturismo. No Brasil freqüentemente tem se falado em planos ecoturísticos como alternativa econômica para as regiões em localidades relativamente remotas e com potencial atrativo. E, neste caso, as motivações são a exploração de nossa rica paisagem natural para viabilizar um desenvolvimento local responsável. Neste contexto, nem sempre as decisões de se iniciar o planejamento são motivadas por interesses e expectativas das comunidades onde se dará o ecoturismo.

O planejamento integrado, aquele em que se estabelecem diagnósticos mais amplos, envolvendo não somente as potencialidades turísticas, mas o contexto regional para desenvolvimento e conservação, permite que o planejador obtenha uma visão das circunstâncias políticas, legais, conservacionistas e de desenvolvimento em que se encontra seu objeto de planejamento. Os pré-requisitos mínimos e razoáveis para se continuar pensando em se estabelecer o ecoturismo podem ser:

- ☐ Conhecer os marcos legais e políticos que não inviabilizam o ecoturismo, ou que não impeçam o seu investimento, tais como entorno de unidades de conservação de proteção integral, locais de construção de barragens, áreas de conflito indígena etc;
- ☐ Um certo grau de salubridade, ausência de moléstias transmitidas em ambientes naturais, como cólera, malária e febre amarela, e acesso facilitado para serviços de saúde;

- ❑ Um alto grau de segurança ao visitante, principalmente com relação à criminalidade, atividades e acessos de risco, ou áreas de conflito político-social;
- ❑ Uma avaliação responsável sobre as potencialidades atrativas da região, propriedade ou UC (diversidade e quantidade de paisagens e de espécies da fauna e flora de interesse ecoturístico) suficientes para se atrair visitantes;
- ❑ Ver a oferta de atrativos naturais em que se conheça razoavelmente sua capacidade de manejo em receber fluxos de visitantes;
- ❑ A implantação estruturas organizacionais (espaços institucionais adequados e mecanismos claros) para se conhecer e integrar o nível de consciência e a visão da comunidade sobre suas expectativas em relação ao turismo, inclusive para a tomada participativa de decisões;
- ❑ Uma pré-avaliação de mercado que determine a existência de uma demanda potencial e os esforços necessários para alcançá-la;
- ❑ Um grau confiável sobre a propriedade da terra de uso ecoturístico.

## ESTUDO DE CASO

### RESERVAS EXTRATIVISTAS DE PEDRAS NEGRAS E CURRALINHO: UM EXEMPLO DE PROJETO DE ECOTURISMO EM RONDÔNIA

#### *Questão fundiária*

**D**epois de iniciado o Projeto de Ecoturismo nas Reservas Extrativistas Estaduais de Pedras Negras e Curralinho (RO), descobriu-se que a área da Reserva de Pedras Negras estava sendo requisitada pela FUNAI – Fundação Nacional do Índio, por ser provavelmente ocupada por índios isolados. Apesar de envolver diretamente a comunidade, que poderia ser retirada do local por esse motivo, os nativos e as associações civis parceiras desconheciam a intenção da FUNAI. Caso a fundação ganhasse a posse da área, o que não ocorreu, todas as benfeitorias já construídas para o projeto seriam perdidas.

O planejamento estratégico recomenda que, antes de se iniciar atividades de desenvolvimento do ecoturismo em uma região, principalmente de estruturas físicas, seja feito um amplo levantamento sobre a legislação pertinente, o uso e posse da terra, se há projetos de desenvolvimento urbano, agrícola e rural, entre outros aspectos.

Os órgãos públicos que comumente podem ter demanda ou interferir diretamente sobre o uso da propriedade são FUNAI, Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), Departamento de Estradas de Rodagem (DER) (relativo à novas estradas que podem direcionar ou modificar os acessos), o Ministério das Minas e Energia ou a ANEEL, sua agência reguladora (relativo aos planos para construção de hidrelétricas), o IBAMA (relativo a planos de novas áreas protegidas), e os governos do Estado e município, além do cartório de registros de imóveis e terras.

Uma avaliação positiva sobre estes pré-requisitos não permite afirmar que o ecoturismo é a melhor (ou única) opção, mas serve como ponto de afirmação para se pensar em continuar a desenvolver o plano de ecoturismo. Tendo em mãos esta pre-avaliação, esta pode também ser uma importante ferramenta para se comunicar com agências financiadoras, por meio de cartas de intenção, possibilitando a obtenção de um sinal verde para possíveis apoios financeiros.

**b) Verificar as vantagens potenciais para a conservação da natureza**

A conservação de habitats e paisagens é um dos princípios do ecoturismo. Mas o contexto de conservação nos destinos potenciais de ecoturismo nem sempre é favorável. Dificuldades econômicas no meio rural e ausência de políticas governamentais de apoio às atividades tradicionais no campo, entre outros fatores, tem levado as comunidades a uma sobre-exploração dos recursos naturais. Se melhorar a qualidade de vida local é objetivo de planejadores e comunitários, a visão que se espera no planejamento é a de que esta nova atividade (o ecoturismo) possa vir a ser uma ferramenta para lograr uma forma mais sustentável de se relacionar com a natureza.

Com o diagnóstico das potencialidades do ecoturismo, aliado ao diagnóstico sobre as potencialidades de outros usos econômicos na região, pode-se questionar se o ecoturismo é realmente a melhor alternativa. Assim, questões-chaves que devem ser respondidas por planejadores e lideranças comunitárias são:

- *Qual o número de beneficiários do projeto de ecoturismo?*
- *Quais as atitudes que se espera em nível local para reverter processos de degradação da natureza?*
- *E que papel o ecoturismo pode ter nas mudanças de atitudes?*
- *Quais problemas adicionais para a conservação (contrapondo-se aos seus benefícios) o ecoturismo pode trazer?*
- *Poderia outras alternativas econômicas*

*sustentáveis ter o mesmo papel ou alcançar os mesmos resultados que o ecoturismo, pelo mesmo esforço comunitário?*

Em muitas localidades rurais tem sido observada uma relação equilibrada entre comunidades e meio ambiente. A chegada do ecoturismo pode trazer uma nova visão de uso econômico da natureza, modificando hábitos e pressionando o uso dos recursos naturais. Assim, caso o ecoturismo seja a opção de desenvolvimento local, essa relação deve ser mantida, buscando-se um equilíbrio adequado.

Ao se definir claramente quem será beneficiado (a conservação da natureza, a comunidade local, os turistas etc.), as ações e estratégias para isto e os indicadores de fácil verificação para se conhecer o grau de sucesso do ecoturismo, o plano terá grandes chances de cumprir com um dos seus maiores objetivos: promover desenvolvimento local aliado à conservação da natureza.

**c) Identificar as necessidades e expectativas dos atores sociais envolvidos**

Durante o processo de planejamento, deve-se estabelecer as estratégias e técnicas para garantir a participação dos setores interessados, dosando adequadamente as suas necessidades e expectativas.

Para que o núcleo receptor seja beneficiado com o turismo os planejadores locais precisam satisfazer as necessidades dos turistas e do mercado turístico, as necessidades de proteção dos recursos naturais e culturais e as necessidades da comunidade receptora, assim como precisam estabelecer seus interesses específicos.

Os moradores locais dos destinos de ecoturismo questionam em como se beneficiar. Já os turistas esperam como conhecer a natureza por meio das atividades de lazer, porém buscando preço, conforto, segurança e qualidade nos serviços. Os governos vêem o turismo como item de exportação (principalmente em nível nacional) e gerador de

renda e riquezas (principalmente em nível regional e local). Já os ambientalistas optam pelo ecoturismo como uma oportunidade em desenvolvimento social e conservação da natureza. Os mercados e demais profissionais vêem o ecoturismo como oportunidade econômica, os sociólogos pelo seu valor sócio-cultural e até escritores, produtores e publicitários se interessam por um mercado de publicações abundantes. As universidades, seus alunos e pesquisadores desejam oportunidade para aplicar seus conhecimentos e técnicas em parcerias com governos locais e entidades sociais.

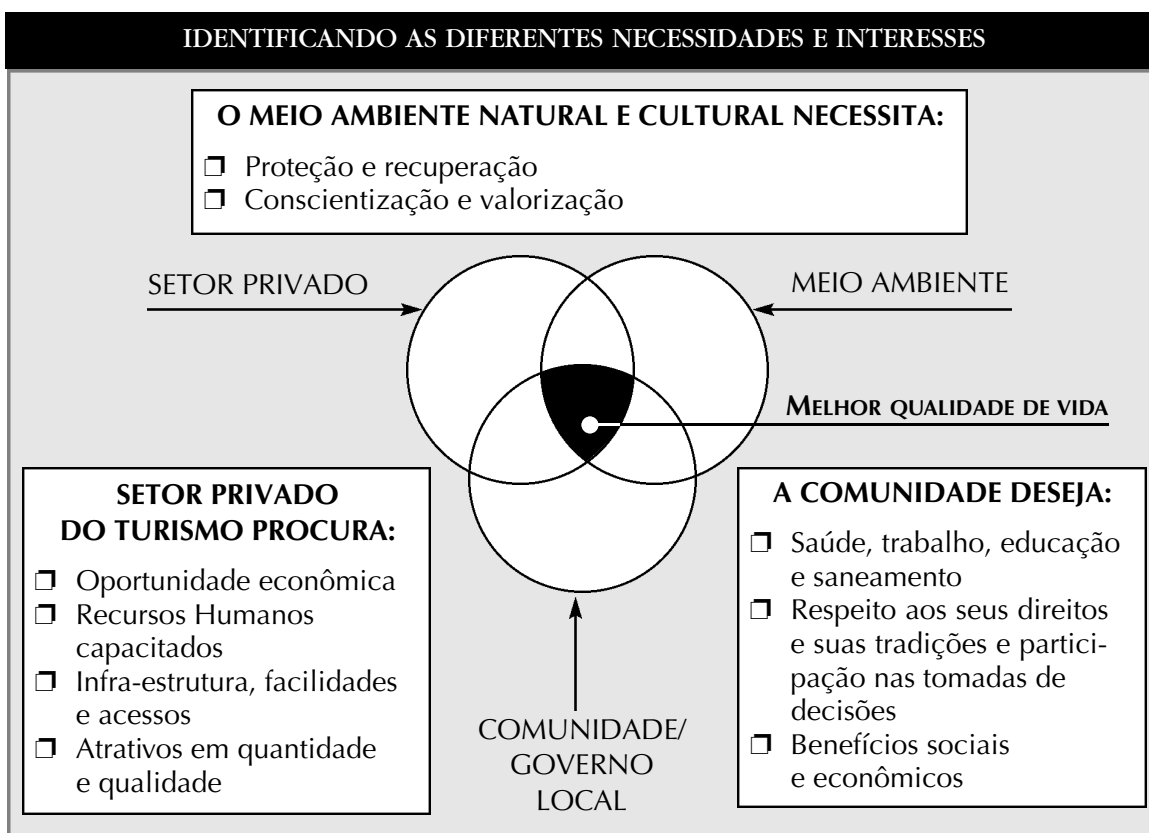
Este exercício gera uma visão de planejamento com maior amplitude, favorecendo o diagnóstico e a elaboração de planos. A Ficha 5 abaixo apresenta alguns dos interesses dos agentes sociais do turismo.

**d) Aproximar a visão de planejamento às visões das comunidades e do mercado**

Para se perceber melhor a importância e as possíveis características do planejamento do ecoturismo de base comunitária em uma determinada região, município ou área natural protegida ou não, duas abordagens merecem destaque para se ampliar a visão dos planejadores: as de mercado e as da comunidade. As Fichas 6 e 7 a seguir trazem o detalhamento de algumas visões desejáveis para planejadores.

Essas visões não são difíceis de se identificar, se o planejamento é participativo e se o método adotado basear-se num diagnóstico efetivo e amplo, onde fiquem claras as potencialidades e o papel do ecoturismo no desenvolvimento sócio-econômico local/regional. Este é talvez, o passo mais importante para se estabelecer planos adequados para o ecoturismo.

**FICHA 5**



FONTE: Adaptado de OMT - Desenvolvimento do Turismo Sustentável: manual para organizadores locais. EMBRATUR, 1994.

 FICHA 6

CONSIDERANDO AS VISÕES DAS COMUNIDADES

- ⇒ **Atentando para os conflitos culturais** – Em se tratando o ecoturismo de uma atividade com forte característica de integração cultural, muitas vezes observa-se a sobreposição das culturas urbanas contemporâneas da origem do turista e empresários turísticos sobre aquelas tradicionais e rurais. Sabe-se que outras influências econômicas e sociais também agem desta forma, e que nenhuma cultura é estática. Mas o ecoturismo desordenado ou indesejável tem o caráter de potencializar as alterações que sobrepõem valores e riquezas tradicionais locais. Desta forma, o inventário também deve considerar a pesquisa sobre valores e costumes tradicionais e históricos que precisam ser resgatados, tais como linguagem, danças, gastronomia e artesanato, maiores chances de se manter a autenticidade dos futuros produtos.
- ⇒ **Atendendo aos anseios e expectativas das comunidades envolvidas** – Diante de um possível cenário de alterações no cotidiano e na economia das comunidades pela implantação de projetos de ecoturismo, é importante conhecer o que a comunidade pensa sobre isto, sendo presente ou não a atividade. Esse conhecimento pode direcionar a escala desejada de desenvolvimento do turismo, indicar as causas de desconforto da comunidade com os problemas gerados pela visitação ou as necessidades de informação da comunidade em relação ao turismo. O descontentamento da população provoca um ambiente hostil ao turismo, diminuindo a qualidade da “atmosfera” e, portanto, podendo causar redução do fluxo de turistas.
- ⇒ **Ampliando os benefícios do desenvolvimento do ecoturismo** – Para que a comunidade obtenha vantagens econômicas do turismo, ao mesmo tempo em que proporciona maior qualidade à experiência do turista, a infra-estrutura e os serviços são planejados e criados. O levantamento daquilo que existe ou necessita ser criado em termos de infra-estrutura turística, serviços e equipamento de apoio, do montante de empregos e de produtos locais é essencial para se otimizar o benefício econômico gerado pelos visitantes, especialmente no que se refere à diversificação da economia local.
- ⇒ **Adotando uma visão de precaução** – A identificação dos impactos existentes (e possíveis) e da capacidade de carga natural e social, facilita a adoção de medidas que minimizem o prejuízo causado à natureza e à comunidade, indicando a necessidade de novas estruturas ou serviços.
- ⇒ **Observando acessibilidade como fator chave no ecoturismo** – Estradas e acessos implantados em função do ecoturismo podem ser úteis também para escoamento de produção agropecuária local. Da mesma forma, estradas causam impacto a um determinado ambiente (erosão, poluição etc.), como também aceleram o processo de ocupação desordenada nas áreas de entorno. Portanto, estradas e trilhas são necessárias, mas nem sempre desejáveis.

 FICHA 7

CONSIDERANDO AS VISÕES DO MERCADO

- ⇒ **Percebendo as potencialidades dos recursos para se atingir mercados** – As potencialidades de uma região são definidas, no caso do ecoturismo, pelos conjuntos de atrativos e localização do destino. Este último é fator decisivo na elaboração do planejamento, pois orienta uma série de investimentos em infra-estrutura. Os atrativos naturais, cul-

FICHA 7

CONSIDERANDO AS VISÕES DO MERCADO (*Continuação*)

turais e históricos determinam a atmosfera do local, e a capacidade de carga dos mesmos determina o potencial de crescimento. A presença de atrativos naturais, em maior número que os demais, determina uma vocação para o ecoturismo de caminhadas, passeios e, conseqüentemente, um público mais jovem. Se os atrativos tiverem fácil acesso, o público pode ser estendido a uma faixa etária mais elevada. Se houver diversidade de pássaros pode-se pensar em um público mais especializado – observadores de pássaros. A história da comunidade e suas atividades tradicionais são fatores importantes para a elaboração de produtos de ecoturismo, valorizando a cultura local, com grandes chances da população anfitriã passar a compreender melhor sua influência no processo de definição das características do destino. Enfim, pequenas diferenças no conjunto de recursos disponíveis modificam ou diversificam muito o público alvo potencial. Somente um processo adequado (e geralmente lento, podendo levar meses) de envolvimento dos diferentes setores da comunidade (ou das comunidades da região) associado aos resultados do inventário poderão definir claramente as potencialidades naturais, culturais e históricas da região para o ecoturismo.

- ⇒ **Identificando, atraindo e mantendo o público alvo** – Em um mundo cada vez mais competitivo e de consumidores cada vez mais exigentes, é importante conhecer a percepção de nosso cliente, o turista, em relação ao que lhe oferecemos ou vendemos. Por que o turista busca nosso produto (atrativo, hotel etc.)? O que falta em nosso município e o que podemos fazer para agradar mais o visitante? Será que ele ficou satisfeito com o que viu, experimentou, vivenciou, comprou? Qual é a sua percepção em relação ao impacto ambiental/cultural do turismo na região? O que podemos fazer para diminuir os impactos e mudar essa percepção? As respostas podem nos aproximar do que o visitante quer, melhorar nossos serviços e infra-estrutura ou mesmo mudar nosso sistema de comunicação para que o visitante já venha consciente do que vai encontrar. Ao evitar uma falsa expectativa, atraímos o turista ideal para nossos propósitos.
- ⇒ **Avaliando os acessos** – Atrativos visitados ou potenciais, visitantes habituais, prováveis mercados e principalmente a existência, qualidade e localização dos meios de transporte e dos acessos devem ser identificados e avaliados no início do processo de planejamento. Quanto maior o grau de dificuldade para se chegar a um determinado destino, maior o preço do produto, menor é o mercado e, conseqüentemente, a renda gerada.

**e. Dosar as expectativas**

O desenvolvimento do ecoturismo em uma região, propriedade ou Unidade de Conservação deve encontrar formas de coordenar o trabalho de planejamento com as expectativas da comunidade, principalmente quando se pretende compatibilizar as potencialidades econômicas com a conservação ambiental da região.

A participação da comunidade na atividade turística deve ser compatível com sua disponibilidade para o trabalho e sua habi-

lidade para o relacionamento comercial com o público. As questões a seguir indicam que alguns assuntos devem ser criteriosamente investigados nos primeiros momentos do planejamento, mais especificamente nas fases de inventário, diagnóstico e apresentação do plano.

- *A comunidade quer mudar seu ritmo de vida?*
- *Muito trabalho, estresse e maior rentabilidade, ou trabalho menos intensivo com menor rentabilidade?*

- Criação de empregos ou de micro-empresas?
- Visitantes o ano todo ou concentrados em uma determinada época?
- Visitantes passeando por locais de trabalhos comunitários ou em locais próprios somente para o turismo?
- Qual é a melhor opção para a comunidade?

Se por um lado pode-se praticar uma política de estímulo às pequenas empresas, o que fortalece as empresas familiares, por outro podem-se atrair investidores de médio porte em turismo para geração de empregos. No primeiro caso a comunidade local é fortalecida. No segundo, os moradores são transformados em simples funcionários dos empreendimentos.

Turismo de massa, turismo especializado, visitação com guias locais, trilhas autoguiadas, comida tradicional, comida natural, misticismo... Várias são as modalidades, atividades e serviços na definição de um produto, mas qual é o interesse da comunidade? O turista deve ser jovem? De terceira idade? Estudante? Famílias? Rico? Místico? Esportista? Qual será o mais adequado? Poucos turistas de alto poder aquisitivo e com resultados mais rentáveis? Ou maior quantidade de turistas de classe média para ganhos em volume de operação? A identificação do turista adequado deve ser motivada não só pelo potencial ecoturístico da região (tanto natural e cul-

tural quanto econômico), mas também pelas preferências da comunidade quanto ao público com que desejam ou concordam em se relacionar.

Estas perguntas, relativas às expectativas dos diferentes setores da comunidade, são formuladas durante o diagnóstico, a primeira etapa do planejamento. As respostas determinam o plano, e um diagnóstico equivocado ou um processo inadequado de integração da comunidade à discussão sobre o desenvolvimento do ecoturismo (além do capítulo referente ao inventário, ver capítulo *Participação Comunitária e Parcerias*) podem causar danos socioculturais irreparáveis.

Outra questão referente à dosagem de expectativas diz respeito à ansiedade que uma proposta de ecoturismo pode gerar em lideranças e na comunidade como um todo. Dizer que o ecoturismo vai chegar logo e que todos serão beneficiados ainda é prática comum entre consultores e técnicos da área, prática extremamente condenável, sabendo-se que o ecoturismo é um segmento de interesse específico e que sua viabilidade e retorno financeiro é lento. Mesmo tomando este cuidado, é sempre aconselhável deixar claro em todos os momentos do processo, das fases necessárias para a implementação do ecoturismo e que os resultados comerciais nem sempre chegam rápidos. Esta abordagem é tanto mais difícil em locais onde há sérias dificuldades em desenvolvimento econômico.

## ESTUDO DE CASO

### RESERVAS EXTRATIVISTAS DE PEDRAS NEGRAS E CURRALINHO: UM EXEMPLO DE PROJETO DE ECOTURISMO EM RONDÔNIA

#### *Expectativa e motivação*

**Q**uando se trabalha com comunidades, é muito difícil manter ou controlar a fase de motivação e um trabalho mal feito pode levar rapidamente ao desânimo e descrédito. Nas Reservas Extrativistas Estaduais de Pedras Negras e Curralinho (RO), onde as necessidades básicas são urgentes, tomou-se o cuidado de, junto



## ESTUDO DE CASO

### (Continuação)

com a comunidade, definir muito bem todas as etapas a serem cumpridas, desde o momento de apresentação do projeto.

Sempre foi dada atenção especial ao esclarecimento das dificuldades e do tempo necessário para avaliação, aprovação e liberação de recursos, que podem demorar anos. Durante o período de espera, o contato com a comunidade continuou a ser mensal ou bimestral. Algumas atividades foram realizadas, mesmo com poucos recursos, para que a organização comunitária se fortalecesse, e para que a população sentisse a seriedade do projeto e das pessoas envolvidas, evitando o desânimo. Assim, construiu-se um pomar comunitário, uma casa teste para receber os primeiros visitantes, uma operação turística demonstrativa e teve início o processo de capacitação e treinamento.

Após a inauguração da Pousada Pedras Negras, em setembro de 2001, utilizou-se das mesmas estratégias, visto que a demanda não chegou de modo satisfatório nos primeiros meses. Dependendo do esforço de marketing disponível, a comunidade tem que estar esclarecida de que a consolidação do produto dar-se-á em alguns meses e até anos. No mundo dos negócios, e dentro de padrões de investimentos normais, nenhum projeto apresenta balanço financeiro positivo antes de dois anos. No ecoturismo, produtos novos, autênticos e originais, podem ter resultados positivos mais cedo, mas isso não deve ser encarado como regra.

### 3. Planejando o ecoturismo regional e local

No Brasil, o planejamento não é uma atividade muito comum na sociedade e, principalmente, nos governos. Planejar e executar um plano são tarefas complexas, principalmente quando se procura integrar os interesses da sociedade com os poderes públicos, sejam nacionais, estaduais ou municipais, e esses às necessidades de mercado. Como afirmado anteriormente, uma proposta de desenvolvimento de um plano deve ser entendida como resultado de um estudo das diversas variáveis que compõem o cenário social, político, legal, econômico, cultural e ambiental dentro de uma perspectiva integradora, apoiada

em valores éticos. Os passos desejáveis para este processo em nível regional e local são detalhados a seguir.

#### → *Avaliando e diagnosticando a situação atual*

Tanto o planejamento em nível local como regional<sup>(5)</sup> se inicia com as ações do inventário (ver capítulo *Levantamento do Potencial Ecoturístico – Inventário*). De posse dos dados do inventário, inicia-se a interpretação e análise dos dados (diagnóstico) e a proposição de um caminho a seguir (prognóstico). O diagnóstico avalia a situação atual da região para fins do desenvolvimento do ecoturismo, esboçando a idéia básica do potencial e do perfil da região

(5) – NOTA DO EDITOR: Neste item 3 da Caixa de Ferramentas estamos considerando o termo planejamento local como aquele desenvolvido em âmbito municipal, e o termo planejamento regional para identificar planos desenvolvidos para vários municípios de uma mesma região. Neste último caso, dependendo da abrangência geográfica do plano, ele pode assumir, com adaptações, contornos de um plano estadual e até mesmo interestadual.

para a atividade e das alterações/adequações necessárias. Além disso, o diagnóstico se baseia também nas informações geradas pelas pesquisas de mercado, definidoras das oportunidades mercadológicas na oferta de produtos e roteiros de ecoturismo, assim como projeta os perfis de demanda efetivas e potenciais.

A qualidade do diagnóstico está diretamente ligada à qualidade do inventário. As informações coletadas durante o inventário são a base para as discussões que elaboram o diagnóstico. Nesta fase, o cuidadoso trabalho realizado na identificação das perguntas a serem formuladas e das informações a serem inventariadas durante o levantamento do potencial ecoturístico da região prova a sua validade.

Os diferentes setores da sociedade que participaram e/ou foram consultados durante o inventário são reunidos em um processo participativo para avaliar seus resultados e definir estratégias, por exemplo, do tipo de infra-estrutura básica e dos serviços necessários, das normas para o uso e ocupação do solo pelo turismo e de regras para construção de empreendimentos específicos, do zoneamento espacial da atividade turística, da proteção de recursos de interesse ecológico e cultural, da disponibilidade de recursos financeiros entre outros.

O diagnóstico deve ser feito com a participação da comunidade local / regional em reuniões de trabalho, principalmente com a criação de uma instância oficial para a integração dos diversos setores da sociedade, como por exemplo, o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR). Nesse momento, é imprescindível a presença dos técnicos que orientaram e facilitaram a realização do inventário, porém é preciso atenção para que eles não direcionem os debates e as tomadas de decisão. É muito comum os técnicos utilizarem dados estatísticos e referências técnicas desconhecidos para a comunidade, procurando convencê-la a assumir posturas que terá dificuldades em manter posteriormente. Mas a satisfação plena da comunidade com a atividade eco-

turística é fator determinante do sucesso de sua implementação.

Durante a fase de diagnóstico, é preciso buscar o equilíbrio entre o uso de exemplos de outras regiões e a identificação do perfil atual e desejado do ecoturismo para a região. Seja por iniciativa dos técnicos facilitadores ou por iniciativa dos participantes, é muito comum que as discussões do diagnóstico sejam orientadas pela “importação” de características de ecoturismo em uma outra localidade que os participantes tenham visitado ou que tenham informação de ser exemplo bem sucedido de ecoturismo. Assim, freqüentemente durante o diagnóstico (e planejamento) ouvem-se frases como: “Lá em Porto Seguro as cabanas nas praias fazem o maior sucesso. Por que a gente não faz o mesmo por aqui?”; ou algum prefeito dizer: “Lá no meu município tem uma cachoeira linda, será que podemos fazer turismo?”; ou então “Precisamos fazer uma represa para atrair turistas”. Essas afirmativas demonstram a falta de entendimento da atividade pela grande maioria dos administradores públicos e até mesmo por aqueles que já trabalham com o turismo há muito tempo. Porém, mais importante, se o uso de tais exemplos não for controlado e contextualizado durante as discussões, o perfil do ecoturismo na região, ou seja, o resultado do diagnóstico, pode ser equivocado, com conseqüências graves para o sucesso da atividade, seja do ponto de vista da vocação cultural e ambiental da região, seja do ponto de vista do mercado.

Como no caso do inventário, ou de qualquer outro processo participativo de caráter regional, para se realizar um bom diagnóstico é necessário realizar uma série de reuniões ou outros eventos em diferentes locais da região, para diferentes grupos da comunidade. A mesma equipe que realizou o inventário pode iniciar este trabalho, buscando envolver representantes de cada setor organizado ou área da comunidade. Mais do que um documento com objetivos e estratégias, o sucesso do plano, ou seja, sua bem sucedida implementação, depende

desde processo de elaboração coletiva na região. E, desta forma, o diagnóstico deve apresentar as seguintes respostas:

- ❑ Pontos negativos e positivos, oportunidades e ameaças (conhecida por planejadores como "análise SWOT"<sup>(6)</sup>) do desenvolvimento do ecoturismo na região, pelas perspectivas ambiental, social, cultural e econômica.
- ❑ Estimativa preliminar da capacidade de carga dos atrativos. Caso as propriedades não possuam a avaliação de sua capacidade de carga (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*), pode-se optar inicialmente por uma estimativa do número de pessoas que pode visitar a área em um dia sem prejudicar a qualidade da visita. Esta estimativa deve basear-se na experiência dos proprietários ou usuários frequentes da área (guias ou moradores locais, operadores, visitantes).
- ❑ Contraste entre a estimativa de capacidade de carga dos atrativos naturais com a oferta de leitos atuais na região.
- ❑ Quais atrativos podem ser utilizados a curto, médio e longo prazos.
- ❑ Análise da infra-estrutura e identificação de suas deficiências.
- ❑ Tipos e oportunidades de empreendimentos necessários.
- ❑ Quais os públicos preferenciais, ou seja, que tipos de visitante se deseja ou se pode atrair de acordo com as características ambientais, culturais e de infra-estrutura do local.
- ❑ Número de ocupações profissionais ou empregos.
- ❑ Vocação da comunidade.
- ❑ Tipo e nível de formação profissional dos moradores locais (tanto a formação escolar quanto a prática).

### → Estabelecendo uma base política, legal e administrativa

A partir do diagnóstico, pode-se estabelecer um processo político que objetive a criação de uma Política Regional ou Municipal de Ecoturismo, incluindo as grandes linhas de ação acima mencionadas, e estabelecendo as bases administrativas e legais para o desenvolvimento do Plano.

A partir da adoção de uma Política de Ecoturismo, o conteúdo do plano constitui-se principalmente de regras acordadas pelo grupo, das responsabilidades individuais e coletivas, e sua implementação vai depender, mais uma vez, da qualidade e da efetividade da participação e da relação entre os diferentes setores da sociedade. A realização de uma ou mais oficinas com a participação de pessoas de diversos setores da comunidade, como empresários, guias, vereadores, secretários municipais e até pessoas não ligadas ao turismo, também é uma boa estratégia para definir o modelo de ecoturismo que se pretende.

Em âmbito regional, num pólo de ecoturismo, no entorno de uma grande área protegida ou em uma bacia hidrográfica, a adoção de uma política pode ser estabelecida por meio de consórcios ou comitês intermunicipais. Como exemplo, o estabelecimento de uma política regional de uso e gestão sustentável de bacias hidrográficas, por meio de consórcios intermunicipais, com uma visão estratégica sobre todas as atividades econômicas (indústria, agricultura e serviços), servirá para que cada município adote em nível municipal uma política local harmonizada aos municípios de entorno. E na Amazônia, o Grupo Técnico de Coordenação do Ecoturismo para a Amazônia (GTC) vem há 6 anos estabelecendo políticas de ecoturismo de forma participativa pela integração de interesses de nove estados da região junto com o governo federal.

(6) – NOTA DO AUTOR: A análise SWOT – Strengths (pontos fortes), Weaknesses (pontos fracos), Opportunities (oportunidades), Threats (ameaças) é um método que parte da idéia de que deve-se avaliar e atuar estrategicamente sobre os fatores atuais (maximizar as forças e corrigir as fraquezas) e futuros (realizar as oportunidades e evitar as ameaças) que influenciam ou venham a influenciar o desenvolvimento de atividades e projetos que compõem os planos.

**EXEMPLO:****PLANEJAMENTO REGIONAL DE PÓLOS DE ECOTURISMO**

Dois programas públicos de desenvolvimento do ecoturismo, com enfoque regional, vêm se desenvolvendo no Brasil nos últimos anos. Um é conduzido pela Secretaria de Coordenação da Amazônia do Ministério do Meio Ambiente (SCA/ MMA) e outro conduzido pela Embratur, órgão do Ministério de Esportes e Turismo<sup>(7)</sup>. Há ainda um terceiro projeto, não constituído em forma de programa, desenvolvendo dois pólos de ecoturismo, conduzidos pela Secretaria de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável também do Ministério do Meio Ambiente (SDS/MMA). Apesar de adotarem, infelizmente, diferentes metodologias, os programas vêm trazendo valiosas contribuições para a definição de planos estratégicos de desenvolvimento do ecoturismo em nível regional. Segue abaixo uma breve descrição de cada programa.

**PROGRAMA PÓLOS DE ECOTURISMO – EMBRATUR / MTUR**

Desenvolvido pelo Ministério de Esportes e Turismo (MET, atual Ministério do Turismo), por intermédio do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e de sua Diretoria de Economia e Fomento, em parceria com o Instituto de Ecoturismo do Brasil (IEB), o Programa Pólos de Ecoturismo possui entre seus objetivos identificar as localidades brasileiras onde a prática do ecoturismo vem ocorrendo com sucesso e aquelas com potencial de desenvolvimento mas ainda carentes de infra-estrutura e recursos humanos capacitados. Ainda em implantação, e sem um orçamento definido, o Programa abrange todo o território brasileiro e já identificou 96 regiões ou pólos com potencial para o desenvolvimento de atividades ecoturísticas. Atualmente vem fazendo um levantamento das características, das potencialidades e das condições da infra-estrutura nos locais onde o ecoturismo se apresenta como uma nova alternativa de desenvolvimento. A implementação do Programa dar-se-á por um Comitê Gestor, onde os diferentes representantes do setor privado e não-governamental vão contribuir para consolidar os Pólos. Fazem parte do Comitê Gestor, entre outras entidades, o Instituto de Ecoturismo do Brasil, Fundação SOS Mata Atlântica, WWF-Brasil, Conselho Nacional da Reserva Biosfera da Mata Atlântica, Eco Associação para Estudos do Ambiente, Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO), Instituto para o Desenvolvimento da Economia e Indivíduo do Ambiente e da Sociedade (IDEIAS), Instituto de Hospitalidade (IH) e Brasil Connects.

**PÓLOS DE DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO NA AMAZÔNIA LEGAL - PROECOTUR - SCA / MMA**

Desenvolvido pela Secretaria de Coordenação da Amazônia (SCA) do Ministério do Meio Ambiente, por meio do Grupo Técnico de Coordenação do Ecoturismo para Amazônia (GTC Amazônia), o Programa Pólos de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (Proecotur), está sendo desenvolvido por meio da definição de nove pólos de ecoturismo, um em cada estado da Amazônia Legal - Amazonas, Acre, Amapá, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins, Maranhão e Mato Grosso. Serão implementados em cada estado por meio de diversas ações estratégicas, ações de definição e de detalhamento de um pólo, a elaboração de planos de desenvolvimento, a criação e implantação de áreas protegidas, programas de capacitação profissional, estratégias de *marketing* entre outras. O programa conta com diver-

(7) – NOTA DO EDITOR: Em 2003, o Ministério dos Esportes e Turismo foi desmembrado em dois (Ministério dos Esportes e Ministério do Turismo)

**EXEMPLOS:**

(*Continuação*)

sas parcerias, além de financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

**PÓLOS DE DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO – SDS / MMA**

Desenvolvido pela Secretaria de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável (SDS) do Ministério do Meio Ambiente, vem elaborando ações de planejamento para o desenvolvimento de pólos de ecoturismo em duas regiões brasileiras: no Delta do Parnaíba, entre Piauí e Maranhão, e no entorno do Parque Nacional da Serra dos Órgãos, na região serrana do Rio de Janeiro. No caso do Delta do Parnaíba, uma das estratégias de planejamento é o estabelecimento do Zoneamento Econômico-Ecológico permitindo-se efetuar um diagnóstico amplo dos potenciais de desenvolvimento econômico aliado à conservação ambiental. E o ecoturismo é uma das atividades potenciais identificadas.

SEÇÃO 1  
1

Em **nível municipal**<sup>(8)</sup>, uma política de ecoturismo identificará o papel e as ações dos diversos setores e instituições, propondo e regulamentando a interface entre poder público e a sociedade civil, a partir de um plano integrado e participativo. A criação de Conselhos Municipais de Turismo (COMTURs) de caráter consultivo e, mais importante, deliberativo, é um passo importante por estabelecer um foro institucionalizado e legítimo para as tomadas de decisão em nível local, desde que possua paridade em sua composição entre governo, mercado privado e setores sociais e ambientais da sociedade. Criado por decreto municipal e elevado à condição de fórum legítimo de debate do turismo, o Conselho é formado por pessoas de vários segmentos sociais. Seu caráter diversificado deve ser um motivador ao senso comum.

O Consórcio Intermunicipal ou Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), ou o grupo formado com representação diversificada de setores da comunidade, deve debater o turismo de maneira a dar continuidade ao processo de planejamento,

definindo a “missão” que deverá desempenhar o ecoturismo no município ou na região. O Conselho ou o grupo de trabalho é a instância onde o planejamento pode ser monitorado da melhor forma possível, é um instrumento institucional que permite a participação da comunidade nas decisões de desenvolvimento do ecoturismo.

Ainda pensando-se em âmbito municipal a regulamentação pode ser definida por meio de um plano diretor amplo, que integre o desenvolvimento urbano e rural, observando os limites para o uso e ocupação do solo pelas diferentes aptidões econômicas locais, a definição de espaços especialmente protegidos (sítios naturais, históricos e culturais) e até especificando a limitação das estruturas dos equipamentos turísticos e de lazer, tais como a escala dos empreendimentos, altura das edificações, áreas verdes e jardins etc., definição de padrões arquitetônicos e tecnologias para os empreendimentos na área rural e outras normas. Esse controle é de fundamental importância, pois tem-se verificado nos pólos de ecoturismo uma invasão de

(8) – NOTA DO AUTOR: Uma política do turismo em nível local, com base legal ampla, reguladora e fomentadora foi motivo de estudo de consultoria por parte do Programa de Turismo e Meio Ambiente do **WWF-Brasil**, que gerou uma publicação a ser lançada em 2003: *Turismo Responsável: Manual para Políticas Locais*, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

empresários de outras localidades, detentores de maiores recursos financeiros, maior entendimento da atividade ecoturística e menor compromisso com o desenvolvimento local sustentado. Isto gera um tipo de turismo que centraliza os benefícios econômicos ou que ocupa os melhores espaços comerciais, ou mesmo espaços tradicionais da comunidade, expulsando-a para a periferia das cidades e ainda impedindo estas comunidades de usufruir de sítios atrativos, antes de gozo comum.

→ *Estabelecendo o prognóstico*

Uma vez definido o grupo responsável pela elaboração do Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo (local ou regional), a primeira responsabilidade do grupo

formado é estabelecer o chamado prognóstico, ou diagnóstico futuro, definindo um cenário desejável em função da situação diagnosticada, e onde já começam a ficar claros os desafios e as estratégias para se realizar as idéias geradas pelo diagnóstico. A pergunta que deve ser feita na etapa do prognóstico é: “Aonde queremos chegar?” e a resposta, na forma de um Plano, será uma resultante das potencialidades e das expectativas compatibilizadas com as perspectivas do mercado. Expectativas, potencialidades e mercado são as “chaves” do prognóstico para o desenvolvimento do ecoturismo em um município ou região. No entanto, nem todas as cidades ou regiões têm a obrigação de optar pelo ecoturismo como atividade econômica, e o diagnóstico deve ser capaz de identificar isto.

## ESTUDO DE CASO

### VALE DO RIBEIRA, SP – CONSELHO CONSULTIVO E PLANO ESTRATÉGICO REGIONAL

**A** região do Vale do Ribeira contém as maiores áreas contínuas dos remanescentes de Mata Atlântica do Brasil, sendo de grande importância para a conservação desse bioma. Trata-se de uma das áreas piloto da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica, que abrange 29 milhões de hectares em 14 Estados brasileiros, e área reconhecida pela UNESCO como Sítio do Patrimônio Natural da Humanidade. Localizada na região mais pobre do Estado de São Paulo, a região vive permanentemente os conflitos que envolvem a conservação do meio ambiente e o desenvolvimento. Próxima a algumas horas de um dos maiores centros urbanos do mundo, a cidade de São Paulo, o Alto Vale do Ribeira possui grande potencial para a implantação de um turismo planejado, sustentável e que seja uma alternativa econômica concreta para as populações.

O ecoturismo já vem sendo discutido com as populações do Vale do Ribeira como uma alternativa para um modelo de desenvolvimento que melhore as suas condições de vida e promova a conservação deste importante patrimônio natural. O WWF-Brasil, em parceria com o Vitae Civiles, observando que haviam diversas iniciativas em turismo e meio ambiente na região, mas que elas não estavam integradas por um plano regional, desenharam um projeto que objetiva, entre outras atividades de conservação da Mata Atlântica, apoiar iniciativas ligadas ao fortalecimento do ecoturismo na região.

## ESTUDO DE CASO

**(Continuação)**

Dividido em 3 componentes, o projeto prevê:

1. Apoiar o desenvolvimento de um Plano Estratégico Regional de Ecoturismo;
2. Apoiar a consolidação das Áreas Protegidas da região;
3. Promover a criação de RPPN no entorno das Unidades de Conservação

Mais voltado para o planejamento do ecoturismo, o componente 1 teve como estratégias fazer a) o mapeamento de atores e ações em ecoturismo no Vale do Ribeira, b) promover um diagnóstico amplo da atividade na região, c) elaborar uma visão de futuro comum para os diversos temas que envolvem o ecoturismo e d) elaborar o plano estratégico de desenvolvimento da atividade.

O Mapeamento de Atores Sociais e de Ações em ecoturismo identificou as entidades públicas e privadas que já promovem trabalhos de ecoturismo na região formando um cadastro. O cadastro foi dividido, para efeito de melhor noção de representatividade, em instituições governamentais que teve a participação de Prefeituras, Secretarias e Conselhos Municipais de turismo, Instituto de Terras, Escritório Regional do SEBRAE e gerências dos Parques Estaduais, entre outros. Pelo setor privado participaram agências de viagens e turismo, pousada e hotéis, restaurantes, revistas regionais além de proprietários rurais. Por parte das associações e ONGs participaram as Associações de Monitores Ambientais, Associação de Moradores e de Bairros, Associação de Produtores Rurais e associações Quilombolas. Além disso, participaram instituições de ensino e pesquisa como universidades e escolas locais.

As entidades foram convidadas para compor um Grupo Consultivo, que tem o papel de sugerir estratégias e diretrizes para a melhor realização do projeto, além de ser o verdadeiro autor do futuro Plano Estratégico. Não se esperava que o aceite fosse imediato, porém conforme as reuniões se desenvolviam, mais entidades foram aderindo ao Grupo. Foram desenvolvidas oficinas participativas para complementar o cadastro de entidades e desenvolver o mapeamento de atores sociais, uma espécie de “quem é quem” no ecoturismo da região, e o que cada um vem desenvolvendo dentro de temáticas pré-estabelecidas. O quadro a seguir mostra o mapeamento resumido em formato de matriz. Cabe ressaltar que além das informações abaixo, o mapeamento pode buscar e detalhar outras informações como por exemplo, a missão da entidade, seus pontos fortes e fracos em sua área de atuação etc.

Na Tabela da página seguinte, cada entidade é representada por um símbolo, de forma a se identificar as parcerias em cada área de atuação.

Após o mapeamento, foi possível identificar lacunas de trabalhos em áreas estratégicas do turismo na região como, por exemplo, a inexistência de uma estratégia de comercialização do produto turístico instalado e a necessidade de educação ambiental com escolas e a população local. Foi possível também que as entidades visualizassem parcerias de fácil alcance, o que de fato veio a ocorrer.

Com o mapeamento e as parcerias atuais e potenciais identificadas, passou-se para a fase de construção do plano, cuja primeira etapa foi a coleta de documentos institucionais, diagnósticos, informativos, revistas locais regionais, teses e dissertações, inventários disponíveis, além de diversas visitas de campo nos municípios de interesse.

## ESTUDO DE CASO

(Continuação)

**GRUPO CONSULTIVO**  
**IDENTIFICAÇÃO DOS ATORES SOCIAIS EM ECOTURISMO NO VALE DA REIBEIRA,**  
**SUAS ATIVIDADES E PARCERIAS**

INSTITUIÇÃO	TIPOS DE AÇÃO	CATEGORIA	CAPACITAÇÃO	PESQUISA	DIVULGAÇÃO	POÍTICO- INSTITUCIONAL	FINANCIAMENTO	INFRA- ESTRUTURA	PRODUTOS	UC
Agenda de Ecoturismo/ Cepam/IEA	■	OG	▲	▲		□		□ □		▲
Diretor PETAR	□	OG								▲
IBAMA	□	OG						○	○	
Sebrae	■	OG	□	◐	□		□	□		
Prefeitura Itaóca	●	OG				□				
COMTUR Apiaí	●	OSC				□				□
AMAIR	●	OSC	▲					◆	□	□
AGUA	○	OSC	▲	◐		◆	◆			
SUTACO	□	OSC	■							□
ING ONG	▲	ONG	□	▲		■			□	
GAIA	◓	ONG	▲			■			▲	
WWF/Brasil	□	ONG		▲			◆			
Vitae Civilis	◆	ONG	■		□	□	□			
Revista Valetur	◇	PRIV			◆	◆				
Ambiental Expedições	□	PRIV			□	□			□	
Universidades	◐	OG/PRIV		□						
Fundesvar	□	OG				■		□		
Embratur	●	OG					■			

FONTE: Vitae Civiles e WWF-Brasil. Relatório do Projeto "Apoio a conservação da Mata Atlântica no corredor ecológico da Serra de Paranapiacaba, Estado de São Paulo/Brasil"

**LEGENDA:** ONG – organização não governamental;  
 OSC – organização da sociedade civil;  
 OG – organização governamental;  
 PRIV – empresas privadas; Símbolos – parcerias entre instituições.

Para efeito de demonstração e modelo, esta tabela retirou os nomes de algumas organizações identificadas.

A base do Plano é um diagnóstico da infra-estrutura e serviços, da comercialização do produto turístico, do perfil da demanda e dos atrativos existentes nos municípios da região. Em função de já haver um inventário, realizado em 1998, porém incompleto e desatualizado, optou-se pela sua retomada, em parceria com a Agenda de Ecoturismo do Vale do Ribeira e associações de monitores ambientais da região. Para o diagnóstico (análise crítica dos dados levantados), foi contratado um consultor especializado.



## ESTUDO DE CASO

### (Continuação)

A partir do diagnóstico, foi planejada uma oficina de 2 dias para se estabelecer a análise dos pontos fortes e fracos e das oportunidades e riscos para a implantação do ecoturismo na região para cada tema de interesse (os mesmos temas definidos na matriz de mapeamento dos atores). Com esta análise foi possível estabelecer os objetivos estratégicos para cada área temática, detalhando os projetos, ações, responsabilidades e parcerias, indicadores, orçamento, fonte de recursos, monitoramento etc

Por fim, para otimizar o trabalho de comunicação, e para estimular o debate, foi criado um fórum eletrônico de discussão. Foi previsto ainda, a elaboração de um boletim para a divulgação do fórum e da elaboração e distribuição de material de divulgação do Projeto. Todo o resultado dos trabalhos estará disponível em livro, e outros formatos adequados para o público amplo, além de estar previsto a elaboração e manutenção de páginas na Internet e localizados em *sites* do VC e WWF, entre outros.

### → Elaborando o Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Local / Regional

O primeiro passo para se elaborar o Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo é o estabelecimento de sua missão. A missão é o cenário que a comunidade deseja cons-

truir, um cenário ideal, onde todas as necessidades e desejos são atendidos. Sem ser demasiado específica, a missão deve no entanto expressar a escolha da comunidade em termos de qualidade social e ambiental que o ecoturismo pode trazer.

### MISSÃO DO PLANO DE ECOTURISMO DE UM MUNICÍPIO OU REGIÃO

#### EXEMPLO:

Características desejáveis para se estabelecer uma "Missão"

- É o norte de orientação do Plano.
- As palavras têm que ser objetivas e diretas.
- O caráter da missão é atemporal, ou seja, a missão não possui prazo de implementação.
- Serve sempre como a orientação maior para empresas, funcionários, fornecedores e políticos locais

Exemplo:

Missão ⇒ **“Consolidar o ecoturismo como atividade econômica rentável, valorizando nossa cultura e nossa natureza e satisfazendo as necessidades da comunidade e dos visitantes, por meio de produtos e serviços de qualidade e de responsabilidade sócio-ambiental.”**

Definida a missão ou o que se pretende com a atividade ecoturística, o passo seguinte será detalhar de que forma a missão será buscada, por meio de objetivos

gerais, objetivos específicos, metas e atividades. Para o objetivo geral, elaboram-se objetivos específicos. Para cada objetivo específico requer-se metas e, para cada meta,

diversas atividades.

Os objetivos devem atender aos princípios do ecoturismo, ao mesmo tempo em que são descritos dentro do cenário desejado e almejado. Dividem-se em objetivos gerais – aqueles que abordam de forma global o interesse do plano – e objetivos específicos – que definem resultados intermediários que conjuntamente respondem

aos objetivos gerais dentro das características da região. É então necessário definir as metas a serem cumpridas para que os objetivos específicos possam ser alcançados. As metas devem ser mensuradas e datadas, e definidas as responsabilidades por seu cumprimento (indivíduos, instituições, empresas ou grupos comunitários que estejam presentes na elaboração do Plano).

**EXEMPLOS:****OBJETIVOS, METAS E ATIVIDADES**

Características desejáveis para se estabelecer "**OBJETIVOS**":

- Os objetivos ajudam a definir o que se pretende alcançar.
- Refletem a afirmação da missão.
- Refletem coletivamente a direção aceita para a região ou município.
- Podem variar, e geralmente variam, de uma região para outra.
- São definidos dentro do prazo de implementação do ecoturismo como Plano (partindo do princípio que eventualmente a atividade, se bem sucedida, passará a integrar a rotina de vida da comunidade).

Para o ecoturismo de base comunitária os objetivos devem contemplar:

- Preservação de modos de vida sustentáveis e valores locais.
- Conquista de benefícios econômicos, sociais e ambientais.
- Proteção do meio ambiente.

Exemplos:

**Objetivo geral** ▷ “Desenvolver produtos e roteiros de ecoturismo geridos por pequenos e médios empresários do local / região.”

**Objetivo específico (1)** ▷ “Buscar ou criar uma linha de crédito para implantação de pequenos estabelecimentos de operação, hospedagem e alimentação para o ecoturismo.”

**Objetivo específico (2)** ▷ “Apoiar tecnicamente pequenos estabelecimentos de operação, hospedagem e alimentação para o ecoturismo na obtenção de créditos.”

Características desejáveis para se estabelecer "**METAS**":

- As metas são os resultados necessários para atingir os objetivos.
- São quantificadas e qualificadas de forma a permitir sua verificação.
- Possuem prazos para seu cumprimento que são no máximo iguais aos prazos dos objetivos específicos.

Exemplos:

**Meta (1.1)** ▷ “Criar um fundo municipal / regional, controlado pela sociedade, para disponibilizar micro-créditos para estabelecimento ou fortalecimento de pequenos negócios de ecoturismo, até março de 2000, pela Secretaria Municipal de Turismo em parceria com o Estado e agências governamentais e bancos de financiamentos.”

EXEMPLOS:

OBJETIVOS, METAS E ATIVIDADES

(*Continuação*)

**Meta (2.1)** ▷ “Dar suporte técnico e viabilizar o crédito para a implantação, aquisição de equipamentos e/ou reforma de 02 operadoras de receptivo, 10 pousadas e 2 restaurantes na região da Lapinha, entre março de 2000 a setembro de 2001 pela Secretaria Municipal de Turismo.”

Características desejáveis para se estabelecer "ATIVIDADES":

- ❑ São as ações específicas que serão tomadas para atingir as metas.
- ❑ São bastante objetivas, com prazos menores do que os das metas, e identificação dos responsáveis, preferencialmente seu nome ou a função que ocupam.
- ❑ Geralmente apresentam-se como uma seqüência de ações necessárias para atingir cada meta.

Exemplos:

**Atividade (1.1.1)** ▷ Firmar contrato com governo estadual para uso do Fundo 'XYZ' como linha de crédito para pequenos empreendimentos locais voltados para o ecoturismo – até março de 2000 – Secretário Municipal de Turismo.

**Atividade (2.1.1)** ▷ Elaborar os critérios e termos para concessão de crédito – Até Junho de 2000 – Dois membros do COMTUR (buscar auxílio técnico especializado, caso necessário).

Para mais detalhes sobre a elaboração de objetivos, metas e atividades, consultar o capítulo *Participação Comunitária e Parcerias* e a bibliografia sugerida.

Definidos os parâmetros do Plano – missão, objetivos gerais, objetivos específicos e metas – estão constituídos os elementos centrais (a coluna vertebral) do Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo. Com base nesses parâmetros é elaborado o roteiro, ou plano de ação, composto pelas atividades necessárias – assim como prazos, recursos e responsáveis – para se atingir as metas. O plano de ação responderá a pergunta “Como chegaremos lá?”.

➔ *Priorizando objetivos*

Um Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Local ou Regional pode, eventualmente, conter um ou mais objetivos gerais, dependendo da complexidade da área de abrangência e da complexidade da própria missão e dos objetivos do Plano. Em alguns casos, o objetivo geral pode ser a própria missão. Em outros a missão é

demasiada complexa para se elaborar planos de ação sob um único objetivo geral. Assim, a partir da missão estabelecida, define-se diferentes objetivos gerais, cada um com objetivos específicos e metas diferenciadas entre si.

Partindo-se desta visão, pode-se estabelecer Programas dentro do Plano. Cada programa vai possuir seus objetivos (geral e específicos, metas e atividades). Os prazos, os responsáveis e os recursos necessários podem ser diferentes em cada programa. E ainda, se o Plano for demasiadamente complexo, a sua divisão em Programas pode facilitar a captação de recursos por diferentes fontes de financiamento.

Sabendo-se que o ideal é que o plano seja implementado de forma integrada, contemplando todos os objetivos e programas, caso seja necessário sua implementação de acordo com os limites de recursos, um método de priorização deve ser desenvolvi-

do. É necessário uma criteriosa avaliação para se decidir se os diferentes programas serão implantados conjuntamente ou separadamente, influenciando nesta decisão a priori-

dade estabelecida pela comunidade ou a disponibilidade de recursos para os diferentes programas. Abaixo, segue um exemplo.

EXEMPLO: PRIORIZANDO OBJETIVOS		CURTO PRAZO	MÉDIO PRAZO	LONGO PRAZO
OBJETIVOS				
• <b>Gerar e manter renda</b> por meio do desenvolvimento de produtos e roteiros de ecoturismo geridos por pequenos e médios empresários do local / região		3	2	1
• <b>Proteger e manter a qualidade dos recursos naturais</b> motivos de interesse turístico		3	3	3
• <b>Ampliar a arrecadação de impostos municipais</b>		1	2	3

Escalas de Prioridades: 0 = ausente; 1 = mínima; 2 = média; 3 = máxima

FONTE: Adaptado de IGNARRA, s.d

## ESTUDO DE CASO

### PROJETO SILVES, AM – FASE 3 – CARAVANA MERGULHÃO

*Um modelo de Participação, Integração,  
Planejamento e Re-Planejamento*

**E**m Silves, Amazonas, após as duas primeiras fases (1994 a 1999) de planejamento e implementação (veja a apresentação do Projeto Silves na Introdução) a comunidade assumiu o controle total do projeto. Ao longo do período de 2000 à 2002, e após diagnosticar a necessidade de ajustes para se atingir os objetivos e as metas iniciais, a Associação de Silves pela Preservação Ambiental e Cultural (ASPAC), optou por um processo de re-planejamento, com o estabelecimento de novos, e mais amplos, objetivos e metas de conservação e uso sustentável dos recursos da várzea.

O novo planejamento identificou como objetivo principal a implantação e consolidação de um plano de desenvolvimento e conservação da várzea, por meio de diferentes programas de intervenção, aliado a um processo organizado de envolvimento e participação comunitária (veja o diagrama abaixo).

O método identificado para este novo processo foi a Caravana Mergulhão, projeto de Educação Ambiental organizado pelo WWF-Brasil e ASPAC em 2000. As novas Caravanas Mergulhão consistem de equipes multi-disciplinares e multi-temáticas, compostas principalmente pelos próprios comunitários, que percorrem as comunidades em barcos equipados com materiais educativos e técnicos, para atuar com educação ambiental e assistência técnica, buscando um maior envolvimento comunitário. Este envolvimento visa a atuação coletiva sobre diversos temas de interesse local – gestão de lagos (zoneamento, acordos de pesca), controle da pesca (comunitária, comercial e esportiva),

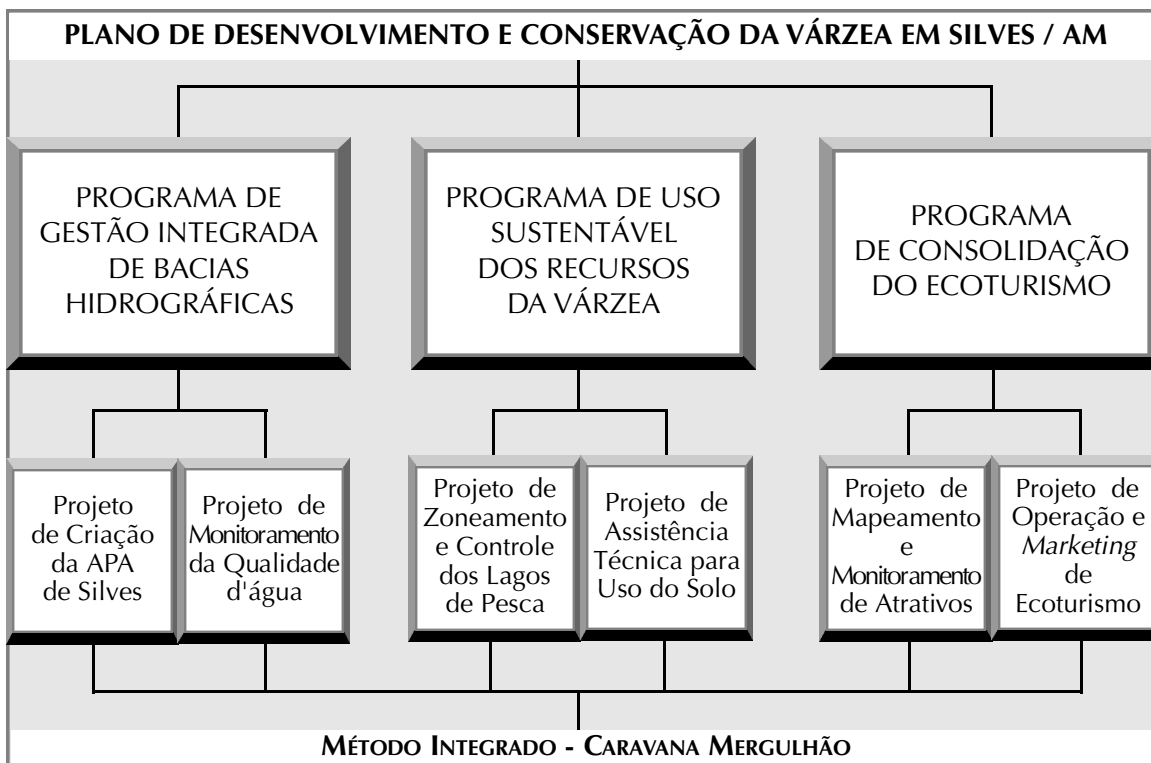
## ESTUDO DE CASO

### (Continuação)

qualidade d'água (monitoramento), agricultura e pecuária (técnicas de uso e permacultura); turismo (identificação, implantação e monitoramento de atrativos e paisagens de uso turístico), lixo (geração e disposição) entre outros.

Após uma etapa de planejamento e diagnósticos participativos com representantes e lideranças de 10 comunidades locais, foram delimitados os principais problemas das comunidades em cada um dos temas centrais. Os próprios comunitários indicaram o cenário futuro desejado para suas comunidades, as formas como a Caravana (o método) irá intervir, ressaltando que as atividades (palestras, oficinas, apoios técnicos, jogos e artes para os públicos adulto e infanto-juvenil) deverão compor um processo integrado de busca de soluções. As caravanas percorrerão o entorno da Ilha de Silves e do Lago Canaçari aos fins-de-semana durante 7 meses.

Por meio deste método, o qual adquire o formato e a intensidade de uma campanha que pode ser idealizada para qualquer tipo de ambiente e de situação, são contemplados projetos em todos os programas, ao longo de determinado tempo, facilitando a execução do plano. Para monitorar as Caravanas foram elaborados formulários simplificados estabelecendo quais as necessidades, atividades, custos, responsáveis, agenda de tarefas futuras, resultados alcançados e demais itens para o sucesso da proposta. No caso do turismo, o método utilizado para apoio técnico é o constante deste Manual. Avaliações serão feitas ao final de cada rodada de caravanas (1 mês e meio), identificando e corrigindo eventuais lacunas e falhas do método. Todos os resultados serão compilados em um estudo demonstrativo, para ampla disseminação.



→ *Áreas mínimas a serem contempladas no plano de ações*

Abaixo são apresentados de forma resumida algumas atividades estratégicas que devem compor o plano de ações do Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Regional.

**a) Definição do zoneamento, da infra-estrutura urbana e rural e serviços necessários:**

- Definição do zoneamento de uso e ocupação do solo, incluindo o mapeamento das áreas de conservação (áreas protegidas legalmente, reserva legal e áreas de proteção permanente)
- Quantificação das necessidades de infra-estrutura de acesso, iluminação, saneamento, energia, comunicação, segurança e saúde, baseadas nos resultados do diagnóstico.
- Definição das necessidades e tipologias das estruturas, dos equipamentos e instalações e suas características especiais e serviços para atender ao público definido no diagnóstico.

**b) Zoneamento dos atrativos e infra-estrutura de apoio turístico:**

- Definição das áreas de uso interdito (intangível), restrito, extensivo, intensivo e outras de acordo com o diagnóstico ambiental.
- Mapeamento e hierarquização dos atrativos de acordo com o prazo para seu desenvolvimento.
- Definição da localização dos equipamentos necessários aos atrativos (estacionamento, acessos etc.)

**c) Desenvolvimento do produto ecoturístico regional e a interação com outras atividades da comunidade:**

- Definição da identidade visual e arquitetônica do pólo e dos produtos.
- Definição do público ou dos públicos potenciais.

- Elaboração de roteiros e pacotes turísticos.
- Estabelecimento de uma política de preços.
- Definição das necessidades de sistemas de sinalização turística (educativas e de orientação).
- Integração de outros setores econômicos (produção agrícola, construção civil e marcenaria, produção de suvenires, confecções e artesanato etc).

**d) Estratégia de marketing local / regional:**

- Identificação do mercado consumidor.
- Estabelecimento de uma estratégia de divulgação, buscando objetividade na atração do público potencial, dentro de uma política de associar a divulgação institucional (feita pelo Poder Público) à divulgação comercial (feita pela iniciativa privada).
- Definição de uma identidade visual para a área de abrangência do ecoturismo, compatibilizando logomarca, folhetos, sinalização, vídeos etc..
- Elaboração de um calendário de promoções e eventos que possam potencializar a publicidade e estruturar o *marketing*, atuando com estratégias específicas em cada época do ano, dentro da perspectiva de sazonalidade do turismo.

→ *Estratégia de implantação do Plano de Ações*

A estratégia de implantação é a última etapa da elaboração do Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Regional ou Local, onde as ações são organizadas de maneira cronológica (ações organizadas ao longo do tempo). Além do cronograma físico (por exemplo, atividades por mês), deve-se avaliar e definir um cronograma financeiro, onde insere-se os custos da implantação do plano, ordenados por atividades, permitindo-se observar, de maneira coerente, a necessidade de captação de recursos.

Na implantação do plano de ecoturismo em nível local ou regional, duas abordagens

merecem destaque para garantir o desenvolvimento equilibrado e a viabilidade econômica e social – a capacitação da comunidade e a obtenção e uso de recursos financeiros. No primeiro caso, os moradores da localidade ou da região necessitam de treinamento e capacitação tanto para participar ativamente do processo de planejamento (como, por exemplo, no inventário participativo) como para atender à demanda de mercado (ver capítulo *Programa de Capacitação Comunitária*). Para gerar renda de forma mais equilibrada, mais importante que a atração de empresas de fora da região será a criação de empresas por empreendedores locais, que devem ser estimuladas por prefeitos e vereadores. Normas legais diferenciadas de incentivo ao empreendedorismo para os atores locais, aliadas às parcerias estratégicas, por exemplo, com o SEBRAE, permitirão melhor competitividade do mercado, ao oferecer incentivos e isenções fiscais aos pequenos empresários da própria comunidade e treinamentos específicos para diversas ocupações que direta ou indiretamente o turismo exige.

A busca de fontes de financiamento e investimento é outro gargalo com que se deparam prefeitos e entidades na busca de se viabilizar seus planos locais e regionais. Os projetos de caráter comunitário e que atendem aos princípios do ecoturismo têm conseguido recursos de fontes governamentais – nacionais ou bilaterais (como Banco Mundial, Banco Interamericano de Desenvolvimento, GEF, PPG7 etc.) –, ou não governamentais com maior facilidade do que projetos convencionais. Não cabe a este Manual detalhar todas as possibilidades na busca por financiamentos de projetos, mas apenas algumas considerações que ilustram caminhos alternativos.<sup>(9)</sup> Diversos programas públicos, em nível federal e estadual, de planejamento, ordenamento e fomento ao turismo vêm se desenvolvendo e cabe ao planejador identificar e procurar inserir sua região como parte destes programas (ver item 4 da *Introdução*

*Conceitual* e o exemplo do item 3 da *Caixa de Ferramentas* deste capítulo).

No caso do **planejamento regional**, ao se adotar a unidade de bacias hidrográficas para a gestão ampla dos recursos naturais, como vem ocorrendo por diversas iniciativas financiadas pela Agência Nacional de Águas (ANA), pode-se aproveitar deste investimento para se implantar algumas estratégias do plano de ecoturismo o qual, por ser integrado, tem objetivos comuns em termos de gestão dos recursos naturais. Essa adoção de uma visão de planejamento integrado, que vem sendo implantado nos Comitês de Bacias, só tende a favorecer a implantação do ecoturismo em nível regional.

Outra estratégia alternativa é observar os mecanismos de compensação ambiental pela implantação de grandes obras de infraestrutura, os quais têm também gerado recursos significativos para projetos integrados de manejo dos recursos. Por exemplo, ao passar por vasta área de influência do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (GO), a implantação do linhão de distribuição de energia da Usina Hidrelétrica de Serra da Mesa vai gerar recursos financeiros de compensação ambiental que serão revertidos para iniciativas locais que contribuem para a consolidação do Parque e seu entorno, incluindo atividades de educação ambiental e ecoturismo. E recursos de compensação ambiental serão destinados ao Parque Nacional da Tijuca (RJ), simplesmente pela existência de antenas de rádio e TV que se instalaram em sua área montanhosa.

Em **nível local**, a busca por investimentos não é menos árdua. Mas a criação de um Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), com o estabelecimento de taxas para licenças de implantação de empreendimentos, atividades e serviços turísticos, acordadas com o mercado, pode subsidiar a implantação de itens importantes do plano, como por exemplo uma estratégia comum de promoção turística, ou mesmo financiar atividades básicas locais, como a coleta e

(9) – NOTA DO EDITOR: Ver ítem Riscos e Recomendações no final deste capítulo.

destinação do lixo, a sinalização turística, cursos de guias, segurança pública etc.

Por fim, os investimentos financeiros devem nortear-se por princípios sustentáveis, determinados por contabilidade ambiental e econômica e sua relação com

os impactos socioculturais. Esses investimentos devem resultar no benefício à população local, seja ela tradicional ou migrante, e orientar as possibilidades de crescimento segundo a capacidade de suporte ambiental e cultural.

## ESTUDO DE CASO

### RESERVAS EXTRATIVISTAS

#### DE PEDRAS NEGRAS E CURRALINHO:

#### UM EXEMPLO DE PROJETO DE ECOTURISMO EM RONDÔNIA

##### *Captação de recursos*

O Projeto de Ecoturismo nas Reservas Extrativistas Estaduais de Pedras Negras e Curralinho (RO) teve sua proposta de trabalho, integral ou em partes, encaminhada para várias agências financiadoras nos últimos dois anos, tendo tido relativo sucesso na aprovação de algumas delas. Cada agência possui um perfil diferente de financiamento, principalmente no que diz respeito a salários e equipamentos permanentes, que algumas não permitem incluir.

Deve-se ficar atento para o fato de que muitas dessas entidades não consideram o ecoturismo uma atividade extrativista, conservacionista ou produtiva, diminuindo o potencial de arrecadação de recursos nessas fontes. Como estratégia, o pedido de recursos para o ecoturismo pode vir a ser parte de um proposta maior de conservação, facilitando o entendimento de órgãos financiadores de projetos ambientais, sobre o ecoturismo como instrumento de conservação.

Assim, antes de iniciar o processo de elaboração e encaminhamento de proposta, é importante avaliar o histórico e o momento da entidade à qual o apoio está sendo solicitado, principalmente se for governamental. Em Rondônia, apesar da proposta ter sido aprovada e de haver um convênio, o repasse de recursos tardou quase dois anos, em virtude de mudanças político-governamentais.

Deve-se considerar também as dificuldades já reconhecidas para esse tipo de processo, tais como a demora para avaliação, aprovação e liberação do recursos.

#### → *Monitoramento, avaliação e continuidade do planejamento*

O planejamento deve ser visto como processo que dura tanto quanto a atividade que ele visa desenvolver. Ou seja, o planejamento não acaba quando o Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Regional é devidamente aprovado pelos diferentes setores da comunidade e implementado pelo

plano de ações. O monitoramento da implementação do Plano – ou seja, o acompanhamento da realização das atividades de acordo com seus prazos –, a avaliação periódica da efetividade das atividades para alcançar as metas e objetivos, e a adequação do plano de ações de acordo com os resultados da avaliação – muitas vezes chamada de re-planejamento –, são partes do processo que chamamos de planejamento. A con-



tinuidade do processo de planejamento é de responsabilidade do mesmo grupo que o iniciou, daí a preferência pela criação do COMTUR. Os capítulos de *Participação Comunitária e Parcerias* e *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação* oferecem sugestões para a elaboração e implementação de um sistema de monitoramento, avaliação e re-planejamento.

A base do planejamento em ecoturismo é a participação dos diferentes setores e grupos da comunidade dentro de uma estratégia que divide responsabilidades entre os interessados. O planejamento participativo é feito a partir do entendimento de que a comunidade, ou parte expressiva da comunidade, deseja empreender o ecoturismo na região e deter controle de parte considerável de seu desenvolvimento. Esse entendimento é desenvolvido ao longo do processo de envolvimento da comunidade (capítulo *Participação Comunitária e Parcerias*) e de realização do inventário e diagnóstico do potencial ecoturístico.

Porém, como em qualquer sociedade, dificilmente haverá consenso entre todos os setores e grupos, ou mesmo internamente em um setor ou grupo, sobre a atividade do ecoturismo como um todo ou sobre aspectos específicos da atividade na região. Quantas pessoas constituem “parte expressiva da comunidade”? Não há resposta clara a esta pergunta. É necessário que o COMTUR, ou grupo de trabalho, ou equipe técnica facilitadora, ou todos esses grupos estejam atentos às reações e questionamentos dos participantes em cada evento, seja como indivíduos ou como representantes de diferentes setores ou áreas da comunidade. Um bom termômetro do nível de comprometimento da comunidade com o desenvolvimento do ecoturismo é a distribuição de responsabilidades no Plano de Desenvolvimento do Ecoturismo Regional. Naturalmente, melhor termômetro é a efetiva participação na subsequente implementação do Plano.

#### 4. Planejando o ecoturismo em áreas protegidas ou propriedade rural particular

Unidades de conservação (UCs) e propriedades particulares com atrativos naturais e culturais são o patrimônio indispensável para o desenvolvimento do ecoturismo. Sem a sua existência ou sem o seu adequado desenvolvimento, não há ecoturismo (mesmo que haja turismo). É neste âmbito que o princípio da conservação deve estar sempre à frente das atividades de desenvolvimento do ecoturismo, prevalecendo sobre interesses ou necessidades empresariais.

Diversos capítulos do Manual orientam o desenvolvimento de infra-estrutura e serviços em áreas naturais, especialmente os da Seção 2 (ver capítulos "*Manejo de Trilhas*", "*Interpretação Ambiental*", "*Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*" e "*Infra-estrutura de Apoio ao Ecoturismo*"), de forma a assegurar o respeito ao princípio da proteção ambiental. Entretanto, a abertura de trilhas, a construção de infra-estrutura de serviços, a elaboração de materiais interpretativos e o controle dos impactos ambientais devem ser feitos no âmbito da UC ou da propriedade como um todo.

Do ponto de vista da conservação, as UCs e as propriedades (particulares ou públicas) com diversidade de recursos naturais e culturais, detentoras de paisagens autênticas e exuberantes, com elevado grau de conservação ou com características ecológicas incomuns demandam esforços prioritários para assegurar sua proteção e manutenção perante a presença do turismo. Do ponto de vista do ecoturismo, enquanto atividade econômica, essas áreas são o principal atrativo, a base do produto que se coloca no mercado. Sem elas, não há ecoturismo.

Neste item, estaremos sugerindo procedimentos para orientar o plano de visitação de uma UC ou outra propriedade em área rural de forma a garantir a sua conservação e melhor aproveitar o seu potencial tanto recreativo quanto educativo. Porém, é de fundamental importância conhecer a legislação

vigente e consultar os gestores das áreas protegidas antes de se estabelecer planos de ecoturismo que envolvam estas unidades.

Segundo o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC – Lei Federal 9.985/00) a visitação pública para atividades de ecoturismo e de educação ambiental só pode ser desenvolvida em algumas categorias de unidades, tanto de Uso Sustentável como de Proteção Integral. As especificidades apresentadas na Ficha 8, a seguir, demonstram

que na grande maioria das categorias de unidades de conservação é permitida a visitação pública, por meio de atividades de ecoturismo e de educação ambiental. Mas em todas elas há restrições, as quais referem-se àquelas contidas em regulamentos próprios (decretos), em Planos de Manejo, em consultas a proprietários, a concessionários (no caso de Reservas Extrativistas) de terras inseridas em áreas protegidas ou a conselhos gestores, entre outras regras.

#### FICHA 8

USO PÚBLICO NAS DIFERENTES CATEGORIAS DE UCS				
CARACTERÍSTICAS E USOS	DOMÍNIO PÚBLICO	VISITAÇÃO PÚBLICA	EDUCAÇÃO AMBIENTAL	PESQUISA CIENTÍFICA
<b>CATEGORIA DE UC – PROTEÇÃO INTEGRAL</b>				
ESTAÇÃO ECOLÓGICA	Sim	Não	Sim, com restrições	Sim, com restrições
RESERVA BIOLÓGICA	Sim	Não	Sim, com restrições	Sim, com restrições
PARQUE NACIONAL	Sim	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
MONUMENTO NATURAL	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
REFÚGIO DE VIDA SILVESTRE	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
<b>CATEGORIA DE UC – USO SUSTENTÁVEL</b>				
ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL	Independe	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
ÁREA DE RELEVANTE INTERESSE ECOLÓGICO	Independe	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
FLORESTA NACIONAL	Sim	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
RESERVA EXTRATIVISTA	Sim, com uso concedido	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
RESERVA DE FAUNA	Sim	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
RESERVA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	Sim	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições
RESERVA PARTICULAR DO PATRIMÔNIO NATURAL	Não	Sim, com restrições	Sim, com restrições	Sim, com restrições

FONTE: Sistema Nacional de Unidades de Conservação, Lei Federal 9.985 / de 18 de julho de 2000.



### *Ecoturismo em UCs depende de aprovação pelos órgãos competentes*

O desenvolvimento do ecoturismo em Unidades de Conservação deve seguir estritamente as orientações contidas no Plano de Manejo, sem o qual nenhuma atividade de uso poderá ser implementada.

O plano de manejo define os objetivos gerais da unidade, sua inserção numa realidade geográfica e o estabelecimento de diferentes programas temáticos de gestão, tais como de administração, de controle e manejo, de educação ambiental e de visitação. Os dois últimos, para que possam ser desenvolvidos, terão seu planejamento e gestão definidos em instrumento específico, chamado Projeto Específico. Este plano, no caso de unidades de conservação federal de proteção integral (PARNA, EE, RB), deve ser orientado e implementado por aprovação prévia da Diretoria de Ecossistemas do Ibama (DIREC), e deve abordar, pelo menos:

- Identificação do Projeto (título, autoria e localização);
- Objetivos e justificativas;
- Descrição do projeto enfocando as atividades a serem desenvolvidas;
- Dados disponíveis para o projeto e suas recomendações técnicas;
- Custo estimado de implementação e fonte (s) de recursos;
- Instituições e pessoas envolvidas.

FONTE: Roteiro Metodológico de Planejamento: Parque Nacional, Reserva Biológica, Estação Ecológica. MMA, 2002.

Para ilustrar o desenvolvimento da atividade, utilizamos como exemplo o Plano de Uso Recreativo do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, metodologia desenvolvida como parte de um projeto piloto no manejo de visitação pública em UCs, implementado pelo WWF-Brasil em parceria com o Parque/IBAMA e com o Projeto TAMAR em Fernando de Noronha.

O planejamento de uma UC ou propriedade rural para o ecoturismo tem por objetivo desenvolver um sistema de áreas de visitação (trilhas, áreas de mergulho e esportivas, de piquenique, de contemplação etc.), infra-estrutura de apoio ao visitante (centro de visitantes, áreas de repouso, pontes, *camping*, *canopy walkways*, escadas etc.), meios de interpretação ambiental (placas, folhetos, orientações para guias etc.), capacitação dos gestores do parque e dos prestadores de serviços, de forma a otimizar tanto a experiência recreativa e educativa do visitante quanto a proteção da UC ou propriedade rural. O planejamento baseia-se na identificação de alternativas recreativas de acordo com a diversidade e características do ambiente (natural e cultural) e dos visitantes, com base no conceito de que quanto maior o conjunto de oportunidades oferecidas, mais fácil é atrair e distribuir as pessoas, aumentar seu nível de satisfação e diminuir os impactos no ambiente.

Pelo método desenvolvido pelo WWF-Brasil para o PARNAMAR de Fernando de Noronha, quatro etapas foram consideradas no processo de planejamento de uma UC ou propriedade rural para o uso recreativo:

- Levantamento e revisão das informações disponíveis.
- Levantamento de campo e mapeamento para o uso recreativo.
- Diagnóstico do uso recreativo incluindo o potencial de visitação, fragilidade ambiental, necessidade de infra-estrutura, definição de tema(s) interpretativo(s).
- Zoneamento do uso recreativo na área (incluindo descrição das características de cada zona).

→ *Levantamento e revisão das informações disponíveis*

O passo inicial para o planejamento é o levantamento de informações sobre a área. No caso de uma UC, esta etapa inicia-se com a revisão do plano de manejo, caso exista. Devem-se analisar os objetivos de proteção, de visitação recreativa, educação e interpretação ambiental. Especial atenção deve ser dada ao zoneamento da unidade e ao tipo de uso e atividades permitidas em cada zona. Se for o caso, o plano pode ser atualizado com a proposição de novas estratégias de visitação. Deve-se analisar as possíveis áreas para compor um programa de lazer e recreação que melhor explore as possibilidades ambientais, culturais e recreativas da UC, observando-se também as potencialidades de mercado. Além do plano de manejo, outros documentos referentes à visitação da área, assim como documentos referentes aos aspectos-chave tanto ambientais quanto culturais, devem ser pesquisados. O levantamento de informações deve também identificar pessoas com conhecimento prático da área: funcionários, guias, outros membros da comunidade local, pesquisadores etc., os quais deverão ser entrevistados.



**MONTANDO EQUIPES PARA O PLANEJAMENTO**

Esta é uma etapa crucial para garantir tanto a proteção da área quanto sua viabilidade econômica. Neste sentido recomenda-se, sempre que possível, trabalhar com uma equipe multidisciplinar, com técnicos que possuam conhecimentos sobre os diferentes aspectos da área. Em Fernando de Noronha, o plano de uso recreativo envolveu diretamente 14 profissionais de diferentes especialidades, além dos técnicos do WWF, do Parque e do Ibama. Dependendo da complexidade da área e de limitações



*(Continuação)*

orçamentárias, pode-se satisfazer a maior parte dos procedimentos sugeridos neste processo contratando um profissional de renomada experiência em turismo e conservação, colhendo sugestões junto a entidades com experiência nessa área. Convidar acadêmicos e pesquisadores de universidades também pode ser uma solução ao mesmo tempo profissional e de baixo custo para seu plano. Assim como treinar e envolver a comunidade local para atividades específicas em pesquisa e manejo.

No caso de propriedades privadas, caso não possuam um instrumento de referência como o plano de manejo, é necessário não só coletar todas as informações possíveis sobre a área como também definir em que áreas da propriedade o uso recreativo será desenvolvido, quais áreas serão destinadas integralmente à conservação, quais áreas serão destinadas para instalações físicas ou de uso do proprietário para outros fins etc.

O zoneamento da área como um todo deve incluir, por exemplo, a definição de:

- Áreas relevantes destinadas à preservação ambiental e áreas protegidas por lei como, por exemplo, as Áreas de Proteção Permanente e as de Reserva Legal definidas no Código Florestal (Lei Fed. 4.771/65) ou uma área para implantação de uma RPPN;
- Usos diferenciados dos espaços territoriais.
- Áreas de produção rural e de manejo sustentável dos recursos naturais.
- Áreas para o uso recreativo, incluindo as áreas para construções físicas de serviços (p. ex. centro de visitantes, pousadas) ou de gestão do uso recreativo (escritórios) etc.
- Acessos e áreas para estacionamento.
- Áreas para residência do proprietário, de funcionários e outros usos particulares.
- Áreas para pesquisa e/ou treinamento.

→ *Levantamento de campo e mapeamento para o uso recreativo*

Com base nas informações contidas nos documentos pesquisados ou no zoneamento geral da área, inicia-se o trabalho de levantamento de campo e mapeamento de todas as trilhas e áreas de visitação, seja em atual uso por visitantes, comunidade local ou proprietário, seja novas possibilidades apontadas pelo levantamento de informações. No caso de trilhas, o método para realizar esta etapa está descrito no capítulo *Manejo de Trilhas*.

O levantamento de campo é mais do que a simples medição de uma trilha. Ele é orientado pelo objetivo maior de minimizar os

impactos de visitação, considerando que qualquer tipo de uso sempre implicará impactos nos recursos naturais. O nível de impacto dependerá de:

1) variáveis sociais e de manejo da visitação, como época e hora da visitação, tipo de atividade desenvolvida (caminhada, esportes de aventura, cavalo, bicicleta, contemplação, piquenique etc.), intensidade de visitação, comportamento do visitante; e

2) variáveis físicas e ecológicas como características de solo, declividade e topografia, altitude, clima, tipos de ecossistema, fauna (tanto silvestre quanto doméstica, se houver), tipo de vegetação na área de visitação e seu entorno, construção e manutenção dos acessos aos sítios de visitação e de trilhas.

LEVANTAMENTO DE ÁREAS DE VISITAÇÃO NO PARNAMAR NORONHA

EXEMPLO:

O Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha possui áreas de visitação tanto em ambiente terrestre quanto no ambiente marinho. Como parte do levantamento de informações no plano de manejo e em entrevistas com funcionários e pesquisadores atuantes no parque, definiu-se no ambiente terrestre o desenvolvimento das trilhas (que incluem áreas de repouso, interpretação ambiental e contemplação) e no ambiente marinho a identificação de pontos para mergulho autônomo (com garrafas de ar) e/ou livre (com snorkel).

No ambiente terrestre, foi feito o levantamento e mapeamento de sete trilhas e uma área com três pontos de visitação (mirante, sítio arqueológico e acesso a praia manejada pelo Projeto TAMAR). No ambiente marinho foram mapeados 20 pontos de mergulho, sendo 14 de mergulho autônomo, quatro de mergulho livre e dois de mergulho tanto autônomo quanto livre.

O mapeamento da área contendo os dados do plano de manejo e os dados de levantamento é de extrema utilidade para a definição do zoneamento e seus diferentes usos, dos sítios de visitação turística e das futuras estruturas, equipamentos e acessos e para a gestão da área como um todo. Sugere-se que se desenvolva uma base cartográfica de referência, utilizando-se aquelas existentes – por exemplo, mapas do IBGE ou imagens de satélites – e efetuando confirmações de campo com uso de GPS (Global Position System, aparelho para a determinação das referências geográficas de pontos de interesse). Segundo o Roteiro Metodológico de Planejamento de UC's

(MMA, 2002), a base cartográfica deve conter, pelo menos, os seguintes dados:

- rede hidrográfica;
- sistema rodoviário;
- curvas de nível e seus pontos altimétricos relevantes;
- limites políticos.

De posse dessa base de dados, podem-se elaborar mapas temáticos (de preferência na mesma escala da base cartográfica feita ou existente), que podem conter:

- a vegetação;
- a geologia e geomorfologia;
- as áreas de uso e/ou pressão antrópica;
- o zoneamento da área ou da UC como um todo, incluindo seu entorno, ou

zona de amortecimento, no caso de UCs;

- o zoneamento das área de uso turístico;
- as áreas de uso da comunidade (se for o caso).

#### → Diagnóstico do uso recreativo

As informações colhidas durante o levantamento de campo e mapeamento possibilitam a elaboração do diagnóstico do potencial de uso recreativo de cada área de visitação, indicando os atrativos, suas fragilidades ambientais, as necessidades de infra-estrutura e equipamentos, a definição do(s) tema(s) interpretativo(s), o perfil do visitante etc.

Para a realização do diagnóstico, deve-se reunir a equipe envolvida no planejamento, que analisará conjuntamente todo o material produzido durante o levantamento de campo e mapeamento. A análise deve conter os seguintes passos:

- Análise de cada área de visitação quanto

aos atrativos (do ponto de vista da interpretação ambiental e de atividade recreativa), condições físicas, acesso, infra-estrutura, fragilidade ambiental.

- Definição sobre áreas intangíveis, ou seja, que devem ser interditadas ou não abertas ao uso recreativo, conforme definido no Plano de Manejo. Isto pode ocorrer por razões de fragilidade ambiental, de segurança do turista ou de isolamento de outras áreas de visitação (o que pode causar problemas tanto de acesso quanto de fiscalização).
- Visualização de todas as áreas de visitação mapeadas (identificação em mapa da área) e identificação de infra-estrutura de apoio necessária para a gestão do uso recreativo como um sistema (por exemplo, áreas para serviços, sanitários, fiscalização, acessos, estacionamentos etc.).
- Priorização para a abertura (quais áreas devem ser preparadas para uso recreativo a curto, médio e longo prazos).

#### EXEMPLO:

#### DIAGNÓSTICO DA TRILHA DOS GOLFINHOS DO PARNAMAR NORONHA

A Trilha dos Golfinhos foi diagnosticada como a principal trilha no ambiente terrestre, sendo prioritária para o desenvolvimento de infra-estrutura de apoio e materiais de interpretação ambiental. Segue a descrição da trilha de acordo com o seu diagnóstico:

*“Percurso de mediano comprimento (2.160m), principalmente plano, que deve ser preparado para que públicos de diferentes idades e habilidades físicas possam percorrê-lo (com exceção de cadeira de rodas). Esta trilha é ideal para observação e interpretação da fauna terrestre, principalmente de aves. A trilha também dá acesso a um dos locais mais visitados da ilha, o Mirante dos Golfinhos. Desse local, posicionado na borda de um penhasco a 70m de altura, pode-se observar durante todo o ano a comunidade de mais de 300 golfinhos rotadores em sua área de repouso e procriação. A Praia do Sancho, uma das mais belas e populares da ilha, é acessada por esta trilha, por meio de uma escada encravada em uma fenda natural. Nas águas da baía de mesmo nome é possível fazer o mergulho livre” (WWF, 2001a).*

#### → Zoneamento para uso recreativo

Após o mapeamento e diagnóstico, as trilhas devem ser classificadas de acordo com as características de infra-estrutura, meios interpretativos e intensidade de manejo. Para orientar esta classificação, sugerimos o uso do método norte-americano de Espectro de Oportunidades Recreativas (ROS - Recreational Opportunity

Spectrum, idealizado por R. Moore em 1994), com adaptações para uso ecoturístico.

O ROS visa criar variadas alternativas de recreação, possibilitando experiências de alta qualidade para os visitantes. De acordo com as expectativas das pessoas que buscam, ao ar livre, uma variedade de atividades e de ambientes, esperando diferentes resultados ou experiências, o método ROS

SISTEMA DE USO RECREATIVO  
DO PARNAMAR / NORONHA

EXEMPLO:

Além de um Centro de Visitantes localizado em área central da ilha principal, foram definidos quatro setores para facilitar a gestão do uso recreativo no Parque, inseridas nas zonas já estabelecidas. Nessas áreas foi indicada a instalação de edificações, contendo: sala para fiscalização, lanchonete, sanitários e local para orientação e interpretação ambiental do setor. Posteriormente, decidiu-se nomear estes locais de “Postos de Informação e Controle” ou PIC.

- Golfinhos** ▶ acesso às trilhas dos Golfinhos, Baía dos Porcos, Farol e Capim-açu.
- Caieiras** ▶ acesso à trilha da Pontinha - Pedra Alta, ao mirante do Buraco da Raquel, e apoio à fiscalização no porto.
- Atalaia** ▶ acesso à Praia do Atalaia e alternativa de acesso às trilhas da Pontinha - Pedra Alta e dos Abreus.
- Sueste** ▶ acesso à trilha dos Abreus, Praia do Sueste e Área de Visitação Leão–Ponta das Caracas–Forte São Joaquim do Sueste.

estabelece um **quadro de demanda recreacional**, composto pela integração, observada em uma determinada propriedade, entre quatro fatores, determinados pela possibilidade que os visitantes têm de:

- (a) **realizar suas atividades preferidas;**
- (b) **nos ambientes recreativos com características de sua preferência;**
- (c) **visando experimentar determinado tipo de resultado psicológico;**
- (d) **o qual resulta dos benefícios advindos de uma experiência satisfatória.**

No planejamento de uma área, conforme seu potencial de oferta recreativa, um ou outro fator assume maior importância. Em áreas naturais protegidas, maior ênfase é colocada no nível (b), ou seja, nas características específicas do ambiente visitado (biofísicas, sociais, de gestão), buscando-se a maior representatividade da variedade do local. A diversidade de características é utilizada para classificar os locais de visitação em diferentes zonas recreativas, que variam desde níveis mínimos de alteração humana (características biofísicas), interação humana (características sociais) e intensidade de manejo (características de gestão), até níveis bastante elevados destas mesmas características.

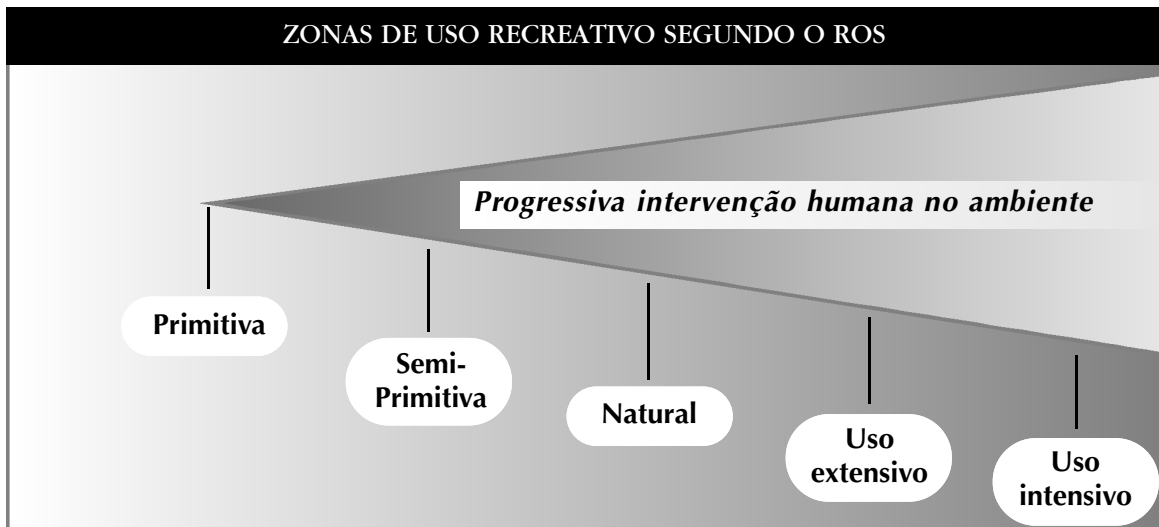
Dessa forma, o zoneamento baseia-se no progressivo aumento da intensidade de uso, indo desde uma Zona Primitiva, bem natural, com pouca ou nenhuma infra-estrutura e baixa intensidade de manejo, para uma Zona Semi-Primitiva, Zona de Uso Extensivo, uma Zona Natural, uma Zona Rural, até uma Zona Urbana, bastante alterada, com muita infra-estrutura e manejo visíveis (ver Figura 2).

O zoneamento de uso recreativo orienta os gestores da área em suas decisões quanto ao nível de intervenção e melhorias nos locais visitados, tais como nível de compactação ou tipo de pavimentação de uma área ou trilha, quantidade, tamanho e localização de infra-estrutura (banheiros, postos de fiscalização, lanchonete etc.), localização e tipo de sinalização e de interpretação, formas de realizar a fiscalização, entre outros.

Para detalhar as características do zoneamento ROS para uma área específica, as variáveis principais são:

- Tipo de local ( rea particular ou pública, isolada ou não etc.);
- Tipo de atrativos;
- Características sociais (tipo e quantidade de presenç a humana, encontros e interação entre grupos de visitantes etc.);
- Características de manejo (tipo e quantidade de restrições colocadas ao visitante,

FIGURA 2

SEÇÃO 1  
1

FONTE: Extraído do documento "The Opportunity Spectrum Concept and Behavioral Information in Outdoor Recreational Resource Supply Inventories: a Rationale" (MOORE: 1994).



### ZONEAMENTO, INTERVENÇÕES E USOS EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

O zoneamento de uma UC é definido pela Lei 9.985/00 como sendo "a definição de setores ou zonas em uma unidade de conservação com objetivos de manejo e normas específicos, com o propósito de proporcionar os meios e as condições para que todos os objetivos da unidade possam ser alcançados de forma harmônica e eficaz". E de acordo com o novo Roteiro Metodológico de Planejamento, as zonas internas de uma UC e os graus de intervenção são assim descritos:

← *Zonas de nenhuma ou baixa intervenção:*

Intangível e Primitiva

← *Zonas de média intervenção:*

Uso Extensivo e Histórico-Cultural

← *Zonas de alto grau de intervenção:*

Uso Intensivo, Recuperação, Uso Especial, Uso Conflitante, Ocupação Temporária, Superposição Indígena e Interferência Experimental.

assim como a evidência destas informações para o visitante – por exemplo, a fiscalização de acesso a uma área frágil pode ser feita de forma ostensiva, com presença de um fiscal, ou então de forma mais discreta com a colocação de peque-

na placa ou de cordão de isolamento).

☐ Infra-estrutura recreativa (trilhas, interpretação etc.).

Há, ainda, Zonas Externas à UCs tais como as de Amortecimento e os Corredores Ecológicos.



ZONEAMENTO DO USO RECREATIVO  
NO PARNAMAR NORONHA

EXEMPLO:

Para a aplicação do método no Parque, foi solicitado pelo IBAMA que se adotasse uma nomenclatura semelhante àquela utilizada no zoneamento de parques. Assim, foram adotadas as seguintes zonas: Primitiva, Semi-Primitiva, Uso Extensivo, Natural, Uso Extensivo, Uso Intensivo. <sup>(10)</sup>

Para o ambiente terrestre, foi necessário descrever em detalhes as características de cada zona de uso recreativo no contexto do Parque. Como no diagnóstico foi definido que todas as trilhas proporcionam o mesmo tipo de atividade, ou seja, são restritas a pedestres com fins de caminhada, contemplação, acesso a praias, mergulho livre e banho de sol ou mar, foram definidas três zonas de uso recreativo, correspondentes a semi-primitiva, natural e rural. A seguir descrevemos as características de trilhas na Zona de Uso Extensivo, de forma que possibilitou o diagnóstico da Trilha dos Golfinhos:

**Na Zona de Uso Extensivo:**

- As trilhas devem possibilitar a interpretação ambiental mais intensiva e estar desenvolvidas para um tráfego grande de visitantes;
- O leito da trilha deverá ter entre 1,20m e 1,50m e ser bastante compactado, priorizando, sempre que possível, a utilização de materiais encontrados no arquipélago;
- Para cruzamento de cursos de água perenes, a utilização de pontes é recomendável, sendo para os sazonais recomendada a estrutura de pequenos aquedutos;
- As áreas de descanso e edificações deverão estar preparadas para receber todos os tipos de visitantes (diferentes faixas etárias e condicionamento físico), estimando-se que os mesmos permanecerão nas áreas de descanso por períodos relativamente longos;
- A sinalização poderá ser colocada em toda a trilha;
- A interpretação ambiental deverá ser colocada ao longo da trilha, independente de haver materiais escritos complementares, favorecendo-se sempre o posicionamento de placas rente ao solo;
- Os mirantes deverão conter painéis interpretativos nos temas relevantes;
- O corredor da trilha deverá ser aberto com até 2m de largura por 2m de altura.



**DEFINA COM CUIDADO AS ATIVIDADES RECREATIVAS  
PERMITIDAS EM CADA ÁREA DE VISITAÇÃO.**

Um dos aspectos mais importantes para o zoneamento do uso recreativo é a definição do tipo de atividade que o turista pode realizar: caminhada, ciclismo, escalada, canoagem, cavalgada, passeio de carro, de moto, de barco motorizado, acampamento, piquenique, excursões de escolas etc. Além de influenciar o tipo de tratamento que se dará à área de visitação, é importante estar atento para os possíveis conflitos de uso turístico. Por exemplo, trilhas para pedestres são incompatíveis com o uso de veículos motorizados, bicicleta, ou cavalgada pela *perspectiva do pedestre*.

(10) – NOTA DO AUTOR: Para efeito de entendimento deste e de outros exemplos, estão sendo mantidas as denominações de zoneamento de UCs anteriores às novas definidas no novo Roteiro Metodológico de Planejamento.

Uma vez que as quatro etapas do planejamento de uma UC ou propriedade rural para o uso recreativo tenham sido realizadas, recomenda-se que as informações sobre cada área de visitação (cachoeira, trilha, ponto de

mergulho etc.) sejam resumidas e sistematizadas em formulários específicos para orientar o seu desenvolvimento. No caso do PARNAMAR de Fernando de Noronha foram elaborados formulários como no exemplo que se segue.

#### DESCRIÇÃO DA TRILHA DOS GOLFINHOS – PARNAMAR/NORONHA

##### EXEMPLO:

- 1) *Nome:* Trilha dos Golfinhos.
- 2) *Localização:* Inicia e termina no atual estacionamento da Trilha dos Golfinhos.
- 3) *Tipo:* Circular, com 3 braços de trilha para mirantes/atrativos.
- 4) *Tamanho em metros:* Circuito principal: 2.160 m; Mirante do Golfinho 2: 280 m; descida para a Praia do Sancho: 103 m.
- 5) *Atrativos:* 2 Mirantes para observação dos golfinhos; pássaros ao longo do penhasco entre Mirante dos Golfinhos e Mirante do Sancho; geologia ao longo do penhasco; vista cênica; Forte e antiga bateria antiaérea; banho na praia do Sancho; mergulho livre na Baía do Sancho; cachoeiras sazonais na praia do Sancho.
- 6) *Problemas e limitações (incluindo sazonalidade):* grande impacto no solo e vegetação devido ao pastoreio de animais e antigo manejo de abertura de estrada/acesso por trator.
- 7) *Temas interpretativos:* Golfinhos, pássaros, ciclo de degradação e recuperação de vegetação, geologia na formação do penhasco e fenda no acesso à Praia do Sancho, história militar no Forte e antiga bateria.
- 8) *Zoneamento de acordo com o ROS:* Zona de Uso Extensivo
- 9) *Nível de dificuldade:* baixo, com exceção da descida à Praia do Sancho.
- 10) *Grupo etário generalizado:* todos, sendo que na descida à Praia do Sancho há limitações para pessoas com problemas em relação a altitude ou dificuldade em descer/subir escadas.
- 11) *Avaliação de resistência e resiliência:* Alto grau de resistência uma vez que o terreno em partes de maior declividade tenha sido corrigido (ver capítulo *Manejo de Trilhas*); área ao longo do penhasco entre Golfinhos e Sancho deve ser monitorada para o impacto no seu comportamento geomorfológico, pois trata-se de uma falésia em atividade, com risco de desmoronamento.
- 12) *Aspectos de segurança:* Vários locais entre o Mirante dos Golfinhos 1 e o Mirante do Sancho merecem consideração para construção de muretas de pedras fixadas com cimento (guarda-corpos). A descida do Mirante do Sancho até a Praia do Sancho deverá ser melhorada com equipamentos de segurança. Entretanto, como nunca houve um acidente até o presente momento e a área é atualmente a de maior intensidade de uso, recomenda-se que as estruturas colocadas sejam as mínimas possíveis e que seja monitorada, por meio de questionários, a percepção dos visitantes sobre a necessidade de maiores estruturas preventivas de acidentes.
- 13) *Necessidade de intervenção corretiva de trilha e desenvolvimento de infra-estrutura:*  
**No começo do circuito:** estacionamento, lanchonete por concessão, (*Cont...*)

DESCRIÇÃO DA TRILHA DOS GOLFINHOS –  
PARNAMAR/NORONHA

EXEMPLO:

*(Continuação)*

sanitários, placa descritiva da trilha com mapa, restrições e atrativos, posto de fiscalização para dois fiscais com rádio e equipamentos de primeiros socorros.

**Na trilha:** definição e correção/preparação da trilha, com desenvolvimento de estruturas de drenagem, algumas pontes e pequenos aquedutos, abertura de trilha em alguns pontos entre o Mirante dos Golfinhos 1 e Mirante do Sancho e do Mirante do Sancho para o Forte; estruturas de segurança ao longo do penhasco entre o Mirante dos Golfinhos 1 e Mirante do Sancho e na descida para a Praia do Sancho; nesta última parte, desenvolvimento de degraus de pedras fixadas com cimento; melhorar os cabos de proteção ao redor da escada de descida no penhasco e depois, dando mais segurança com corrimão; retirada de cercas de antigas propriedades particulares; desenvolvimento de mirantes com quiosques, bancos e centro de interpretação no Mirante dos Golfinhos 1.

- 14) *Ações de recuperação necessárias:* Revegetação ao longo da trilha até o Mirante dos Golfinhos 1 nas partes mais degradadas e do Mirante do Sancho até o estacionamento, aumentando o sombreamento da trilha e possibilitando a interpretação com o tema de recuperação de vegetação degradada.
- 15) *Recomendação de priorização baseada no diagnóstico e nos princípios ROS:* (1) de 8 trilhas.

Após o término do planejamento, são iniciadas as etapas de desenvolvimento de infra-estrutura (ver capítulo *Infra-estrutura de Apoio ao Ecoturismo*), de desenvolvimento das trilhas (ver capítulo *Manejo de Trilhas*), de elaboração de produtos de ecoturismo (ver capítulo de mesmo nome), de elaboração do sistema de monitoramento e controle de impactos de visitação (ver capítulo de mesmo nome), e de elaboração do programa de interpretação ambiental (ver capítulo de mesmo nome).

5. *Planejando produtos ou empreendimentos de ecoturismo*

Dentro do contexto do plano regional desenvolvem-se os empreendimentos específicos (um restaurante, pousada, uma propriedade com atrativos a serem visitados) e os produtos ecoturísticos compostos por uma combinação entre atrativos e serviços (ver capítulo *Elaboração do Produto de Ecoturismo*). Na verdade a combinação é

um pouco mais complexa e envolve uma avaliação cuidadosa dos seguintes componentes: o mercado consumidor, o mercado concorrente, seus fornecedores e os objetivos e características de sua empresa.

Neste nível a sociedade civil é o principal agente do planejamento. Quando o planejamento regional é realizado de forma adequada, ou seja, quando resulta no compromisso dos diferentes setores da sociedade civil com a implementação do plano, cada empresário ou proprietário buscará desenvolver seu empreendimento ou produto de acordo com as orientações, normas e acordos definidos no planejamento regional, incentivado por parcerias e incentivos específicos.

Quando o planejamento de um empreendimento se faz de forma integrada a um planejamento regional, o principal desafio para um empresário é desenvolver um produto ou empreendimento que seja original (diferenciado) o suficiente na região para atrair turistas e garantir sua viabilidade econômica e ao mesmo tempo manter-se

dentro dos parâmetros acordados no planejamento regional.

Como a maior parte dos capítulos deste Manual foram desenvolvidos visando orientar o planejamento e realização de ações para criar um empreendimento de ecoturismo, esta seção apresenta um roteiro resumido das ações, aproximadamente na ordem em que devem ser realizadas. Porém deve-se observar que as atividades envolvidas na criação e operação de um empreendimento são interativas, e partindo de uma situação ideal, no caso, onde o negócio ainda não foi elaborado.

#### a) **Levantamento de informações e diagnóstico**

Uma pessoa que deseje desenvolver um empreendimento de ecoturismo em uma região deve antes de mais nada coletar informações sobre o potencial de ecoturismo da região em geral e de sua propriedade ou tipo de empreendimento, em particular. Para efeito deste capítulo, partimos do princípio de que um inventário local ou regional participativo foi realizado. Desta forma, o empresário potencial pode acessar e analisar não só os resultados do inventário, como também do diagnóstico e planejamento regionais. Isto não o desobriga de realizar um inventário específico e detalhado para conhecer as bases que fundamentarão o diagnóstico do seu futuro negócio, de forma completa (se não houver o inventário regional ou local) ou de aprofundamento (se houver).

Adicionalmente, e se for o caso, é preciso fazer uma avaliação da propriedade que deseja adequar ao ecoturismo, seja uma casa que se deseja transformar em pousada ou restaurante, ou uma propriedade onde se deseja abrir um camping, ou ainda uma propriedade com atrativos naturais onde se deseja receber visitantes. O próprio inventário pode fornecer as informações básicas sobre sua disponibilidade de bens e serviços, existentes ou necessários, que incluem:

- Atrativos naturais e culturais;
- Estrutura física;
- Equipamentos de apoio turístico;
- Serviços ;
- Características da identidade visual da estrutura física e equipamentos;
- Caso o empreendimento já esteja em andamento, volume da visitação e perfil do turista. Caso negativo, buscar esta informação em empreendimentos no entorno, ou na região, ou na origem do turista potencial.

Além de estudar os outros empreendimentos do mesmo tipo existentes na localidade ou na região e contrastá-los com o que se deseja desenvolver, deve-se especialmente buscar identificar o desempenho econômico dos empreendimentos similares, sua adequação aos princípios de proteção ambiental do ecoturismo, seu público, sazonalidade, entre outros elementos que se julgue necessário. Eventualmente, no caso de recursos altamente especializados, como um conjunto de cavernas, a pesquisa de produtos concorrentes existentes pode não estar em sua região (por exemplo, duas das maiores províncias espeleológicas do Brasil localizam-se uma no Vale do Ribeira, SP, e outra em São Domingos, GO)

Neste momento, é importante observar as informações que lhe permitam identificar os potenciais parceiros comerciais do seu futuro negócio e iniciar conversas sobre suas idéias. É neste momento também que se deve iniciar contatos com a comunidade de entorno ao seu empreendimento, buscando saber o que pensam, como podem agregar valor ao produto e que vocação profissional possuem ou desejariam possuir e que possam ser úteis em seu negócio.

A avaliação deste conjunto de informações gerará um diagnóstico preliminar sobre o setor que se deseja participar. Finalmente, deve-se esboçar o projeto do empreendimento, já incluindo as alterações necessárias à propriedade (no caso da pessoa interessada não possuir ainda a propriedade, a compra da mesma passa a ser parte do projeto, devendo ser descrita em detalhes).

**b) Elaboração tentativa do produto**

Com o resultado positivo do diagnóstico preliminar e o projeto preliminar do empreendimento, o empresário potencial deve esboçar o seu produto, seguindo as orientações fornecidas no capítulo *Elaboração do Produto de Ecoturismo*. Esta fase precede o desenvolvimento de qualquer infra-estrutura ou investimento de porte. Como foi observado no início do capítulo, as fases de diagnóstico, elaboração do produto e viabilidade econômica são interativas.

**c) Verificação da viabilidade econômica do produto**

O passo seguinte é realizar o estudo de viabilidade econômica do empreendimento e do produto, seguindo as orientações do capítulo *Viabilidade Econômica*. De acordo com os resultados, é possível que se necessite adequar o produto.

Por meio da interação entre estas três etapas, que vão se ajustando e se complementando, chega-se à versão final do produto e de sua viabilidade econômica. Só então, caso os resultados sejam positivos do ponto de vista do empresário, deve-se partir para o planejamento dos investimentos e ações necessários para desenvolver o empreendimento e iniciar a operação do produto.

**d) Preparando o Plano de Desenvolvimento**

O plano organiza, de forma racional e operativa, os produtos e serviços passíveis de serem imediatamente oferecidos ao público visitante com a estrutura existente, bem como a programação de ações de curto, médio e longo prazos, compatibilizando os recursos e os atrativos disponíveis, associados ao potencial de demanda e à capacidade de investimentos. Uma boa parte do plano de desenvolvimento já terá sido feita durante a elaboração do produto e do plano de negócios (parte do estudo de viabilidade econômica).

Adicionalmente, deve-se planejar:

- ❑ A construção ou reforma de infra-estrutura, incluindo áreas de camping (ver orientações no capítulo *Infra-estrutura de Apoio ao Ecoturismo*).
- ❑ No caso de propriedades com atrativos naturais, deve-se realizar o zoneamento da propriedade (ver seção 4 da *Caixa de Ferramentas* deste capítulo, acima).
- ❑ Capacitação de mão-de-obra (incluindo a do próprio empresário).
- ❑ Elaboração de materiais interpretativos e promocionais.
- ❑ Elaboração de atividades que promovam a conservação da região (e da propriedade), e a educação ambiental (ver capítulos de *A Contribuição de Voluntários em Projetos de Ecoturismo e Pesquisa na Atividade de Ecoturismo*).
- ❑ Elaboração do plano de ação, incluindo um cronograma físico-financeiro de todas as atividades planejadas.
- ❑ Elaboração da estratégia de implementação, incluindo avaliação de custos e identificação de fontes de apoio e/ou crédito.

*6. Esquemas de certificação como indutores de um turismo mais responsável*

Um esquema de certificação é um mecanismo não governamental e voluntário de controle social sobre os produtos, serviços e destinos turísticos, baseado numa avaliação independente dos desempenhos sociais, econômicos e ambientais das suas operações.

A necessidade de se buscar uma certificação independente, como vem ocorrendo no Brasil e no mundo, pode ser uma demonstração de que os empreendimentos turísticos privados não estão cumprindo com o papel que freqüentemente lhes é designado: “indústria” limpa, gerador de renda e riquezas, promotor de justiça social e do resgate cultural etc. E mais, a ampliação destes esquemas significa claramente que

empreendedores responsáveis, aqueles que investem no seu negócio como indutor para um desenvolvimento local amplo, sustentável e integrado, estão se sentindo incomodados pelo oportunismo que o uso de palavras como ecoturismo e turismo sustentável vem sendo aproveitado como alavanca de marketing, mais conhecido como *green washing*.

Esquemas de certificação de turismo podem representar um papel importante ao trazer mais responsabilidade e competitividade para o setor privado do turismo. Configura-se pela formulação e adoção de um plano de ações que visam o aperfeiçoamento dos negócios e que vem unido a um incentivo de mercado, em forma de selo. O selo, ou logotipo de marketing, será fornecido para negócios que alcançam um padrão de eficiência e desempenho, demonstrando as suas credenciais ambientais e sociais que permitem aos consumidores identificar companhias responsáveis.

Uma variedade de esquemas de certificação em turismo já existe no mundo e alguns são mais amplos e consistentes que outros. O objetivo de gerar nos destinos turísticos competitividade e sustentabilidade ainda não foi comprovado. No Brasil, a certificação já não é uma novidade e as diferentes iniciativas, envolvendo a certificação ambiental de produtos e serviços turísticos, ainda carecem de embasamento técnico ou possuem perfil geograficamente ou setorialmente limitados, podendo causar confusão e descrédito no empresariado e no consumidor. A necessidade de produtos sustentáveis, a maior consciência do consumidor e o falso uso de eco-determinantes são os maiores argumentos a favor de programas de certificação (WWF, 2001c).

Existe um consenso entre os especialistas de que esquemas eficazes são aqueles em que os padrões de sustentabilidade do turismo incluem critérios de desempenho (performance) amplamente acordados pelos atores de interesse, e que devem ser ratificados através de processos complementares e independentes. Um meio de distinguir entre

esquemas eficazes e ineficazes vem a ser a criação de um corpo de credenciamento independente. Tal corpo poderia empregar um único logotipo, credenciar e descredenciar empresas certificadoras e clarear a confusão oriunda da diversidade de logotipos existentes atualmente.

Depois de um trabalho participativo e organizado por algumas das mais expressivas entidades ambientalistas da sociedade civil, surge o Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável - CBTS, entidade que vêm procurando dar consistência técnica e mercadológica ao esquema brasileiro de certificação, por meio do planejamento e implementação de uma estratégia de certificação que seja participativa, independente e voluntária. O CBTS pretende obter a credibilidade de mercados e consumidores por permitir a participação ativa dos setores sociais, ambientais e econômicos envolvidos com o turismo no Brasil, principalmente para a formulação de padrões (ou normas) sustentáveis.

O objetivo maior desta iniciativa é contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor do turismo no Brasil por meio de uma metodologia que objetiva ser tecnicamente viável, cientificamente embasado, politicamente negociado e comercialmente focado.

A certificação em turismo é um desafio, por um lado em função da dinâmica natural de um dos mais pujantes setores econômicos do mundo, aliada a sua importante função como meio de lazer. Por outro, por ser composto por uma cadeia de fornecedores instável e variada, sobrepujada por diferentes níveis de interesses públicos e privados.

#### ▲ Como funciona a certificação

Os programas de certificação em turismo sustentável objetivam fazer com que tanto os produtos e empresas sócio-ambientalmente responsáveis como os que não respeitam o meio ambiente e as relações sociais se afilem a programas de certificação. Eles devem ser motivados pelo ganho em competitividade no mercado, levando a uma mudança progressiva em favor da maior sustentabilidade da atividade (WWF, 2001c).

Num mercado competitivo como o do turismo, a busca de consumidores torna-se uma batalha de mensagens comerciais (publicitárias, propagandas) cada qual com seu apelo de *marketing*. Num momento em que assuntos de meio ambiente tornam-se cada vez mais presente na mídia, ao mesmo tempo em que há tendências de consumidores optarem por produtos social e ambientalmente mais amigáveis, as estratégias de *marketing* aproveitam para utilizar apelos comerciais que visem atrair consumidores por suas pretensas qualidades ecológicas e sociais. Muitas vezes são apenas mensagens, não correspondendo efetivamente às qualidades do produto. São chamados de *green washing* as empresas que se comunicam com o mercado como ambientalmente amigáveis, porém operacionalmente nada ou muito pouco nesta área é feito.

A certificação permite atestar que as mensagens enviadas ao comprador sobre a qualidade e/ou característica do produto ou serviço turístico que ele está adquirindo são verdadeiras. Para que esta mensagem seja atestada com eficiência e credibilidade, é necessário que um organismo independente realize uma verificação da qualidade ou da característica anteriormente declarada pelo empreendedor. A verificação deve ser feita pelo certificador. Para garantir o bom funcionamento da certificação, existe um organismo controlador, chamado Credenciador (no caso brasileiro, o CBTS), que define as regras e media o processo. O credenciador controla o certificador e os demais envolvidos na certificação, assim como garante o bom uso do selo.

### ▲ Benefícios da Certificação do Turismo

#### *Benefícios econômicos*

- ❑ Proporciona um diferencial de *marketing*, gerando vantagens competitivas aos produtos e empreendimentos.
- ❑ Facilita o acesso a novos mercados, principalmente o internacional.
- ❑ Desenvolve e melhora a imagem pública da empresa.
- ❑ Contribui para a conservação dos atrativos

e, conseqüentemente, para a sustentabilidade econômica dos produtos turísticos.

#### *Benefícios ambientais*

- ❑ Contribui para a conservação da biodiversidade e de seus valores associados: água, solos, paisagens e ecossistemas, entre outras coisas.
- ❑ Favorece a manutenção da qualidade ambiental dos atrativos turísticos.
- ❑ Auxilia na proteção de espécies ameaçadas ou em perigo de extinção e de seus habitats.

#### *Benefícios sociais*

- ❑ Auxilia na legalização da atividade.
- ❑ Favorece a melhora das condições de trabalho.
- ❑ Promove o respeito aos direitos dos trabalhadores, povos indígenas e comunidades locais.
- ❑ Proporciona um novo espaço de participação para os trabalhadores e comunidades locais na definição dos padrões e no monitoramento das operações certificadas.
- ❑ Reconhece os valores culturais locais, tais como a gastronomia, arquitetura folclore e artesanato, entre outros.

### ▲ O CBTS

O CBTS - Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável, fundado em 29 de junho de 2002, é o órgão executivo e consultivo da certificação e promotor e controlador do processo.

A missão maior do CBTS é desenvolver e implementar uma metodologia para a certificação do turismo sustentável no Brasil baseada nos desempenhos econômico, social e ambiental de produtos, serviços e destinos turísticos e com caráter independente (desenvolvido e controlado pela sociedade), tecnicamente consistente (embasamento técnico-científico), não-discriminatória (de setores ou de escalas produtivas), transparente (participação e divulgação ampla do processo) e voluntária (participação não obrigatória).

O CBTS é formado pela seguinte arquitetura organizacional:

**CÂMARAS SETORIAIS (CS)**

Fórum amplo para se discutir, criar, alterar, adaptar, harmonizar ou suprimir critérios e indicadores (padrões) do turismo sustentável, onde se desenvolve a plena participação democrática, contribuindo tecnicamente para a viabilização e garantindo a credibilidade do Programa de Certificação. São formadas por entidades relacionadas ao setor, representando os interesses sociais, econômicos e ambientais da atividade, onde seus integrantes exercem seu direito de voto.

**CONSELHO DIRETOR (CD)**

Conselho tri-cameral, formado por 9 membros integrantes das Câmaras Setoriais do CBTS, eleitos para períodos de 3 anos. Reúne-se para ajustes e encaminhamento das discussões e aprovação dos relatórios técnicos.

**SECRETARIA EXECUTIVA (SE)**

Representante administrativo e financeiro do CBTS, responsável pelo gerenciamento de documentos, materiais, equipamentos e recursos. Fornece apoio para a ampla divulgação do processo e para os encontros regionais do CBTS, prestando contas à sociedade.

**CONSELHO FISCAL (CF)**

Conselho tri-cameral formado por 3 membros integrantes das Câmaras Setoriais do CBTS, eleitos para períodos de 3 anos. Responsável pela análise das prestações de contas, autorizando gastos diferenciados e encaminhando os relatórios financeiros.

**COMITÊ DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS (CRC)**

Conselho tri-cameral formado por 3 membros integrantes das Câmaras Setoriais do CBTS, eleitos para períodos de 3 anos. É acionado para indicar o melhor encaminhamento quando não se obtém o consenso nas discussões dos padrões de sustentabilidade.

**▲ A PROPOSTA DO CBTS**

O Programa Brasileiro de Certificação do

Turismo Sustentável prevê a implementação dos seguintes componentes, por meio do próprio CBTS ou de seus parceiros, como o Instituto de Hospitalidade e associações de mercado.

- A. Estabelecimento da estrutura consultiva e executiva do CBTS
- B. Desenvolvimento participativo do sistema de normas e padrões de certificação, por meio da mobilização da sociedade para o debate sobre a sustentabilidade do turismo e por meio de estudos e pesquisas de base
- C. Desenvolvimento do sistema de avaliação e auditorias
- D. Elaboração de um programa de capacitação de auditores
- E. Estabelecimento e apoio a programas de capacitação e assistência técnica para o mercado, principalmente o pequeno e médio empreendedor
- F. Elaboração e implementação de aplicações práticas do sistema de certificação em pilotos de campo para teste da metodologia
- G. Promoção de parcerias para a integração do Programa com esquemas de certificação setoriais, regionais e/ou internacionais, assim como inserir o Programa no Sistema Brasileiro de Qualidade (SINMETRO)
- H. Lançamento do selo CBTS, por meio da elaboração de um plano de marketing institucional do Programa de Certificação voltado para os mercados empreendedor e consumidor, assim como estabelecer mecanismos de promoção e marketing dos produtos certificados

**▲ Como participar**

Você e/ou sua Instituição tem um importante papel a desempenhar, na composição de uma das Câmaras Setoriais (Social/Ambiental/Econômica), que integram o CBTS.

A criação de um corpo de credenciamento independente (o CBTS), de caráter participativo, é um meio eficiente de distinguir sistemas eficientes e sérios, evitando a



confusão oriunda da diversidade de selos existentes atualmente.

Sua participação e/ou de sua Instituição permitirá garantir ampla representatividade, enriquecendo as discussões e contribuindo para a credibilidade e consistência do processo.

A forma de participação, fichas de adesão, direitos e deveres, possibilidade de voto, participação nos grupos de trabalho e demais atividades do CBTS estão definidas no Estatuto Social, disponível em [www.cbts.org.br](http://www.cbts.org.br).

É imprescindível que a confirmação do aceite para composição de uma das câmaras setoriais seja efetuado por meio do envio ao CBTS, da ficha de adesão preenchida e de uma breve descrição da instituição e das atividades empreendidas relacionadas ao desenvolvimento do turismo.

Para conhecer melhor todo o processo desenvolvido pelo CBTS e obter seus contatos, visite sua *home-page* em [www.cbts.org.br](http://www.cbts.org.br).

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

⚡ qualquer momento podem estar ocorrendo simultaneamente em uma região vários níveis de planejamento público e privado que afetam (ou mesmo inibem) propostas de desenvolvimento do ecoturismo. Políticas de desenvolvimento de pólos de turismo/ecoturismo, investimentos públicos em infra-estrutura (estradas, barragens) ou privados em turismo (complexos turísticos e resorts) podem interferir na imagem que você projetou para seu município ou região ou trazer uma demanda turística não compatível com a imagem de seu produto. Por um lado, nunca deixe de procurar integrar sua proposta às diversas iniciativas dos diferentes planos. Por outro, não exite em abandonar suas idéias se projetos de maior abrangência influírem em riscos para seu plano.

⚡ ecoturismo sempre se apresenta como um forte expoente do turismo sustentá-

vel, onde a relação entre a capacidade de suporte e a rentabilidade é construída a partir de uma contabilidade ambiental, que determina que uma atividade econômica não deve gerar prejuízos ambientais que ultrapassem os benefícios. Do ponto de vista da contabilidade ambiental, o manejo pautado pela administração dos recursos naturais é uma ciência ainda nova, e deve orientar-se por um princípio básico: se o ecoturismo propõe a visitação de ambientes naturais preservados, destruí-los é um ato de insanidade econômica.

⚡ diversificação de produtos num mesmo pólo de turismo sustentável é uma boa alternativa para diminuir a pressão sobre espaços naturais.

⚡ No desenvolvimento industrial convencional, o fracasso de um produto pode ser minimizado com mudanças na linha de produção. No ecoturismo, a mudança de um produto não ocorre com velocidade, e os impactos gerados podem ser irreparáveis. Apesar de ser impossível prever e prevenir todos os problemas de implementação e resultados adversos do desenvolvimento do ecoturismo, é necessário evitar os erros advindos do mau planejamento ou de interesses econômicos ou políticos imediatos.

⚡ No caso do planejamento de produtos, por mais atrativo que seja seu sítio e maior a demanda que bate a sua porta, não abdique das ferramentas de planejamento. Tomando atitudes pró-ativas e estratégicas, o empreendedor estará garantindo um crescimento equilibrado da visitação, garantindo a qualidade ambiental de seus atrativos e conseqüentemente estará observando um incremento seguro de receitas. E a visão de avaliar, planejar, avaliar (monitorar) e re-planejar deve ser uma tarefa constante para o empreendedor, onde cada setor da empresa deve ser planejado e balanceado com todos os outros setores internos e externos que propiciam o ecoturismo.

Por fim, os capítulos de *Elaboração de Produtos de Ecoturismo* e de *Viabilidade Econômica* trazem mais informações sobre desenvolvimento de negócios em ecoturismo.

Atualmente há uma diversificada fonte de recursos disponível para projetos de ecoturismo, por meio de financiamentos crédito ou a fundo perdido. Bancos públicos, como o BASA, possuem uma linha de crédito específica para negócios em ecoturismo de base comunitária. Outros possuem linhas de crédito para qualquer negócio em turismo, como a Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Brasil, Banco do Nordeste do Brasil e outros. A ABONG, Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais, lançou um livro sobre o assunto, “Manual de Fundos Públicos 2003”, disponível em [www.editorapeiropolis.com.br](http://www.editorapeiropolis.com.br).

Alguns sites de referência para financiamento são:

#### Governo:

[www.mma.gov.br](http://www.mma.gov.br) - Ministério do Meio Ambiente, Fundo Nacional do Meio Ambiente;

[www.mre.gov.br](http://www.mre.gov.br) - Ministério das Relações Exteriores, Cooperação Internacional;

[www.planejamento.gov.br](http://www.planejamento.gov.br) - Ministério do Planejamento, Assuntos Internacionais;

[www.integracao.gov.br](http://www.integracao.gov.br) - Ministério da Integração Nacional, Planaflores (RO) e Prodeagro (MT);

[www.ambiente.sp.gov.br](http://www.ambiente.sp.gov.br) - Secretaria do Meio Ambiente do estado de São Paulo;

[www.fehidro.sp.gov.br](http://www.fehidro.sp.gov.br) - Fundo Estadual de Recursos Hídricos;

[www.prodam.sp.gov.br/svma](http://www.prodam.sp.gov.br/svma) - Secretaria do Verde e do Meio Ambiente - PMSP.

#### Sobre o Terceiro Setor

- [www.gife.org.br](http://www.gife.org.br) - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas;
- [www.rits.org.br](http://www.rits.org.br) - Rede de Informações do 3º Setor;
- [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) - Responsabilidade Social;

- [www.abong.org.br](http://www.abong.org.br) - Associação Brasileira de ONGs (Pesquisa sobre Fundos);
- [www.iser.org.br](http://www.iser.org.br) - Instituto de Estudos da Religião (Leyla Landim e Samyra Crespo);
- [www.abcr.com.br](http://www.abcr.com.br) - Associação Brasileira de Captadores de Recursos;
- [www.voluntarios.com.br](http://www.voluntarios.com.br) - Voluntariado;
- [www.voluntariado.org.br](http://www.voluntariado.org.br) - Centro de Voluntariado de São Paulo - (11) 288-9056;
- [www.filantropia.com.br](http://www.filantropia.com.br) - Portal do Terceiro Setor;
- [www.ashoka.org.br](http://www.ashoka.org.br) - Empreendedores Sociais;
- [www.repea.org.br](http://www.repea.org.br) - Rede Paulista de Educação Ambiental (a partir de nov. de 2000);
- [www.ecoar.org.br](http://www.ecoar.org.br) - [ecoar@ecoar.org.br](mailto:ecoar@ecoar.org.br) - Ecoar - Facilitador da REBEA - Rede Brasileira de Educação Ambiental;
- [www.portaldomicrocredito.org.br](http://www.portaldomicrocredito.org.br) - Portal do Microcrédito.

#### Centros de Estudos do Terceiro Setor

- CETS - Centro de Estudos do Terceiro Setor - FGV  
[www.fgvsp.br/academico/estudos/cets](http://www.fgvsp.br/academico/estudos/cets)  
Centro de Estudos do Terceiro Setor - FGV-EAESP - Av. 9 de julho, 2029, Cep: 01313-092 - São Paulo, SP - Tel: 55-11/281-7892 - Fax: 55-11/2841789 - e-mail: [cets@fgvsp.br](mailto:cets@fgvsp.br) - Coordenador: Prof. Luiz Carlos Merege;
- CEATS - Centros de Estudo e Administração do Terceiro Setor - FEA/USP  
[www.fea.usp.br/ceats](http://www.fea.usp.br/ceats)  
Av. Prof. Luciano Gualberto, 908 - Cep: 05508-900 - São Paulo, SP - Tels: (11) 3818-5811/5800 - Fax: (11) 3814-3814 - e-mail: [fea@edu.usp.br](mailto:fea@edu.usp.br)
- SENAC - Fórum Permanente do Terceiro Setor - Informações: SENAC/Centro de Educação Comunitária para o Trabalho - Tel: (11) 6191-5151.

#### Alguns Prêmios na Área Social e Ambiental:

*Prêmio Ethos/Valor* - Instituto Ethos;  
*Prêmio Henry Ford* - Fundação Ford;  
*Prêmio von Martius* - Câmara de Comércio e Indústria Brasil/Alemanha;

*Prêmio Eco* - AMCHAM - Câmara Americana de Comércio;  
*Prêmio Top de Ecologia* - ADVB;  
*Prêmio Idéias Inovadoras em Captação de Recursos* - Ashoka;  
*Prêmio Bem Eficiente* - Kanitz Associados e  
*Prêmio FENEAD* - Federação Nacional de Estudantes de Administração.

## V. BIBLIOGRAFIA

- BARRETO, M. 1991. *Planejamento e Organização em Turismo*. Campinas: Papirus.
- BOO, E. 1992. *The Ecotourism boom: planning for development and management*. Washington, DC, WWF.
- CEBALLUS-LASCURAIN, H. 1996. *Tourism, Ecotourism and Protected Areas*. Paris: UNEP.
- DRIVER, B. L.; BROWN, P. 1978. *The Opportunity Spectrum Concept and Behavioral Information in Outdoor Recreation Resource Supply Inventories: a Rationale*. Paper apresentado durante a oficina "Integrated Inventories of Renewable Natural Resources". Anais da oficina. 8 a 12 de janeiro de 1978. Tucson, AZ.
- IGNARRA (s.d). *Planejamento Turístico Municipal, um modelo brasileiro*. São Paulo: CTI.
- GALANTE, M. L. V.; BESERRA, M. M. L.; MENEZES, E. O. 2002. *Roteiro Metodológico de Planejamento: Parque Nacional, Reserva Biológica, Estação Ecológica*. Brasília, DF: MMA/DIREC.
- MOORE, R. 1994. *Conflicts on Multi-use Trails: a Survey of National Park Service Managers*. Report nº HWA-PD-94-031. Federal Highway Administration. Washington, DC.
- OMT, 1994. *Desenvolvimento do Turismo Sustentável: manual para organizadores locais*. Brasília, DF: Embratur.
- SALVATI, S. S. 2002a. *Ecoturismo no Pantanal Brasileiro e Boliviano: estudos de políticas e alternativas sustentáveis*. São Paulo: Prolam / USP, 139 p. [Dissertação de Mestrado]
- SALVATI, S. S. 2002b. Turismo responsável como instrumento de desenvolvimento e conservação da natureza. In: *Diálogos entre a esfera global e local: contribuições de organizações não governamentais e movimentos sociais brasileiros para a sustentabilidade, equidade e democracia planetária*. Rubens Born [org.]. São Paulo: Peirópolis.
- SISTEMA Nacional de Unidades de Conservação. 2002. SNUC: lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000; decreto nº 4.340, de 22 de agosto de 2002. 2 ed. Aum. Brasília: MMA/SBF.
- WWF, 2001a. *Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha: um modelo de planejamento e implementação*. Série Técnica nº VIII. Brasília, DF: WWF.
- WWF, 2001b. *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*. Gland: WWF.
- WWF, 2001c. *Certificação do Turismo: lições mundiais e recomendações ao Brasil*. Série Técnica nº IX. Brasília, DF: WWF.
- WWF, (no prelo). *Turismo Responsável: manual para políticas locais*. Brasília, DF: WWF

## 2. Levantamento do potencial ecoturístico (inventário)

Marcos Martins Borges

SEÇÃO 1  
2

### I. OBJETIVOS

A realização do inventário da oferta turística, a identificação do perfil e das opiniões do turista e o reconhecimento das expectativas e percepções da comunidade receptora formam a base do planejamento e orientam as fases de implantação e monitoramento de programas de ecoturismo, sendo, portanto, determinantes para o sucesso da proposta.

O objetivo deste capítulo é fornecer uma metodologia participativa, e de fácil adequação às diferentes realidades regionais, para o levantamento dessas informações. Como um dos principais instrumentos de envolvimento e participação, as pesquisas do inventário aqui proposto sugerem a capacitação de moradores no planejamento, desenvolvimento e execução das atividades. E inclui a tabulação dos dados pesquisados e disponibilização de resultados para realização de diagnóstico e para a definição dos objetivos e metas do projeto de ecoturismo, contribuindo de forma determinante para a consolidação das etapas seguintes propostas neste Manual.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

O levantamento do potencial do ecoturismo representa a primeira e fundamental etapa do processo de planejamento estratégico da atividade. Inventariar é pesquisar e relacionar, de modo quantitativo e qualitativo, os bens (p. ex. atrativos naturais ou culturais, acessos) e serviços (p. ex. meios de hospedagem e guias) de uma determinada

região. No caso do ecoturismo podemos considerar como área de interesse para a realização do inventário tanto a área total de um município, uma região (vários municípios) ou uma área protegida e seu entorno imediato.

Por ser um segmento da indústria do turismo, o ecoturismo trabalha com e depende dos mesmos componentes básicos do turismo convencional. Desta forma, ao propor o levantamento de dados e informações para subsidiar o planejamento do ecoturismo, devemos primeiramente compreender os principais mecanismos dessa atividade descritos no capítulo de *Planejamento do Ecoturismo*. Durante o desenvolvimento de projetos, os atrativos, o turista, a infra-estrutura, os serviços e a comunidade são elementos que devem ser pesquisados e avaliados para se chegar a uma compreensão mínima das suas características e necessidades.

O inventário deve fornecer dados importantes para uma análise da situação atual da região de interesse e, no final deste processo de coleta e análise de dados, tem-se um diagnóstico do potencial ecoturístico que permite responder as seguintes questões:

- Qual o potencial que os recursos naturais e culturais da minha região tem para atrair visitantes?
- Esses recursos estão conservados e preparados para se tornar atrativos ecoturísticos?
- Quais os serviços e equipamentos de que dispomos para facilitar a visitação e quais as necessidades de capacitação profissional?
- Os acessos e os meios de transportes são adequados e seguros?

- Qual os limites de mudanças que esta região, sua infra-estrutura, as comunidades e os atrativos podem aceitar?
- Como as diversas lideranças comunitárias percebem o ecoturismo e quais benefícios que esperam receber?
- Quais as restrições legais, políticas e econômicas que podem afetar o desenvolvimento do projeto?
- Qual a visão e as expectativas dos comerciantes, empresários e das ONG's locais?
- Qual o compromisso do poder público local (prefeito e vereadores) com relação ao desenvolvimento do ecoturismo?

Estas e inúmeras questões devem ser respondidas pelo diagnóstico final, baseado nas informações da pesquisa do inventário. Cabe ao diagnóstico determinar as vocações específicas, bem como as possibilidades de desenvolvimento de produtos turísticos regionais integrados. E para se definir bons produtos, de baixo impacto ambiental, que gere amplos benefícios econômicos e sociais, devemos ter uma boa análise dos dados levantados, os quais subsidiarão as etapas seguintes do projeto, incluindo a definição de objetivos e metas.



Somente após o conhecimento do potencial atrativo, das lacunas e dificuldades para implementação e da visão e expectativas da comunidade é que um programa ou projeto de ecoturismo deve ser implantado.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

O processo de planejamento, aplicação e análise do inventário ecoturístico é um conjunto de atividades que interage com diversas outras atividades abordadas neste Manual. Assim, lendo-o atentamente, principalmente o capítulo de *Planejamento do Ecoturismo*, percebe-se que o inventário

subsídia e é subsidiado por diversos capítulos. A plena compreensão do que se propõe, do que é o ecoturismo e quais são seus princípios, é fundamental para a compreensão do porquê do inventário e do que queremos dele.

Em muitas ocasiões, a realização do inventário de ecoturismo será o primeiro contato da comunidade com o tema do ecoturismo de uma forma mais profunda, concreta, menos especulativa. Idealmente, isto deveria ocorrer apenas após um processo participativo de conhecimento da comunidade e envolvimento desta – seus diversos setores – no planejamento e desenvolvimento do ecoturismo, inclusive a decisão de realizar um inventário. Assim sendo, apesar de muitos procedimentos discutidos neste capítulo constarem de forma mais aprofundada no capítulo Participação Comunitária e Parcerias, decidiu-se tratá-los aqui também, sendo que neste capítulo os procedimentos sugeridos focalizam o caso específico do inventário. Entretanto, utilize este capítulo conjuntamente com o de Participação Comunitária e Parcerias, especialmente se o inventário de potencial de ecoturismo estiver sendo realizado sem o devido processo inicial de apresentação e envolvimento de diversos setores da comunidade no desenvolvimento do ecoturismo.

Também cabe reforçar que os questionários utilizados para exemplificar os diversos temas de pesquisa incluídos em um inventário, devem ser adaptados para a realidade de cada local. Ao utilizar o capítulo, as fichas e questionários, procure sempre associar o exposto a exemplos locais, dando realismo ao que parece ser teórico e distante.

Nesta seção serão apresentados os seguintes tópicos:

1. *Apresentação à comunidade.*
2. *Definição de parcerias e manejo de informações.*
3. *Definição da área a ser pesquisada.*
4. *Recursos materiais e humanos necessários – previsão de custos.*

5. *Seleção da equipe de pesquisadores para realizar o inventário.*
6. *Treinamento da equipe – nivelamento de informações e motivação.*
7. *Principais elementos a serem inventariados.*
8. *Elaboração de questionários específicos.*
9. *Apliação dos questionários.*
10. *Tabulação de dados.*
11. *Manuseio dos dados coletados – análise de resultados.*

#### 1. Apresentação à comunidade

A primeira fase para a realização do inventário é justamente a apresentação do tema à comunidade. Caso o procedimento proposto no capítulo Participação Comunitária e Parcerias para este fim não tenha sido realizado, isto pode ser feito no momento em que for detalhado o projeto do inventário como um todo. Promover um seminário com apoio da prefeitura ou do COMTUR e tomando o cuidado para que todos os principais atores sociais e econômicos locais estejam presentes, pode ser um passo importante. Caso necessário, faça reuniões formais e informais em todos os locais de interesse, incluindo para as comunidades que estão mais afastadas. Utilize as fichas do capítulo de *Planejamento do Ecoturismo* como subsídios para a introdução da proposta de ecoturismo juntamente com as fichas deste capítulo.

Essa primeira introdução ao tema para a comunidade tem três objetivos básicos:

- Propiciar à população um primeiro esclarecimento sobre a importância do inventário e notificá-la de que alguns, ou muitos, serão procurados por pesquisadores.
- Em caso de não haver um grupo já identificado para realizar o inventário (por exemplo, uma associação de guias), informar sobre a necessi-

dade de recursos humanos para este fim e já iniciar o processo de identificação dos mais preparados e interessados.

- Obter apoios diversos ou parcerias institucionais para o desenvolvimento, análise e publicação dos resultados juntos aos setores interessados.

É bom ressaltar que a efetiva compreensão da comunidade sobre a importância do inventário tem um papel fundamental na qualidade da informação que será coletada. Coletar dados, muitas vezes não quantitativos, já é difícil. Se não houver interesse por parte da fonte, ou seja, a pessoa entrevistada, e do próprio pesquisador, essa tarefa se torna ainda mais difícil, aumentando a margem de erro.

#### 2. Definição de parcerias e manejo de informações

O levantamento de informações turísticas é de interesse e depende de vários setores da comunidade ou fora dela. Na comunidade local, a prefeitura, associações de classe (comercial, guias etc.) e os próprios empresários individualmente podem ter um interesse direto no conhecimento e manuseio dos dados levantados pelo inventário. Da mesma forma, outros órgãos públicos, como a EMBRATUR, o órgão de turismo do estado ou do município, universidades (trabalhos de pesquisadores ou alunos), ONG's, prefeituras do entorno ou outros tipos de organizações, como o SEBRAE, também podem se interessar pelas informações. Eventualmente inventários podem já ter sido realizados e, através de pesquisas secundárias (de gabinete) em alguns dos órgãos acima citados, pode-se procurar conhecer seu conteúdo previamente e prever o uso, a complementação ou a atualização dos dados coletados. Esses interesses devem ser materializados por meio de parcerias, gerando subsídios técnicos e financeiros para a realização do inventário e pesquisas.

### Parcerias estratégicas

O momento do inventário é extremamente relevante para se iniciar o processo de estabelecimento de relações parceiras, sejam comerciais ou não, entre os diversos componentes do turismo. Proprietários de terra, chefe de unidades de conservação, donos de pousadas, agências de turismo receptivo, proprietários de vans e barcos e condutores de visitantes são atores importantes e podem vir a merecer um tratamento diferenciado mediante uma pesquisa mais aprofundada e o estabelecimento de parcerias formais.

Para que se mantenha a integridade do processo de realização do inventário e, principalmente, da própria parceria, os seguintes procedimentos devem ser observados (ver capítulo *Participação Comunitária e Parcerias*):

- ❑ Oficialização de contratos formais e transparentes, identificando claramente:  
*Os objetivos da parceria.*  
Deveres, responsabilidades e benefícios de cada parte.  
*Um cronograma de execução do trabalho.*  
Procedimentos gerais técnicos, administrativos e financeiros.  
*Resumo simplificado do acordo para exposição à comunidade.*
- ❑ Estabelecimento de um sistema de comunicação eficaz entre as partes.
- ❑ No caso de prefeituras, a apresentação e discussão do projeto na Câmara dos Vereadores ou, preferencialmente, no Conselho de Turismo, pode dar maior representatividade na formalização do acordo proposto.
- ❑ Produção de relatórios periódicos, com apresentações em foros públi-

cos, como a Câmara, associações comunitárias e de proprietários.

- ❑ Definição de critérios para acesso e utilização das informações.

O estabelecimento de parcerias para o inventário pode ou não se dar no início do projeto de ecoturismo. O importante é que elas sejam buscadas e bem trabalhadas para propiciar um levantamento de informações adequado. Além disso, deve-se discutir os termos do acordo de parceria com as pessoas que irão realizar o levantamento de informações, facilitando a compreensão de todos os envolvidos no processo, bem como o destino dos dados levantados.

### 3. Definição da Área a ser Pesquisada

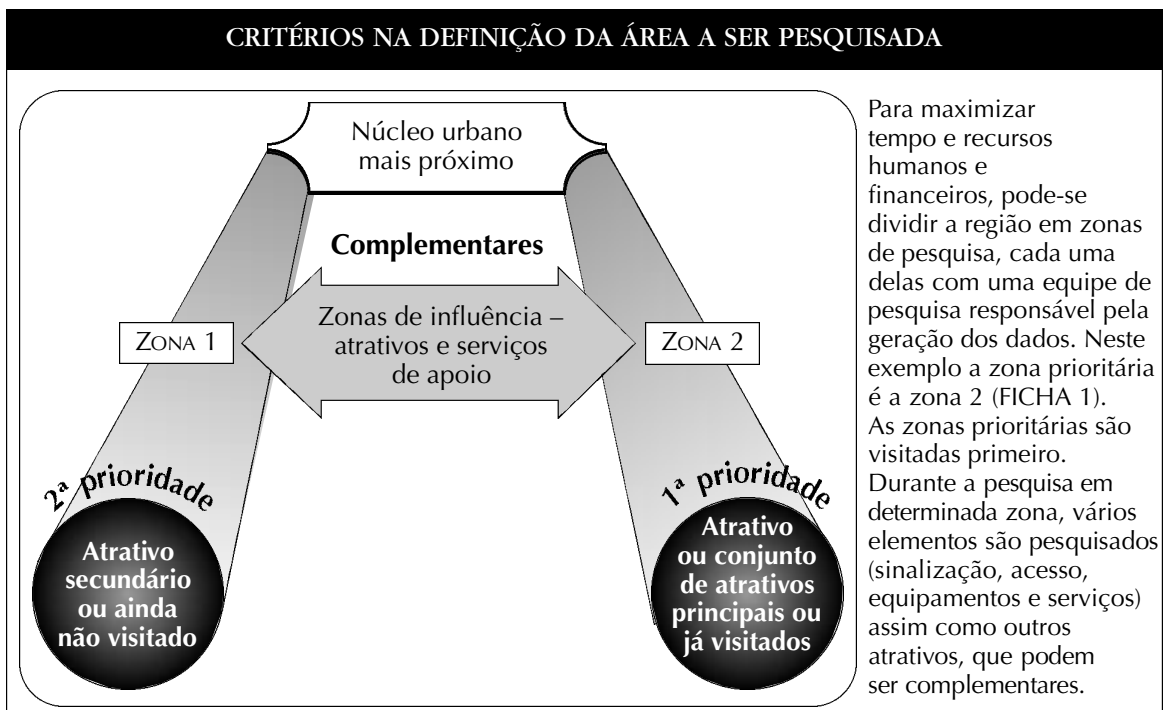
**A**o se elaborar um projeto de ecoturismo, provavelmente a área de abrangência do mesmo já pode estar previamente definida. Pode ser um município, um pólo turístico (vários municípios), uma bacia hidrográfica, uma Unidade de Conservação, ou mesmo a área de influência de uma determinada comunidade ou empreendimento. No caso do inventário turístico, a abrangência da área a ser pesquisada pode ser a mesma do projeto como um todo ou não. De qualquer forma, essa definição é básica para o planejamento do inventário.

Deve-se lembrar que os recursos humanos e financeiros oriundos das parcerias podem limitar ou ampliar a área e o tempo necessário para realizar o inventário. Acordos institucionais com a Prefeitura, por exemplo, podem permitir a ampliação da área de abrangência da pesquisa para gerar dados mais completos, e necessários para um melhor planejamento integrado do ecoturismo na região. Abaixo listamos alguns procedimentos para facilitar a definição de uma área a ser pesquisada que atenda aos interesses e limitações do projeto:

- ❑ Solicitar à equipe de pesquisadores locais que faça uma lista de atrativos já conhecidos (visitados ou não), infra-estrutura turística e outras

- informações que possam ajudar na definição da área. Nesse caso, vale lembrar que certos elementos a serem pesquisados podem estar fora da área inicialmente pensada pelo projeto. Por exemplo, um grande atrativo pode se localizar no município vizinho, mas ser relevante para o desenvolvimento do ecoturismo no município proponente do projeto. Ou apesar de estar no município vizinho, seu acesso é mais fácil pelo município do projeto.
- ❑ Quais são os recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis? Não adianta planejar um inventário muito abrangente se não há recursos suficientes. Utilizar informações levantadas pela equipe de pesquisadores, fazer o planejamento de custos (ver item *Recursos materiais e humanos necessários – previsão de custos*, a seguir) e definir as áreas prioritárias.
  - ❑ Áreas já visitadas, mesmo por moradores da região, são prioritárias. Significa que têm atrativos, despertam o interesse do público, podem ter infra-estrutura turística e, certamente, já sofrem algum tipo de impacto de visitação.
  - ❑ Áreas potenciais identificadas pela equipe de pesquisadores ou outros moradores vêm a seguir, priorizando-se, neste caso, atrativos de maior relevância.
  - ❑ Prever uma reserva técnica para suprir necessidades decorrentes de novos atrativos descobertos durante o inventário. É comum que a equipe de pesquisadores descubra uma seqüência de atrativos em local ainda pouco conhecido da comunidade, principalmente em áreas particulares.
  - ❑ Conforme a equipe for coletando dados em campo, outra equipe já pode ter começado a sua tabulação.

#### 📄 FICHA 1





#### 4. Recursos materiais e humanos necessários – previsão de custos

Por menor que seja a área a ser pesquisada, a realização do inventário e de pesquisas com turistas e comunidade vai demandar investimentos em recursos humanos e materiais. O planejamento prévio dos recursos necessários é importante para garantir a continuidade do projeto. A interrupção por falta de recursos pode comprometer todo o trabalho já realizado de mobilização comunitária, treinamento e parceria, e gerar descrédito em relação ao projeto.

Ao se realizar uma estimativa prévia dos recursos necessários pode-se, então, dimensionar a área a ser pesquisada de acordo com os recursos disponíveis, ou buscar novas parcerias para viabilizar a proposta inicial. A seguir, listamos os recursos necessários para realizar o inventário que devem ser apresentados à comunidade e aos possíveis parceiros para definição de apoios. Alguns deles não são imprescindíveis, mas facilitam e dão maior qualidade ao trabalho, cabendo à equipe de coordenação definir o que julga pertinente ou não.

- ❑ Recursos humanos e serviços de terceiros tais como coordenador de equipes, pesquisadores e tabuladores do inventário, assistência técnica em informática, revelação de filmes, serviços de xerox etc.
- ❑ Meios de transporte tais como carro, barco, animais, bicicleta etc. Dependendo do tamanho da equipe e do tempo disponível para realizar o inventário, mais de um meio de transporte pode ser necessário, sendo um item imprescindível na realização do inventário.
- ❑ Diárias de alimentação e, caso necessário, hospedagem dos técnicos e pesquisadores de campo.
- ❑ Remuneração, mesmo que seja a título de incentivo, para os participantes.

- ❑ Mapas do IBGE e do Ministério do Exército – baratos – de todo o Brasil.
- ❑ Imagens de satélite e laboratório ajudam a localizar atrativos, identificar áreas mais preservadas ou degradadas e aprimoram e enriquecem qualquer mapa turístico da região.
- ❑ Equipamento fotográfico, filmes e pilhas para registro de atrativos, equipamentos e acessos.
- ❑ Binóculos pois ajudam a localizar atrativos, observar animais e aves.
- ❑ Pedômetro para medir distâncias de trilhas e/ou atrativos.
- ❑ Mochilas, lanternas, bússolas, capas-de-chuva, equipamentos de segurança e primeiros socorros para pesquisadores de campo.
- ❑ Aparelhos de localização geográfica (GPS – Global Position System – Sistema de Posicionamento Global) pode ajudar a localizar atrativos e plotá-los em mapas turísticos.
- ❑ Material de consumo tais como papel, pranchetas, lápis e canetas, cartuchos de impressora, combustível etc.
- ❑ Computador com softwares tais como processadores de texto (Word), planilhas eletrônicas (Excel) e sistemas de bancos de dados (Access) para tabulação e análise de dados, impressora para impressão de relatórios e scanner, que facilita o trabalho de arquivamento e disponibilização de fotos dos atrativos e estabelecimentos.

#### 5. Seleção da equipe de pesquisadores para realizar o inventário

O agente pesquisador é peça importante na construção e direcionamento das relações entre os componentes do turismo. Durante a pesquisa pode-se convidar o empreendedor entrevistado para uma parceria e para que contribua de qualquer outra forma no projeto. Desta forma, e diante do

objetivo deste Manual – capacitar comunidades para uma gestão autônoma do ecoturismo – e das qualidades necessárias a qualquer pesquisador, a seleção e treinamento da equipe para realização do inventário devem seguir alguns critérios:

- Selecionar pessoas que tenham uma forte ligação com a comunidade e com o local onde moram. Ou seja, buscar indivíduos que apresentam menor possibilidade de migração para outras regiões. A melhor forma de selecionar pessoas compromissadas com a comunidade é consultar a própria comunidade (ver capítulo *Participação Comunitária e Parcerias*).
- Apesar de não ser um pré-requisito eliminatório, pessoas com maior conhecimento da região colaboram muito no momento de realizar o inventário de atrativos e serviços.
- A aplicação dos questionários do inventário demandam diálogo com informantes. Por isso é muito importante que os pesquisadores tenham facilidade de comunicação oral.
- Realizar um inventário de grande escala exige, de fato, motivação e afinidade da equipe selecionada com a proposta do projeto. Fazer um mesmo questionário dez ou mais vezes em um mesmo dia ou entrevistar uma pessoa desinteressada ou mal humorada tendem a levar ao cansaço ou à monotonia e, muitas vezes, ao erro.
- Por envolver o preenchimento constante de questionários, todos os membros da equipe devem ter boa capacidade de leitura e escrita.
- Atenção especial deve ser dada à estrutura das equipes de trabalho. Definir responsabilidades e hierarquias pode ser um fator de sucesso. Caso a escala da pesquisa exija grandes equipes de trabalho sugere-se a identificação de um líder responsável para cada uma das três principais atividades: coordenadores geral, de campo e da tabulação.

Por fim, a seleção da equipe a ser treinada deve atender a três preocupações:

- ❑ Capacitar um número de pessoas que seja suficiente para realizar o inventário do município ou região.
- ❑ Mudança de residência ou desinteresse são situações que podem sempre ocorrer. Portanto, o grupo deve ter um número mínimo de pessoas que comporte abandonos e garanta a realização de pesquisas e a capacitação de novos pesquisadores no futuro.
- ❑ Sugere-se que o grupo não exceda 10 pessoas, pois é muito difícil treinar uma equipe muito grande.

#### *6. Treinamento da equipe – nivelamento de informações e motivação*

**D**urante a apresentação da proposta de inventário à comunidade, e posteriormente à equipe que o realizará, é importante ressaltar que o ecoturismo é uma atividade complementar, que veio para se somar a outras atividades, que seu crescimento é lento e, espera-se, criterioso. É muito importante que todos os passos fiquem claros para a comunidade evitando, ou ao menos minimizando, a geração de falsas expectativas, fato comum em muitos projetos comunitários.

Como mencionado anteriormente, é essencial que a equipe de pesquisadores se encontre motivada para fazer o inventário. Para que isso ocorra, é necessário que todos compreendam a totalidade do projeto de ecoturismo e a importância do inventário para o projeto. Portanto, é preciso que se faça uma apresentação mais detalhada de todos os passos do projeto e deste Manual, inclusive trabalhando com maior profundidade os princípios do ecoturismo. Como a equipe do inventário será porta-voz do projeto perante boa parte da comunidade, a compreensão de todo o processo não só ajudará na motivação como também capacitará os pesquisadores para uma clara exposição do projeto ao entrevistado.

Importante é ressaltar para a equipe de campo que os dados levantados nessa pesquisa são sigilosos. Sempre serão tratados e divulgados para a comunidade de forma agregada e não serão, portanto, divulgados individualmente.

Para este treinamento deve-se utilizar as fichas do capítulo de *Planejamento Integrado* e deste capítulo para motivar a equipe na aplicação dos questionários. Como o objetivo é o de capacitar e treinar uma equipe, este roteiro deve ser utilizado com maior profundidade e tempo para discussão do que quando apresentado à comunidade.

Percepções pessoais sobre o potencial atrativo dos recursos naturais e culturais de

uma região podem ser muito subjetivas, de modo que é importante estabelecer critérios para se definir hierarquias (ou potencial de atratividade) para seus recursos. Por exemplo, uma cascata de 5m pode ser percebida pela comunidade como um grande atrativo e serão abordadas desta forma na pesquisa, como a maior atração da região. Porém, ecoturistas experientes já terão vivenciados atrativos de maior envergadura. Nestes casos, para ter elementos mais concretos sobre o potencial de seus recursos, os pesquisadores podem atribuir notas aos atrativos de acordo com o potencial de atratividade que possuem dentro do contexto turístico, de acordo com os seguintes critérios :

 FICHA 2

**CRITÉRIOS NA PESQUISA DOS ATRATIVOS**

**Hierarquia para definir potencial de atratividade dos recursos**

- **HIERARQUIA 4:** Recurso turístico de grande interesse capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes internacionais, interestaduais e regionais.
- **HIERARQUIA 3:** Recurso turístico de interesse capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes interestaduais e regionais, servindo ainda de complemento para aqueles de hierarquia 4.
- **HIERARQUIA 2:** Recurso atrativo de relativo interesse capaz de, por si só, motivar correntes de visitantes regionais, podendo servir ainda, de complemento para aqueles de hierarquia superior.
- **HIERARQUIA 1:** Recurso turístico sem potencial suficiente para, por si só, motivar correntes de visitantes locais, podendo servir, porém, de complemento para aqueles de hierarquia superior.

FONTE: Compilado pelo Editor.

*7. Principais elementos a serem inventariados*

**D**ependendo do estágio de desenvolvimento sócio-econômico da região pesquisada, da oferta de infra-estrutura e serviços, assim com da presença de fluxos turísticos, podem ser diversos os elementos que devem ser inventariados. Assim, a

decisão de quais serão incluídos em cada inventário depende destas condições e também dos objetivos que se espera alcançar com o projeto de ecoturismo de forma geral e, de forma específica, com o inventário. Deve-se atentar para que a escala de alcance da pesquisa seja condizente com os recursos humanos e materiais que o projeto disporá. Por exemplo, deslocamentos para

locais distantes que exigem carros tracionados ou muitas horas de barco, são custosos e nem sempre possíveis.

A ficha a seguir mostra a importância do inventário, dos dados que se quer coletar e a relação destes com as necessidades de diagnóstico e planejamento. Os exemplos

oferecidos devem ser expandidos e adequados à realidade do município ou da região em questão. As possibilidades de levantamento devem ser consideradas junto com a equipe na ocasião de decidir o que é ou não relevante para o projeto.

📄 FICHA 3

PRINCIPAIS ELEMENTOS A SEREM INVENTARIADOS – ATRATIVOS		
ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
<b>Atrativos naturais (cênicos, recursos remanescentes ou em extinção)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Áreas naturais protegidas</b> – parques públicos e privados e demais áreas que permitem visitação;</li> <li>▶ <b>Montanhas</b> – picos, serras e cânions, suas trilhas e seus mirantes;</li> <li>▶ <b>Planaltos e Planícies</b> – chapadas e vales;</li> <li>▶ <b>Costas e Litorais</b> – praias, manguezais, recifes de corais, baías e enseadas, barras de rios e dunas;</li> <li>▶ <b>Ilhas e arquipélagos</b> – locais para mergulhos;</li> <li>▶ <b>Cavidades Subterrâneas</b> – grutas e cavernas;</li> <li>▶ <b>Recursos Hídricos</b> – rios, lagos, lagoas, nascentes, canais e represas, cachoeiras e corredeiras, praias de rio, balneários;</li> <li>▶ <b>Flora</b> – mata primária, mata secundária, exemplares raros ou em extinção;</li> <li>▶ <b>Fauna</b> – observação de aves, ninhais, criadouros naturais, presença ou vestígios de mamíferos, animais em extinção, criadouros comerciais, locais para pesca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Como o próprio nome indica, os atrativos fazem com que o turista seja atraído até uma determinada região.</li> <li><input type="checkbox"/> Deve-se hierarquizar o seu potencial de atração atribuindo valores dentro de um contexto de mercado mais amplo.</li> <li><input type="checkbox"/> Para sabermos o que promover, quantos e quais tipos de turistas queremos em nossa região, é necessário conhecer os atrativos, a oferta de equipamentos e serviços de apoio e quantas pessoas podem ter acesso a esses atrativos em um mesmo momento sem gerar alto impacto ambiental ou queda na qualidade da experiência do visitante (capacidade de carga).</li> <li><input type="checkbox"/> Da mesma forma, o inventário oferece dados para subsidiar a elaboração de medidas de preservação e recuperação, bem como possibilitar o monitoramento da qualidade e integridade destes atrativos, seus acessos e serviços agregados.</li> </ul>
<b>Atrativos e Manifestações Culturais Religioso, Cívico, Artístico ou popular)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Culturais e Históricos</b> - sítios históricos, arqueológicos ou étnicos; (índios, caixas e quilombolas), monumentos, construções, ruínas e esculturas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Idem, pelo item acima.</li> </ul>

ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
	civis, religiosas e históricas; museus; eventos e festas culturais; minas antigas; estradas e trilhas históricas; <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Gastronômicas</b> – bebidas, comidas, doces e salgados típicos;</li> <li>▶ <b>Artísticas</b> – contadores de histórias, grupos étnicos, folclóricos e populares de danças e música;</li> <li>▶ <b>Artesanato</b> – Cestarias, tapetes, cerâmicas, metais, pinturas, papel, motivos locais;</li> <li>▶ <b>Eventos programados</b> – Feiras, mercados, exposições, congressos/seminários, eventos esportivos, eventos turísticos;</li> <li>▶ <b>Centros Técnicos</b> – zoológico, jardins botânicos/hortos.</li> </ul>	

**PRINCIPAIS ELEMENTOS A SEREM INVENTARIADOS – SERVIÇOS**

ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
<b>Serviços de apoio direto ou indireto ao ecoturismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Meios de hospedagem</b> – hotel, hotel fazenda, resort, colônia de férias, hotel de lazer, motel, spa, apto. ou chalé temporário, hotel residencial ou flat, hospedaria, albergue da juventude, alojamento, pousada, pensão, camping, casas de aluguel e veraneio;</li> <li>▶ <b>Alimentação</b> – restaurantes (variado, churrasco, pizza, peixes/frutos do mar, comida caseira, comida típica e regional) e diversos (mercado, açougue, lanchonete, bar, doceria, sorveteria);</li> <li>▶ <b>Agências</b> – de turismo receptivo;</li> <li>▶ <b>Serviço de guiagem</b> – guias, condutores, monitores, mateiros;</li> <li>▶ <b>Meios de transportes e acessos Intermunicipais e Interestaduais</b> – Rodoviário, fluvial (balsas e/ou barcos), ferroviário, aéreo;</li> <li>▶ <b>Meios de transportes e acessos locais</b> – táxis, vans, kombis,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Os serviços geram benefícios econômicos para a comunidade e são a base de sustentação para uma maior permanência e satisfação do turista.</li> <li>☐ O aprimoramento e a diversificação dos serviços existentes geram maiores possibilidades de lucros para a comunidade e de atividades para o turista.</li> <li>☐ A identificação de serviços turísticos sendo oferecidos na região, como agências e guias, são estratégicos para estabelecimento de parcerias futuras.</li> <li>☐ O conhecimento dessa realidade facilita o planejamento de novos serviços necessários. Preocupe-se principalmente com qualidade, quantidade e diversidade dos serviços, geração de empregos e necessidade de mão-de-obra.</li> </ul>

ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
	<p>barcos, avião destinados ao apoio para acesso aos atrativos;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Outros serviços de turismo e lazer</b> – locação de motos, bicicletas e cavalos, locação e venda de equipamentos de escalada/espeleologia ou esportes de aventura em geral (p.ex.) bóia-cross;</li> <li>▶ <b>Recreação, entretenimento e espaços para eventos artísticos e culturais</b> – cinema, teatro, casas de shows, centros esportivos, centros culturais, parques de diversão, boate, clubes;</li> <li>▶ <b>Estabelecimentos comerciais de apoio turístico</b> – loja de materiais fotográficos, de artesanatos ou “souvenirs”.</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> O inventário pode também levantar quais subprodutos estes serviços necessitam, demonstrando quais tipos de atividades devem ser incentivadas no município (por exemplo, sub-produtos do leite).</p>

## PRINCIPAIS ELEMENTOS A SEREM INVENTARIADOS - INFRA-ESTRUTURA

ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
<b>Infra-estrutura básica e de apoio ao ecoturismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Auto-Serviços</b> – postos de gasolina, borracharia, oficinas mecânicas e elétricas, guinchos e auto-peças;</li> <li>▶ <b>Comunicação</b> – Posto telefônico, emissoras de rádio e televisão, jornais, agências postais e telegráficas, emissoras, editoras;</li> <li>▶ <b>Bancos</b> – Agência comum, posto de serviço ou caixas eletrônicos 24 horas;</li> <li>▶ <b>Saúde</b> – Hospitais, postos de saúde e pronto-socorro públicos ou privados, farmácias, clínicas médica e odontológica;</li> <li>▶ <b>Segurança</b> – Polícia Militar Florestal e Bombeiros, polícias federal, civil ou rodoviária, Receita Federal, Defesa Civil, Guarda Municipal;</li> <li>▶ <b>Outros</b> – sinalização turística e rodoviária, paisagismo, iluminação, sistema de água e esgoto, coleta de lixo, banheiros públicos, áreas públicas, aparência geral da cidade ou vila etc.</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> A infra-estrutura não só facilita o acesso e permanência do turista, mas também tem papel importante na forma como ele percebe a comunidade.</p> <p><input type="checkbox"/> Regiões com muitas carências em infra-estrutura podem ter problemas na execução de projetos ou para atrair demandas.</p> <p><input type="checkbox"/> A identificação da infra-estrutura disponível é necessária para informar o turista, e também para suprir eventuais carências através de indicações das necessidades básicas ao poder público.</p> <p><input type="checkbox"/> Além das necessidades normais de qualquer comunidade, o incremento da visitação e as concentrações de visitantes em determinada época gera maior demanda de infra-estrutura no município.</p>

PRINCIPAIS ELEMENTOS A SEREM INVENTARIADOS – COMUNIDADES E VISITANTES		
ELEMENTOS	EXEMPLOS	MOTIVO
<b>Comunidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ População envolvida e não envolvida com o turismo.</li> <li>▶ Prefeitos e técnicos públicos em turismo</li> <li>▶ Representantes de ONG's socio-ambientalistas</li> <li>▶ Líderes comerciais, de cooperativas (pesca, artesanato), de condutores de visitantes</li> <li>▶ Chefes e técnicos de Unidades de Conservação</li> <li>▶ Donos de pousadas e agências</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Alguns destes podem vir a merecer um tratamento diferenciado mediante uma pesquisa mais aprofundada e o estabelecimento de parcerias formais</li> <li><input type="checkbox"/> Por exemplo, uma pesquisa com o chefe de unidade de conservação pode ser relevante para ecoturismo dentro ou no entorno de áreas protegidas.</li> <li><input type="checkbox"/> É fundamental para os princípios do ecoturismo o conhecimento do que a comunidade pensa e quer em relação à atividade. Isto pode direcionar o grau desejado do seu desenvolvimento no município, indicar as causas de desconforto da comunidade com os problemas gerados pela visitação, ou as necessidades de informação da comunidade em relação ao turismo.</li> </ul>
<b>Visitantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Dados geográficos – Origem, meio de transporte;</li> <li>▶ Dados sócio-econômicos – faixa etária, profissão, sexo, motivações, média de permanência e de gastos diários, grau de satisfação;</li> <li>▶ Motivações – como soube da região, decisão de compra, expectativas;</li> <li>▶ Percepções e satisfação – sugestões, percepção de impacto ambiental ou de carências nos serviços etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> O turista é nosso cliente, aquele que traz benefícios e problemas. Ao conhecê-lo mais profundamente, nos capacitamos para melhor atendê-lo, aumentando sua satisfação, sua permanência no município e, conseqüentemente, incrementando o benefício econômico para a comunidade.</li> <li><input type="checkbox"/> Da mesma forma, podemos tentar atrair o turista ideal para nossos objetivos e desestimular atividades de visitantes indesejáveis.</li> </ul>

### 8. Elaboração de Questionários Específicos

As fichas apresentadas dão uma idéia da ampla abordagem que pode vir a ter a pesquisa de dados para o planejamento adequado do ecoturismo e, assim, surge a necessidade de adaptar e melhorar os modelos ou mesmo elaborar questionários novos e específicos. Provavelmente será mais fácil uma ou duas pessoas desenvolverem os questionários e os apresentarem à equipe, por economizar tempo em discussões. No entanto, a participação direta do grupo no desenvolvimento dos questionários apresenta duas grandes vantagens:

- ❑ A primeira se refere à adequação do questionário à realidade a ser pesquisada. A participação da equipe de pesquisadores locais garante maior abrangência na coleta de dados, ao mesmo tempo que propicia a eliminação de variáveis não existentes na região.
- ❑ A segunda vantagem se refere ao preparo da equipe para aplicação dos questionários. A não compreensão de questões abordadas no questionário, e especialmente do que se quer obter por meio dessas questões, é uma das grandes causas de erros de preenchimento ou de desmotivação para aplicar o questionário. Ao sugerir, questionar e aprovar itens dos questionários, a equipe se sentirá mais motivada por ser aquele um produto do grupo e não algo pronto que deve ser interpretado e compreendido.

A Ficha 3, *Principais elementos a serem inventariados*, deve ser utilizada para determinar o que queremos inventariar e o que de mais importante precisamos saber. Por exemplo, tanto a Ficha 3 como o questionário de atrativos nos indicarão uma série de locais ou atividades que podem atrair o turista. Na elaboração do questionário, o exercício é o de se criar perguntas específicas para os atrativos existentes na região e

que atendam às necessidades para o diagnóstico e planejamento.

Os questionários apresentados em anexo são modelos / exemplos de questionários para servir de base para essa adequação. Como estes questionários são frutos da experiência em aplicá-los em projetos de ecoturismo, muitas questões podem ser utilizadas em qualquer ambiente. Por outro lado, a realidade do grupo que desenvolveu o questionário apresenta variáveis que podem não ser aplicáveis em outras regiões. Da mesma forma, características particulares de diferentes regiões podem não estar sendo abordadas. É por isso que os modelos servem apenas de base, devendo ser analisados e discutidos pelo grupo de pesquisadores, criando-se, então, o questionário local. Como é muito difícil se chegar a um questionário ideal sem testá-lo, recomenda-se a adoção do seguinte método:

- a. Distribuição dos modelos ao grupo, com tempo suficiente para que todos avaliem e identifiquem questões procedentes, improcedentes e as necessárias em relação à realidade local. Para agilizar a avaliação em grupo, solicitar a cada um que faça suas observações por escrito.
- b. Tendo por base os modelos oferecidos e o conhecimento próprio da equipe, os questionários podem ser reconstruídos, com a eliminação, alteração e/ou inserção de novas questões. Esta é uma atividade desgastante, sendo, portanto, aconselhável fazer o trabalho em etapas, preferencialmente desenvolvendo um questionário por dia.
- c. Após a construção de todos os questionários, estabelecer um período para testes. Todos os questionários devem ser testados por diferentes pessoas em diversas situações reais, ou seja, em campo. Nesta fase, a qualidade da informação obtida não é uma preocupação, mas sim conhecer a forma de aplicação do questionário. Todas as questões que geram dificuldades de respostas por parte do entrevistado e/ou de preenchimento por parte



do pesquisador, devem ser marcadas e as devidas observações anotadas. É também neste momento que são detectadas “lacunas” no questionário – questões que não foram previamente formuladas mas que são relevantes e devem ser pesquisadas.

- d. É importante observar que o momento de teste serve também como treinamento da equipe para as atividades de pesquisa, avaliação dos itens pesquisados e exposição do projeto. É sempre bom lembrar que o pesquisador será um porta-voz de todo o projeto e que a explicação dos motivos do inventário pode ter influência na qualidade dos dados a serem obtidos. Portanto, o teste também serve para mostrar se a equipe está afinada e quais são as maiores dificuldades de aplicação. Por ser um momento importante e de busca de confiança por parte de toda a equipe, aconselha-se que a fase de teste se inicie com o grupo todo junto, aplicando um mesmo questionário e praticando a apresentação. Num segundo momento, o teste pode ser desenvolvido em duplas ou individualmente.
- e. Findo o período de testes, reavaliar, reorganizar ou eliminar questões problemáticas, elaborar e inserir as questões ausentes e trabalhar os problemas individuais e de grupo quanto à compreensão e explanação do projeto.
- f. Após a readequação dos questionários e preparo da equipe, estabelecer um novo período para testes e avaliação dos questionários. Nesse momento, o primordial passa a ser a qualidade dos dados coletados, com a avaliação da estrutura dos questionários sendo um segundo objetivo. Deve-se corrigir ou refazer questionários aplicados na primeira fase de testes e aplicar novos questionários repetindo as fases 3, 4 e 5.
- g. Ao final de todo o inventário, fazer uma última avaliação dos questionários e, se for o caso, recomendar mudanças necessárias para futuros levantamentos.

Um questionário pode conter perguntas abertas ou fechadas. Nas fechadas, as

respostas são exatas e objetivas (“sim” ou “não”, quantidades, uma ou mais entre várias opções), facilitando a tabulação e permitindo que dados estatísticos sejam gerados automaticamente. Nas abertas as perguntas exigem respostas descritivas (em texto), com muito conteúdo subjetivo, dificultando a geração estatística em computadores. Para facilitar o trabalho de tabulação e análise dos dados, orientar a equipe para ser objetiva no preenchimento, solicitando esclarecimentos de respostas imprecisas, escrevendo de forma concisa e evitando adjetivos vagos.

Também é possível checar a qualidade dos questionários e do trabalho realizado pelos pesquisadores por meio da tabulação dos dados. Textos incompreensíveis, difícil interpretação de respostas subjetivas, números contraditórios e vícios de preenchimento são problemas comuns. Para minimizar e corrigir estes problemas deve-se identificá-los através da prévia tabulação dos dados originados nos testes de campo, mesmo que manualmente, visto o sistema de tabulação só ficar pronto com a definição final da estrutura dos questionários, e devem ser comunicados às equipes de campo em novas reuniões de nivelamento.

Uma das formas de afinar o trabalho da equipe, principalmente nas questões subjetivas e/ou que demandam uma avaliação por parte dos pesquisadores, é por meio da conferência da aplicação por amostragem, pela seleção aleatória de alguns questionários preenchidos e a avaliação dos mesmos nos locais aonde foram aplicados.

### 9. Aplicação dos questionários

**M**esmo após toda a fase preparatória de treinamento da equipe de pesquisadores o ideal é que se estabeleça uma estratégia de monitoramento e avaliação individual e em grupo do andamento dos trabalhos. Alguns procedimentos básicos para o trabalho de campo são indicados a seguir:

- *Questionários devem ser preenchidos pela equipe de pesquisadores.*

Pode parecer mais fácil e prático solicitar ao proprietário de um empreendimento ou atrativo que preencha o questionário. Mas este não teve o treinamento da equipe, desconhece muitos dos termos abordados e pode não estar muito disposto a preencher o questionário. Além disso, certos itens, como avaliação de impactos, dependem da interpretação e conhecimento do pesquisador. Se for necessário, somente o questionário de visitantes deve ser preenchido pelo entrevistado.

- *Distribuir equipe em duplas (idealmente um homem e uma mulher).*

O trabalho em duplas proporciona mais confiança e conforto aos pesquisadores. Facilita a definição de levantamentos não objetivos, como impactos ambientais e qualidade de estruturas.

- *Boa aparência e seriedade.*

Roupas e pessoas limpas, seriedade na abordagem e na realização do questionário são importantes. É sempre bom lembrar que os pesquisadores são os representantes do projeto e a seriedade do(a) entrevistador(a) influencia a percepção do(a) entrevistado(a) em relação ao projeto. Camisetas ou crachás de identificação do projeto podem auxiliar.

- *Boa logística.*

A realização de inventário para projetos de ecoturismo sempre envolve viagens de campo. O bom planejamento de distâncias a serem percorridas, do número de atrativos e estabelecimentos em uma determinada área e dos recursos necessários facilita o trabalho do pesquisador, maximiza resultados e minimiza custos.

- *Fazer reuniões periódicas do grupo.*

As experiências e dúvidas são sempre frequentes. O grupo deve ter oportunidade de permutá-las, enriquecendo o processo de realização do inventário e transformando-o

em um procedimento de capacitação e aprimoramento permanente. A frequência das reuniões deve ser definida de antemão, de forma a criar uma rotina para o grupo.

- *As responsabilidades pela conferência dos dados são de todos da equipe*

Além da revisão efetuada pelo coordenador do inventário, o próprio pesquisador (e o coordenador de campo se houver), é o responsável pela conferência criteriosa dos questionários, antes de entregá-lo ao tabulador. Dessa forma, possíveis problemas ou dificuldades da equipe podem ser resolvidos de imediato evitando paralisações ou mesmo o comprometimento do trabalho.

#### 10. Tabulação de dados

**A**pós a definição da estrutura final do questionário, passa-se ao processo de elaboração do sistema de tabulação dos dados e do treinamento da equipe responsável. Reparem que os modelos de questionários apresentados nos anexos não estão indexados. Esse processo exige alguém ou uma empresa com conhecimento de informática e se divide nas seguintes fases: **(a) preparo do sistema de tabulação (software ou planilhas); (b) teste do sistema;** e **(c) tabulação dos dados.** Por ser custoso, procure parcerias com empreendedores locais ou com a prefeitura, entre outros.

##### a) Preparo do Sistema de Tabulação

Caso não haja na comunidade alguém com conhecimento em informática, deve-se buscar pessoa ou empresa para desenvolver um sistema de tabulação que seja adequado aos questionários desenvolvidos, prático o suficiente para que pessoas da comunidade tenham condição de utilizá-lo e que forneça, ao final da tabulação, os principais resultados desejados.

Nesse caso, pode-se optar tanto pelo desenvolvimento de um programa específico para o gerenciamento dos dados dos questionários ou apenas pela utilização de planilhas eletrônicas disponíveis em soft-

wares de fácil acesso como Excel e Access. Contratar uma empresa para desenvolver um programa específico (banco de dados) para os questionários elaborados, apesar de ser um pouco mais cara, é aconselhável por facilitar todo o trabalho e disponibilizar dados com mais eficiência e rapidez. Independente da opção escolhida (programa de gerenciamento de dados ou planilhas eletrônicas), é necessária a assessoria de técnicos especializados. É importante saber que qualquer sistema de tabulação, por envolver cruzamentos de informações, só fica realmente pronto após testado. Portanto, ao ser contratada uma assessoria, esta deve garantir treinamento da equipe para manejo do sistema e manutenção do mesmo por um bom período de tempo.

#### b) **Teste do Sistema de Tabulação**

De posse do sistema de tabulação, é preciso definir quem será responsável pela tabulação dos dados. Recomenda-se que esse trabalho seja feito por um número reduzido de pessoas (entre 2 e 4) para garantir seqüência e qualidade. É um trabalho que demanda muita concentração, sendo recomendável, se possível, pessoas com algum conhecimento de informática.

Inicialmente é necessário fazer um teste com o sistema, tabulando alguns questionários e verificando o que deve ser corrigido ou melhorado. Recomenda-se a tabulação de pelo menos dois questionários de cada modelo (atrativos, meios de hospedagem etc.), para que seja possível avaliar também o cruzamento e a totalização de dados.

#### b) **Tabulação de Dados**

Após a fase de testes e correção do sistema, é feita a tabulação de todos os questionários. Durante a tabulação, os seguintes detalhes devem ser observados:

- ❑ O tabulador é também o revisor final dos questionários. Questionários com respostas incompletas, duvidosas ou números questionáveis, devem ser separados para futuras correções.

- ❑ Por ser um trabalho repetitivo e cansativo, erros de tabulação acontecem. Se possível, uma pessoa deve revisar os dados tabulados. Nesse caso, é melhor que a revisão seja feita por uma pessoa que não tenha sido designada anteriormente para tabular os dados, pois, após dezenas de questionários tabulados, qualquer pessoa desenvolve vícios na leitura e digitação dos mesmos.
- ❑ Para evitar surpresas desagradáveis deve-se fazer cópia de segurança (backup) dos dados tabulados.

### 11. *Manuseio dos Dados Coletados – Resultados*

Feita a tabulação dos dados, a etapa seguinte é justamente disponibilizar estes dados para as pessoas que farão o diagnóstico e o planejamento, para os turistas e para outras pessoas ou empresas que possam utilizar as informações, como agentes e agências de turismo. Além disso, é importante definir os dados que não serão colocados à disposição de pessoas alheias ao projeto. Por exemplo, áreas que apresentam grande potencial de visitação, mas ainda não descobertas pelos turistas, devem ser resguardadas até que se decida se elas serão abertas à visitação e como serão preparadas e monitoradas. Investidores não residentes na comunidade podem descobrir as áreas de maior potencial e adquiri-las, dificultando todo um propósito de ecoturismo com bases comunitárias. O ideal é que coordenadores do projeto e representantes da comunidade decidam antecipadamente quem terá acesso às informações e de que forma poderão ser utilizadas.

Para geração de resultados, é necessário que as pessoas que os utilizarão forneçam, a quem for desenvolver o sistema de tabulação, indicativos do que se quer extrair dos questionários. A seguir, listamos algumas informações básicas que poderão ser obtidas por meio do inventário:

- ❑ **Informações gerais**, ou seja, totais absolutos. Por exemplo, número de hotéis e leitos, de restaurantes, de atrativos naturais e históricos, de empregos gerados, etc.
- ❑ **Particularidades diante de totais gerais** (em porcentagem). Por exemplo, entre todos os atrativos naturais, quantos apresentam baixos índices de degradação ambiental?
- ❑ **Informações segmentadas e cruzadas** (por local, por tipo de turista, por tempo de existência, dia da semana, temporada, origem, por área mais impactada). Exemplos: quantos são os atrativos com cachoeiras? Qual é a porcentagem desses atrativos que se encontram muito degradados? E pouco degradados? Que tipo de turista frequenta este tipo de atrativo? E qual é o tipo de turista que frequenta mirantes?
- ❑ **Listagens**. Exemplos: lista de todos os restaurantes, com seus respectivos proprietários e endereços; lista de todos os atrativos que apresentam alto grau de degradação ambiental; lista de atrativos ainda não visitados.
- ❑ **Etiquetas para endereçamento**. Por exemplo, etiquetas com nome e endereço de todos os proprietários de estabelecimentos inventariados.

Como se pode observar, as respostas à perguntas fechadas (números objetivos e opções pré-determinadas) dão margem a uma infinidade de usos. Para facilitar a organização dos dados, perguntas como as formuladas acima devem ser feitas no desenvolvimento do sistema de tabulação para que as respostas sejam obtidas automaticamente ao final da tabulação. Já as respostas

das perguntas abertas, por possuir demasiado caráter subjetivo que dificulta a precisão no estabelecimento de padrões objetivos de respostas, demandam um trabalho de seleção e interpretação que não se pode fazer automaticamente. A única coisa que se pode obter rapidamente é uma relação dos principais padrões de respostas em cada pergunta aberta, que devem ser trabalhadas posteriormente. De posse dessa relação, respostas similares podem ser agrupadas e contabilizadas, gerando um diagnóstico.

Quanto mais se trabalham os dados, mais se descobrem as possibilidades de resultados e interpretação. Mesmo que se solicite da empresa ou pessoa responsável uma ampla gama de resultados, é praticamente impossível imaginar com antecedência toda essa diversidade de utilização dos dados do inventário. Portanto, é aconselhável que uma ou duas pessoas sejam treinadas para “mergulhar” um pouco mais no sistema, facilitando futuras necessidades de obtenção e cruzamentos de dados.

Os principais objetivos de uso dos resultados do inventário podem ser diagnósticos complexos para planejamento regional ou simplesmente para se estabelecer um produto de ecoturismo. Alguns usos são listados a seguir, lembrando que eles podem também ser usados para setores que não o do turismo:

- Dependendo da escala e abrangência do inventário, a prefeitura pode se beneficiar dos dados para planejar (ou recuperar) itens da infra-estrutura, tais como estradas, iluminação ou coleta de lixo;
- *Agentes de turismo podem elaborar produtos com maior facilidade;*
- Investidores de fora ou da própria localidade podem decidir seus projetos tendo por base informações mais seguras.

## ESTUDO DE CASO

### INVENTÁRIO PARTICIPATIVO NA COMUNIDADE DA BARRA DO SUPERAGUI GUARAQUEÇABA, PARANÁ

O Parque Nacional do Superagüi localiza-se no município de Guaraqueçaba, litoral norte do Estado do Paraná, compreendendo cerca de 11% da Área de Proteção Ambiental (APA) de Guaraqueçaba. Foi criado em 1989, sendo ampliado em 1997, abrangendo partes da APA e ARIE (Área de Relevante Interesse Ecológico) da Ilha do Pinheiro e Pinheirinho, e estendendo sua proteção ao continente, totalizando 34.254 ha.

O Parque é formado pelas ilhas das Peças, Superagüi, Pinheiro e Pinheirinho, com formações costeiras arenosas, Floresta Atlântica, restingas e manguezais. Suas florestas de restinga abrigam grande variedade de orquídeas, uma espécie de primata recém identificada, o mico-leão-da-cara-preta (*Leontopithecus caissara*) e espécies ameaçadas de extinção, como o papagaio-da-cara-roxa (*Amazona brasiliensis*). Suas praias, entre as últimas preservadas com características originais, recebem espécies migratórias todos os anos. Em 1953 foi aberto o Canal do Varadouro, transformando em ilha artificial o braço do continente – Superagüi – e permitindo a ligação marinha segura entre Iguape e Paranaguá.

Nos últimos anos vem sofrendo crescente pressão do turismo descontrolado e, conseqüentemente, tem perdido cobertura vegetal nativa, assim como têm crescido os problemas de comercialização de animais silvestres, exploração de recursos florestais e construções irregulares.

#### PROJETO DE ECOTURISMO

Um dos objetivos do programa de ecoturismo é o desenvolvimento de ações conjuntas com a comunidade de forma que haja maior integração com o projeto e maiores benefícios sociais e econômicos para a população local. Entre as ações delimitadas estão a realização de um inventário da infra-estrutura, equipamentos, serviços e atrativos turísticos existentes no entorno do Parque Nacional do Superagüi, capacitando a comunidade no processo de pesquisa e planejamento de ecoturismo. Dessa forma, resolveu-se aplicar o método participativo de inventário de ecoturismo.

Inicialmente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre a região, levantando dados sobre fauna, flora e história das comunidades. Depois, procedeu-se à elaboração e aplicação do questionário para o levantamento sócio-econômico, realização de reuniões, encontros e palestras sobre o tema ecoturismo, a seleção e capacitação de equipe local para a realização de inventário da oferta turística, a aplicação dos questionários de inventário, a tabulação e análise dos dados, e, finalmente, a apresentação dos resultados para a comunidade.

Dentre os resultados positivos, ressaltamos a participação da comunidade no processo de implantação do ecoturismo, a capacitação da equipe local para realização de inventário da oferta turística e a realização do inventário da infra-estrutura, equipamentos, serviços e atrativos naturais existentes no entorno do Parque Nacional do Superagüi.

As dificuldades encontradas pelos técnicos do projeto foram de diversos tipos. Por um lado, o início do trabalho foi marcado pela necessidade de superar a desconfiança da comunidade local com os “de fora” e o desconhecimento sobre o tema ecoturismo. As características geográficas de distribuição das comunidades, associadas às condições

climáticas adversas, impossibilitaram por vezes a realização de reuniões e encontros. Para vencer essas dificuldades, a equipe intensificou os contatos com a comunidade, constantemente reiterando sua presença e seus intuítos, sem pressa em avançar nas atividades do diagnóstico. Foram realizadas vários tipos de atividades em diversos locais: oficinas, palestras, encontros, reuniões sobre o tema ecoturismo.

Um outro aspecto foram as dificuldades operacionais da SPVS para tabular os dados, pois os técnicos do projeto não conseguiram operacionalizá-los. Assim, um técnico da empresa que desenvolveu o software visitou a SPVS para implantar o sistema e capacitar a equipe para o seu manuseio.

Finalmente, como este foi o primeiro projeto a realizar o inventário participativo, houve algumas dificuldades na aplicação das fichas de inventário. Por um lado, as fichas aplicadas foram as originais desenvolvidas para o Projeto Veadeiros, não adequadas para as características sociais e ambientais da região (estuário). Por outro lado, algumas questões das fichas suscitaram dúvidas quanto à sua interpretação, demandando repetidas consultas com o autor do capítulo para esclarecimentos. Assim, foi necessário reestruturar as fichas para melhor compreensão dos responsáveis por sua aplicação (grupo da comunidade) e para sua melhor adequação às características locais.

#### LIÇÕES APRENDIDAS

As principais lições aprendidas durante a realização do inventário participativo foram:

- Os trabalhos com comunidades devem ser frequentes; mensais, no mínimo.
- Devem-se criar mecanismos de motivação para a comunidade participar das atividades.
- Deve-se trabalhar sempre com pequenos grupos, de no máximo 10 pessoas, para facilitar a adequação da linguagem, compatibilização de conhecimentos, utilizando-se de recursos didáticos variados.
- Sugere-se a utilização da técnica de psicossíntese com atividades não verbais.
- É de extrema importância que a instituição não assuma compromissos com as comunidades que não poderão ser realizados.
- O estabelecimento e manutenção da credibilidade institucional diante das comunidades é essencial para a realização da atividade de forma participativa.
- Deve-se planejar todas as atividades com tempo hábil e realista.

#### OUTROS COMENTÁRIOS

- A psicossíntese foi fator primordial no contato com as comunidades. Desinibidos, eles tornaram-se muito mais atentos, interessados e participativos.
- O projeto funciona como um intermediador em negociações em nome da comunidade junto a interlocutores não locais para trazer-lhes melhorias, como por exemplo, serviços odontológicos etc.
- Todo o processo de desenvolvimento de cada uma das atividades deve estabelecer-se como uma troca, evitando cair no sistema de assistencialismo.
- A remuneração do trabalho da equipe de pesquisadores locais foi muito importante pois, em alguns casos, foi a primeira vez que os membros da comunidade receberam algo em troca de seu trabalho.
- Um dos objetivos do desenvolvimento do ecoturismo é a geração de renda. A remuneração da equipe de inventário foi uma forma de fazer chegar à comunidade o dinheiro captado pela SPVS para a realização do projeto.

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

##### ☐ **Adapte este capítulo ao seu projeto**

Apesar da aparente complexidade deste capítulo, deve-se levar em conta que ele foi estruturado para atender situações diversas, inclusive a possibilidade de escala e abrangência significativamente maiores que muitos projetos de ecoturismo de base comunitária. Assim, a adaptação, e conseqüentemente a simplificação, para a realidade de pequenos projetos é um trabalho de percepção criteriosa do que deve ser investigado ou não.

##### ☐ **Cuidados com a interpretação dos resultados.**

Ao se interpretar os resultados de levantamento de dados ou de pesquisas junto à comunidade e turistas, é importante questionar qual é o grau de precisão desses resultados. Uma série de fatores pode implicar distorção da realidade. Erros na aplicação dos questionários e no manuseio dos dados obtidos são os mais óbvios. Outros podem envolver métodos de pesquisa inadequados. Por exemplo, ao se pesquisar o mercado consumidor dificilmente um projeto terá condição de entrevistar todos os turistas em todas as diferentes épocas do ano. Portanto, uma pesquisa com turistas geralmente entrevista um certo número de turistas (amostra) e extrapola os resultados para todos os turistas (população). Fatores como baixa/alta estação, feriados, dias comuns e finais de semana podem afetar o tipo de turista em um determinado atrativo. Da mesma forma, sexo, idade, profissão, nível de renda, escolaridade e origem são fatores que interferem na motivação e percepção de turistas. Se a amostra não for adequadamente selecionada, é grande o risco de que os resultados da pesquisa não correspondam à realidade. Então, deve-se atentar para mecanismos de checagem de resultados e, nos casos em que a pesquisa for trabalhar apenas com amostras, recomenda-se a consulta a especialistas para que o resultado seja de maior confiança.

##### ☐ **Dados do inventários devem ser atualizados**

Os dados coletados representam as características de um momento, o momento da pesquisa. Tanto para as fases seguintes do projeto como momentos futuros é aconselhável se manter atualizados os dados do banco. Por exemplo, determinados acessos a recursos ainda não utilizados podem ser melhorados ou contar com novas alternativas de transporte ou de serviços e equipamentos de apoio. Desta forma o projeto pode se beneficiar, por exemplo, com a elaboração de novos produtos de ecoturismo, se houver uma estratégia de busca e atualização de dados.

##### ☐ **Programa RINTUR da EMBRATUR**

A EMBRATUR tem um programa de incentivo à realização de inventário turístico, o RINTUR, que fornece questionários para inventários turísticos. Recomenda-se a consulta à EMBRATUR para obtenção dos questionários e verificar possibilidade de outras formas de apoio à realização de inventário turístico.

#### V. BIBLIOGRAFIA

- BORGES, M. M. 1995. Tourism on the Rio Araguaia, Brazil: Tourist's perceptions and motor boat erosion. (Dissertação de Mestrado) -- Department of Geography and Recreation. University of Wyoming, WY, EUA.
- BRUNS, D., RICHARDSON, S., and SULLIVAN, T.. 1994. Recreation-Tourism Community Partnerships for Sustainable Adventure Travel. In The Fifth International Symposium on Society and Resource Management. Colorado State University, Fort Collins, Colorado, June 1994.
- GRUPO NATIVA. 1998. Inventário da Oferta Turística da Região do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros. Relatório Técnico. WWF Fundo Mundial para a Natureza. Brasília, DF.

- GRUPO NATIVA, ARQUIDATA E ECO-BRASIL. 1999. CENÁRIO – Sistema de Inventário e Monitoramento Turístico. Manual de Operação. Grupo Nativa. Goiânia, GO.
- EMBRATUR. 1992. Município: Potencial Turístico – Orientação às Prefeituras Municipais. Embratur. Brasília, DF.
- EMBRATUR. 1994. Diretrizes Para uma Política Nacional de Ecoturismo. Sílvio M. de Barros II e Denise H. de La Penha (Coord.). Embratur. Brasília, DF.
- INSKEEP, Edward. 1991. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. Van Nostrand Reinhold. Nova York, NY, EUA.
- LINDBERG, K. and HUBER, R. M. Jr.. 1993. Economic Issues in Ecotourism Management. In (eds.) K. Lindberg and D. E. Hawkins, Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society. North Bennington, USA.
- MURPHY, Peter E.. 1985. Tourism: A Community Approach. Methuen, Inc.. Nova York, NY, EUA.
- RICHARDSON, Sarah L.. 1991. Colorado Community Tourism Action Guide. University of Colorado. Denver, CO, EUA.
- RITCHIE, J. R. B e GOELDNER, C. R. 1994. Travel, Tourism, and Hospitality Research. John Wiley & Sons, Inc.. Nova

## ANEXO

### MODELOS DE QUESTIONÁRIOS DE PESQUISA DE INVENTÁRIO

Os questionários apresentados neste anexo são frutos da experiência de aplicação em diferentes municípios. Como foram baseados na realidade de municípios com contextos sócio-ambientais distintos, os questionários abordam uma diversidade de situações. De acordo com o mencionado anteriormente, estes questionários estão sendo fornecidos para servir de base, um ponto de partida para a elaboração de questionários específicos para sua região (ver item 8 deste capítulo).

Para a compreensão dos questionários cabem algumas observações gerais:

#### ☐ Códigos

Foram idealizados para permitir o armazenamento e cruzamento de dados por computador. O “Código do Formulário” é o número daquele formulário específico, contendo o código do pesquisador (três letras) associado ao número do questionário (três dígitos). O “Código de Base” é utilizado nos casos em que um determinado atrativo ou serviço apresente mais de uma atividade ou função e serve para que o computador possa identificar estes atrativos e serviços associados.

#### EXEMPLO: USO DE CÓDIGOS DE FORMULÁRIOS: CURSO ITINERANTE

Um determinado local é conhecido pela exuberância de sua cachoeira. Ao fazer o inventário, o pesquisador preenche um questionário de “Atrativo Turístico – Águas”. Como nessa cachoeira é oferecido o serviço de camping, é preenchido também um questionário de “Oferta Regular de Leitões”. Refeições também são servidas em um pequeno restaurante, sendo, então, preenchido um questionário de Restaurantes e Lanchonetes. Cada um dos questionários (Atrativos, Oferta Regular de Leitões e Restaurantes) terá, então, um “Código do Formulário” diferente e seqüencial. Como a cachoeira é o elemento principal naquele ambiente ou empreendimento, o questionário de atrativo fica sendo o principal e, portanto, não tem “Código Base”. Como o camping e o restaurante existem em função da cachoeira, o Código Base dos questionários destas duas atividades fica sendo o mesmo do Código do Formulário do atrativo.



ANEXO

MODELOS DE QUESTIONÁRIOS DE PESQUISA DE INVENTÁRIO

QUESTIONÁRIO	CÓDIGO DO FORMULÁRIO	CÓDIGO BASE
Atrativo Turístico – Águas (cachoeira)	MMB001	Não tem
Oferta Regular de Leitos (Camping)	MMB002	MMB001
Restaurantes e Lanchonetes (Restaurante)	MMB003	MMB001

\* MMB é a parte do código que se refere ao pesquisador

2  
SEÇÃO 1

**Nomes, Datas e Endereços**

Os campos contendo nomes, datas e endereços são importantes para:

- ▶ **Manter uma ordem e referência cronológica da coleta dos dados** (o que é muito útil para monitoramento e cruzamento de dados).
- ▶ **Construir um banco de dados** com relação de endereços e nomes de proprietários de estabelecimentos, atrativos, turistas e outras pessoas importantes para o processo de planejamento, implantação e monitoramento do ecoturismo.
- ▶ **Relacionar dados pesquisados a pesquisadores** (para esclarecimento de dúvidas ou mesmo buscar impressões pessoais).

Por esses e outros motivos, é sempre bom enfatizar a necessidade de preenchimento desses campos. Caligrafia incompreensível, erros e/ou não preenchimento de pequenos detalhes nos endereços são práticas comuns que podem ser minimizados com o treinamento prévio ou monitoramento contínuo de questionários preenchidos.

**Acessos**

Na questão “Acessos mais Utilizados” (questionário de atrativos), a distância se refere à localidade mais próxima do estabelecimento ou do atrativo.

**Origem de Funcionários**

Alguns questionários abordam a origem de proprietários e funcionários de estabelecimentos, tendo por objetivo conhecer a porcentagem de proprietários e funcionários que são nativos e/ou moradores do município. São dados que ajudam a compreender o real benefício para a comunidade e a acompanhar este benefício ao longo dos anos.

**Local de Compras**

Nos questionários “Oferta Regular de Leitos” e “Restaurantes e Lanchonetes” podem ser pesquisados dados relativos à origem dos produtos consumidos nos estabelecimentos. O objetivo destas questões é o de fornecer subsídios para a diversificação da economia local por meio do incentivo à produção dos alimentos que são adquiridos fora do município.

**Infra-Estrutura Turística**

Nos questionários sobre atrativos, restaurantes, oferta de leitos e camping, devem ser feitas perguntas relativas ao tipo da infra-estrutura dos estabelecimentos. Algumas destas questões propiciam uma visão da qualidade do estabelecimento para atender ao turista, subsidiando programas de melhorias dos serviços existentes.

## ❑ QUESTIONÁRIOS

Para maior fidelidade das informações e eficiência no preenchimento, os questionários, com exceção da pesquisa com visitantes, devem ser preenchidos pelos próprios pesquisadores.

### a) Questionário 1 – ATRATIVOS TURÍSTICOS

Este questionário apresenta subdivisões. Além do questionário geral para atrativos Os atrativos turísticos foram subdivididos em cinco categorias (tipos):

- ▶ Águas (rios, cachoeiras, lagos, etc.).
- ▶ Mirantes (naturais ou artificiais).
- ▶ Cavernas.
- ▶ Históricos, Culturais, Espiritualistas.
- ▶ Costeiros.

O campo subtipo se refere à característica daquele tipo de atrativo. Por exemplo, no tipo águas, o subtipo pode ser cachoeira.

Muitos campos são preenchidos de acordo com a avaliação do pesquisador (impactos ambientais, paisagem circundante, riscos, aspectos sanitários e aparência, capacidade de carga, etc.). Por isso, é importante a plena compreensão do projeto de ecoturismo e o treinamento em conjunto para se estabelecer diretrizes para essas avaliações.

**1.1**

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cod. formulário   
 Cód. base

---

**Cadastro** Região

Tipo de atrativo

Águas     Mirantes  
 Cavernas     Hist / Cult / Espiritualistas

Subtipo

Nome do atrativo   Visitado     Não visitado

Endereço  Bairro   
 Município  Distrito  UF   
 CEP  Fone  Fax   
 Localid. mais próxima  Distância  Latitude  Longitude  Altitude (m)   
 Microbacia  Cód. microbacia  Sit. institucional

---

**Pessoal**

Nome do proprietário  Endereço   
 Bairro  Município  UF   
 CEP  Fone  Fax

Reside no município ?  Sim     Não    Há quantos anos ?     Nascido no município ?  Sim     Não

Nº de funcionários    Nativos     Não nativos     Total

---

**Acessos**

Rodoviário    Pavimentado  km    Não pavimentado  km    Condições  Bom     Regular     Ruim

Hidroviário  km     Rio     Lago     Embarcadouro

Navegação  Grande porte     Pequeno porte     Remo     Embarcadouro

Transporte coletivo    Obs     Transporte aéreo    Obs   
 Sim     Não     Sim     Não

Observações gerais

Trilhas internas  km    Interpretativa ?  Sim     Não    Grau de resistência do atrativo  Frágil     Estável     Resistente

Trilha  km    Tempo     Grau de dificuldade  Alto     Médio     Baixo

Obs

12

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

### Visitação

Acessibilidade ao atrativo  Permanente  Temporário De (mês)  Até (mês)

Tempo necessário para conhecer  horas Nº turistas/guia

#### Capacidade de carga

Estação chuvosa		Estação seca	
Trilha	Atrativo	Trilha	Atrativo
Nº pessoas <input type="text"/>	<input type="text"/>	Nº pessoas <input type="text"/>	<input type="text"/>
Nº grupos <input type="text"/>	<input type="text"/>	Nº grupos <input type="text"/>	<input type="text"/>
Capac. final <input type="text"/>	<input type="text"/> pessoas	Capac. final <input type="text"/>	<input type="text"/> pessoas

Risco de acidentes  Alto  Médio  Baixo  Queda  Escorregadio  Animais Peçonhentos  Afogamento

Outros

Meses de maior visitação  Janeiro  Fevereiro  Março  Abril  Maio  Junho  
 Julho  Agosto  Setembro  Outubro  Novembro  Dezembro

Nº médio de visitantes/dia Alta temporada/feriados  Baixa temporada

Horário de funcionamento Alta temporada/feriados  Baixa temporada

Dias  Seg  Ter  Qua  Qui  Sex  Sab  Dom

Taxa de entrada  Sim  Não Custo Alta temporada  Baixa temporada

### Estrutura

Infra-estrutura  Sanitários  Esgoto Público  Fossa Séptica  Fossa Negra  Escoamento  Eletricidade

Portas  Sinalização  Sistema de Trilhas  Lixeiras  Outros

Serviços  Guias  Interpretação  Folheteria  Alimentação  Receptivo

Bebidas  Hospedagem  Camping  Comunicação  Souvenirs

Aluguel de equipamentos  Quais?

Obs

Rebocado  Sim  Não Revestimento  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  
 Cimento  Tinta  Outros

Sanitários Rebocado  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  
 Madeira  Cimento  Tinta  Outros Ventilado  Sim  Não

Trilhas  Cerâmica  Amianto  Cimento  Aparência geral  Ótima  Boa  Regular  Ruim  
 Zinco  Palha  NDA

Destino do lixo  Coleta municipal  Separa  Leva p/ cidade  Queima  Obs.   
 Enterra  Recicla  Alimenta animal  Compostagem  NDA

SEÇÃO 1  
2

1.3

### ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

#### Impactos

Impactantes	Alto	Médio	Baixo	Nenhum	Impactados	Alto	Médio	Baixo	Nenhum
Turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Água	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agricultura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Vegetação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pecuária	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Paisagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cultura Local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acessos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mata Ciliar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2  
SEÇÃO 1

1.4

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

### Águas

Cachoeira  Lago  Rio  Poço  Córrego  Mina

Nº de quedas  Altura da maior queda  m Largura máxima  m Desnível total  m

Extensão do lago  m<sup>2</sup> Profundidade máxima  m

Cor  Escura  Azul  Verde

Transparência  Turva  Cristalina

Temperatura  Quente  Fria  Muito fria  Natural

Mergulho  Sim  Não

Balneabilidade  Ótima  Boa  Ruim  Inexistente

Possibilidade de banho

Característica da paisagem

Outras possibilidades recreacionais

Obs

SEÇÃO 1  
2

**1.5**  
**ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

---

**Cavernas**

**ROCHAS E DIMENSÕES**

Litologia que abriga o sítio espeleológico  Arenita  Calcáreo  Outro tipo

Desenv. total  m  Desconhecido  Desenv. útil para turismo  m  Desconhecido

Salão de entrada é naturalmente iluminado?  Sim  Não  Piso do salão de entrada  Plano  Irregular  Acidentado  Argiloso  Arenoso  Rochoso  Alto  Médio/Alto  Médio  Baixo

Grau de conservação geral  Alto  Médio/Alto  Médio  Baixo

Instrumento legal adicional de proteção  Parque  RPPN  Outro  Não há  Responsável

Espeleotemas mais observados  Cascata  Estalactite  Reposteiro  Coluna  Estalagmite  Travertino  Concreção  Exoêntrico  Vela  Corina  Helicite  Perola  Couve-flor  Outros normais  Outros raros  Não há

Estado de conservação dos espeleotemas  Muito bom  Bom  Regular  Ruim

Presença de cursos d'água hipógeos  Rio   Alóctone  Autóctone  Lago   em rio  em lago  Sifão   Sumidouro  Resurgência  Ausência de curso hipógeo  Evidências de poluição

**PALEONTOLOGIA/ARQUEOLOGIA**

Ocorrências aparentes de fósseis  Ossos  Folhas  Dentes  Frutos  Crânio  Caules  Esqueleto  Raízes  Conchas  Material não identificado  Não observado

Material arqueológico de superfície  Lítico  Osado  Cerâmica  Conchas  Ruínas  Pinturas  Gravações  Outros  Não observado

Estado geral de conservação  Muito bom  Bom  Regular  Ruim

**USO ATUAL, POTENCIAL DE UTILIZAÇÃO E VALORIZAÇÃO**

Evidência de atividades diversas no sítio e/ou no seu entorno  Moradia  Caça  Pesca  Píe-nic  Camping  Outros  Visitação não controlada

Cultos religiosos (detalhes: dia, santo, igreja, responsável, etc.)

Potencial de uso  Campo de treinamento  Cavernismo  Utilização turística com adaptações  Turismo sem adaptações  Potencial de utilização e valorização não constatado

Observação

16

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

### Histórico/Culturais/Espiritualistas

Estado de conservação  Ótimo  Bom  Regular  Ruim

Datas importantes

História do lugar

Eventos no atrativo

Objetivos

Relação mística ou religiosa

SEÇÃO 1  
2



1.7

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

### Mirantes

Natural  Artificial

Ângulo de visão  90°  180°  270°  360°

Direção de visão  Norte  Sul  Leste  Oeste

Características particulares

Características da vegetação

Existência de água  Sim  Não

Comentar

Outras possibilidades recreacionais

Observação

2  
SEÇÃO 1

1.8

## ATRATIVOS COSTEIROS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

### Dados Gerais

Região

Nome da praia

Município  Distrito  UF

Localização geográfica

Continente  Ilha

Ilha

Isolada  Ponte

Acesso à ilha

Público  Embarcação

Localização em relação ao centro urbano

Retirada  Zona Urbana  Próxima ao centro  Longe do centro

Liberdade de acesso

Livre  Controlado  Dificultado

Facilidade de acesso

Fácil  Díficil

Intensidade de utilização

Selvagem  Semi-selvagem  
 Moderado  Intenso

Habitada

Sim  Não

Intensidade da habitação

Pouca  Moderada  Intensa  Caótica/tumultuada

Habitantes

Pescadores  Veranistas  Prédios  Condomínios

Serviços

Bares  Padaria  Farmácia  Locação de barcos

Acesso

Pedestres  Carros/Vans  Ônibus  Ônibus privado

Visual

Agradável  Bucólico  Histórico  Caótico/Desagradável

Impactos

Lixo  Esgoto "in natura"

Outros impactos

Comentários gerais

SEÇÃO 1  
2

**1.9**

### ATRATIVOS COSTEIROS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

---

**Dimensões (comprimento)**  Curta  Média  Longa Comprimento aproximado  km

**Dimensões (largura)**  Estreita  Média  Larga Largura aproximada  m

**Forma da praia**  Retá  Côncava  Convexa  Irregular  Em ferradura

**Declividade da praia**  Plana  Moderada  Suave  Irregular  De tombo

**Orientação**  N  NE  E  SE  S  SO  O  NO

**Ventos**  N  NE  E  SE  S  SO  O  NO

**Ondas**  N  NE  E  SE  S  SO  O  NO

**Exposição ao mar**  Mar aberto  Abrigada  Isolada  Enseada  Fundo de baía

**Profundidade**  Rasa  Funda

**Segurança**  Segura  Perigosa

**Comentários**  Sim  Não

**Comentários**

---

### Tipo do Piso

**Tipo**  Areia  Restinga  Lodosa  Rochosa

**Areia** Granulação  Fina  Média  Grossa

**Composição**  Solta  Baixa

**Cor**  Branca  Amarela  Clara  Escura

**Rochas**  Sim  Não

**Restinga** Dunas  Sim  Não

**Sambaquis**  Sim  Não

**Conservação**  Alterada  Degradada  Preservada

**Lama** Tipo de lama  Lodosa  Arenosa  Mista

**Cor da lama**  Clara  Escura

**Rochosa** Granulação  Pequena  Média  Grande

**Origem**  Sedimentar  Vulcânica  Metamórfica

**Cor**  Branca  Amarela  Clara  Escura

**Comentários diversos**

---

### Vegetação

**Tipo de vegetação**  Nativa  Exótica  Mata  Mista Exótica  Mista Mata

**Conservação**  Conservada  Alterada  Degradada

**Paisagem**  Sim  Não

**Aspecto da vegetação**  Bom  Ruim

**Variedades**  Amendoiras  Palmeiras  Coqueiros

**Manqueira**  Sim  Não

**Proteção**  Protigido  Conservado  Degradado  Poluído

**Visitação**  Sempre  Maré alta  Desaconselhada

**Embarcação**  Barco a motor  Traineira  Escuna  Remo

4.10

### ATRATIVOS COSTEIROS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

Comentários sobre a vegetação

#### Fauna

Aves	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Abundância de aves	<input type="radio"/> Abundante <input type="radio"/> Escasso <input type="radio"/> Aves migratórias
Répteis	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Abundância de répteis	<input type="radio"/> Abundante <input type="radio"/> Escasso <input type="radio"/> Observáveis
Mamíferos	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Abundância de mamíferos	<input type="radio"/> Abundante <input type="radio"/> Escasso <input type="radio"/> Observáveis
Insetos	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Abundância de insetos	<input type="radio"/> Abundante <input type="radio"/> Escasso <input type="radio"/> Observáveis
Anim. marinhos	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Abundância anim. marinhos	<input type="radio"/> Abundante <input type="radio"/> Escasso <input type="radio"/> Observáveis

Comentário sobre a fauna

#### Usos

<b>Tradicional</b>	<b>Pesca tradicional</b>	<b>Criatórios</b>
	<input type="radio"/> Artesanal <input type="radio"/> Comercial <input type="radio"/> Predatória	<input type="checkbox"/> Camarões <input type="checkbox"/> Mexilhões <input type="checkbox"/> Maricultura
<b>Lazer</b>	<input type="checkbox"/> Pesca com vara <input type="checkbox"/> Pesca Costão <input type="checkbox"/> Pesca embarcada	<input type="checkbox"/> Mergulho Snorkel <input type="checkbox"/> Mergulho Tanques
	<input type="checkbox"/> Wind Surf <input type="checkbox"/> Vela <input type="checkbox"/> Remo	
<b>Aluguel de equipamentos</b>	<input type="checkbox"/> Tanques <input type="checkbox"/> Traínhas <input type="checkbox"/> Escunas <input type="checkbox"/> Lanchas/lates	<input type="checkbox"/> Jet-Ski <input type="checkbox"/> Prancha de surf
	<input type="checkbox"/> Wind Surf <input type="checkbox"/> Barco a vela <input type="checkbox"/> Canoa/Caique	Outros <input type="text"/>
<b>Atração</b>	<input type="checkbox"/> Trapiche <input type="checkbox"/> Ancoradouro <input type="checkbox"/> Casa/Porto <input type="checkbox"/> Marina	
<b>Institucional</b>	<input type="checkbox"/> Capitania <input type="checkbox"/> Guarda vidas <input type="checkbox"/> Guarda marinha <input type="checkbox"/> Associações	

Comentários sobre os diversos usos

SEÇÃO 1  
2

### 8. Elaboração de Questionários Específicos

As fichas apresentadas dão uma idéia da ampla abordagem que pode vir a ter a pesquisa de dados para o planejamento adequado do ecoturismo e, assim, surge a necessidade de adaptar e melhorar os modelos ou mesmo elaborar questionários novos e específicos. Provavelmente será mais fácil uma ou duas pessoas desenvolverem os questionários e os apresentarem à equipe, por economizar tempo em discussões. No entanto, a participação direta do grupo no desenvolvimento dos questionários apresenta duas grandes vantagens:

- ☐ A primeira se refere à adequação do questionário à realidade a ser pesquisada. A participação da equipe de pesquisadores locais garante maior abrangência na coleta de

SEÇÃO 1  
2

2

## EVENTOS CULTURAIS E DESPORTIVOS

Data	<input type="text"/>	Hora	<input type="text"/>	Pesquisador	<input type="text"/>	Cód. formulário	<input type="text"/>
						Cód. base	<input type="text"/>

---

### Dados Gerais

Região	<input type="text"/>		
Município	<input type="text"/>	Distrito	<input type="text"/>
		UF	<input type="text"/>
Nome da manifestação	<input type="text"/>		
Localização	<input type="text"/>	Época	<input type="text"/>
Descrição	<input style="height: 40px;" type="text"/>		
Núm. estimado de visitantes	Locais	<input type="text"/>	Turistas
		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Entidade promotora	<input type="text"/>		
Nome do responsável	<input type="text"/>		
Endereço	<input type="text"/>	Bairro	<input type="text"/>
Cidade	<input type="text"/>	UF	<input type="text"/>
Telefone	<input type="text"/>	Fax	<input type="text"/>
Observações	<input style="height: 40px;" type="text"/>		

dados, ao mesmo tempo que propicia a eliminação de variáveis não existentes na região.

- A segunda vantagem se refere ao preparo da equipe para aplicação dos questionários. A não compreensão de questões abordadas no questionário, e especialmente do que se quer obter por meio dessas questões, é uma das grandes causas de erros de preenchimento ou de desmotivação para aplicar o questionário. Ao sugerir, ques-

**3**

### ARTESANATO/ARTES PLÁSTICAS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

---

#### Dados Gerais

Região   
 Município  Distrito  UF   
 Nome do produto   
 Nome do artesão   
 Endereço  Bairro   
 Cidade  UF  CEP   
 Telefone  Fax   
 Tipo do artesanato   
 Material usado   
 Descrição   
 Renovável?  Sim  Não      Qualidade  Ótimo  Bom  Regular  Ruim

tionar e aprovar itens dos questionários, a equipe se sentirá mais motivada por ser aquele um produto do grupo e não algo pronto que deve ser interpretado e compreendido.

A Ficha 3, *Principais elementos a serem inventariados*, deve ser utilizada para determinar o que queremos inventariar e o que de mais importante precisamos saber. Por exemplo, tanto a Ficha 3 como o questionário de atrativos nos indicarão uma série de locais ou atividades que podem atrair o turista. Na elaboração do questionário, o exercício é o de se criar perguntas específicas para os atrativos existentes na região e que atendam às necessidades para o diagnóstico e planejamento.

Os questionários apresentados em anexo são modelos / exemplos de questionários para servir de base para essa adequação. Como estes questionários são frutos da experiência em aplicá-los em projetos de ecoturismo, muitas questões podem ser utilizadas em qualquer ambiente. Por outro lado, a realidade do grupo que desenvolveu o questionário apresenta variáveis que podem não ser aplicáveis em outras regiões. Da mesma forma, características particulares de diferentes regiões podem não estar sendo abordadas. É por isso que os modelos servem apenas de base, devendo ser analisados e discutidos pelo grupo de pesquisadores, criando-se, então, o questionário local. Como é muito difícil se chegar a um questionário ideal sem testá-lo, recomenda-se a adoção do seguinte método:

- a. Distribuição dos modelos ao grupo, com tempo suficiente para que todos avaliem e identifiquem questões procedentes, improcedentes e as necessárias em relação à realidade local. Para agilizar a avaliação em grupo, solicitar a cada um que faça suas observações por escrito.
- b. Tendo por base os modelos oferecidos e o conhecimento próprio da equipe, os questionários podem ser reconstruídos, com a eliminação, alteração e/ou inserção de novas questões. Esta é uma atividade desgastante, sendo, portanto, aconselhável fazer o trabalho em etapas, preferencialmente desenvolvendo um questionário por dia.
- c. Após a construção de todos os questionários, estabelecer um período para testes. Todos os questionários devem ser testados por diferentes pessoas em diversas situações reais, ou seja, em campo. Nesta fase, a qualidade da informação obtida não é uma preocupação, mas sim conhecer a forma de aplicação do questionário. Todas as questões que geram dificuldades de respostas por parte do entrevistado e/ou de preenchimento por parte do pesquisador, devem ser marcadas e as devidas observações anotadas. É também neste momento que são detectadas “lacunas” no questionário – questões que não foram previamente formuladas mas que são relevantes e devem ser pesquisadas.
- d. É importante observar que o momento de teste serve também como treinamento da equipe para as atividades de pesquisa, avaliação dos itens pesquisados e exposição do projeto. É sempre bom lembrar que o pesquisador será um porta-voz de todo o projeto e que a explicação dos motivos do inventário pode ter influência na qualidade dos dados a serem obtidos. Portanto, o teste também serve para mostrar se a equipe está afinada e quais são as maiores dificuldades de aplicação. Por ser um momento importante e de busca de confiança por parte de toda a equipe, aconselha-se que a fase de teste se inicie com o grupo todo junto, aplicando um mesmo questionário e praticando a apresentação. Num segundo momento, o teste pode ser desenvolvido em duplas ou individualmente.
- e. Findo o período de testes, reavaliar, reorganizar ou eliminar questões problemáticas, elaborar e inserir as questões ausentes e trabalhar os problemas individuais e de grupo quanto à compreensão e explanação do projeto.

4.1

## OFERTA REGULAR DE LEITOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cód. base

### Cadastro

Região

Tipo  
 Hotel Fazenda  Pousada  Chalés  Hotel Urbano  
 Pensão  Dormitório  Lodge

Início das atividades

Município  Distrito  UF

Denominação

Endereço  Bairro

CEP  Telefone  Fax

Proprietário

Reside no município?  Sim  Não  Há quantos anos?  Nascido no município?  Sim  Não

Entrevistado

### Leitos

#### Unidades habitacionais

	Quartos			Apartamentos			Chalés		
	Quant.	Alta temp. (R\$)	Baixa temp. (R\$)	Quant.	Alta temp. (R\$)	Baixa temp. (R\$)	Quant.	Alta temp. (R\$)	Baixa temp. (R\$)
Simplex									
Duplos									
Triplos (ou mais)									

Total de leitos  Banheiros coletivos

Desconto para criança  Sim  Não  Cortesia para guia  Sim  Não  Cortesia para motorista  Sim  Não

### Serviços

#### Serviços

<input type="checkbox"/> Ar refrigerado	<input type="checkbox"/> Estacionamento	<input type="checkbox"/> Quadras de esporte	<input type="checkbox"/> Telefone na portaria
<input type="checkbox"/> Atrativos turísticos	<input type="checkbox"/> Frigorifer	<input type="checkbox"/> Quiosque	<input type="checkbox"/> Telefone no apto
<input type="checkbox"/> Auditório	<input type="checkbox"/> Instal. pr port. de delic.	<input type="checkbox"/> Recepcionista bilíngue	<input type="checkbox"/> Terapia
<input type="checkbox"/> Bar	<input type="checkbox"/> Lavanderia	<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> TV no saguão
<input type="checkbox"/> Boate	<input type="checkbox"/> Loja de conveniência	<input type="checkbox"/> Salão para conferência	<input type="checkbox"/> TV nos aposentos
<input type="checkbox"/> Camping	<input type="checkbox"/> Massagem	<input type="checkbox"/> Salão de jogos	<input type="checkbox"/> Ventilador
<input type="checkbox"/> Churrasqueira	<input type="checkbox"/> Montaria	<input type="checkbox"/> Sauna	Outros <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Cozinha no aposento	<input type="checkbox"/> Playground	<input type="checkbox"/> Serviços de guia	Capac. salão <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Espaço para meditação	<input type="checkbox"/> Piscina	<input type="checkbox"/> Serviços médicos	

Café da manhã  Sim  Não  Incluído na diária  Sim  Não

Aceita cartão de crédito  Sim  Não

Cartões  Visa  American Express  Credicard  Outros cartões

SEÇÃO 1  
2



4.2

### OFERTA REGULAR DE LEITOS

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
 Cod. base

#### Pessoal

Cargos	Total	Nativos da região	Não nativos
Direção/Administração			
Portaria			
Rest /Cozinha			
Rouparia/Faxina			
Manutenção			
Outros			
Carência profissional			

Empresa familiar  Sim  Não

#### Abastecimento

Fontes de abastecimento  
(em porcentagem)

	Local	Mun. do entorno	Própria	Outros	Totais
Alimentos industrializados					
Frutas					
Leite					
Pães e similares					
Queijo					
Doce/Geléias					
Outros					

Uso agrotóxico  Sim  Não Observação

#### Infra-estrutura

Infra-estrutura  Sanitária  Esgoto público  Fossa séptica  Fossa negra  Escoamento  NDA

Abastecimento H<sub>2</sub>O  Rede púb. trat.  Rede púb. não trat.  Poço artez.  Sistema  Mina  NDA

Fontes alternativas de energia  Solar  Eólica  Hidráulica  Outras fontes

Aparamentos Rebocados  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  Cimento  Tinta  Outros

Telhas  Cerâmica  Amianto  Cimento Aparência geral estabelecimento  Ótima  Boa  Regular  Ruim  Zinco  Palha

Sanitários Rebocados  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  Cimento  Tinta  Outros

Sanit. Ventilados  Não  Simples  Cruzada Aparência geral sanitários  Ótima  Boa  Regular  Ruim

Destino do lixo  Coleta municipal  Separa  Leva para cidade  Enterra  Obs   
 Recicla  Alimenta animais  Compostagem  NDA

SEÇÃO 1  
2

5.1

## CAMPING

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

### Serviços

Área total do camping  m<sup>2</sup> Área útil  m<sup>2</sup> Área cercada  Sim  Não

Limite máximo de barracas  Limite máximo de pessoas  Capacidade total de trailers

Banheiros (quant.) Coletivo  Masculino  Feminino  Tanques (quant.)

Chuveiros (quant.) Coletivo  Masculino  Feminino

**Serviços e instalações**

<input type="checkbox"/> Administração	<input type="checkbox"/> Lanchonete	<input type="checkbox"/> Ponto de água p/ barracas	Atrativo <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Área de serviço	<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Ponto de água p/ trailers	
<input type="checkbox"/> Barracas p/ aluguel	<input type="checkbox"/> Loja de conveniência	<input type="checkbox"/> Iluminação	Outros <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Chalés	<input type="checkbox"/> Estacionamento	<input type="checkbox"/> Ponto de energia p/ barracas	
<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Chuveiros quentes	<input type="checkbox"/> Ponto de energia p/ trailers	
<input type="checkbox"/> Cozinha p/ completa	<input type="checkbox"/> Quadras de esporte	<input type="checkbox"/> Montaria	

**Preços** Pessoa  Barraca  Carro  Trailer

Café de manhã  Sim  Não Incluído na diária  Sim  Não Aceita cartão de crédito  Sim  Não

Cartões de crédito  Visa  Amex  Credicard  Outros Cartões

### Pessoal

Cargos	Total	Nativos da região	Não nativos
Direção/Administração			
Portaria			
Rest./Bar/Cozinha			
Rouparia/Faxina			
Manutenção			
Outros			
Carência profissional			

Empresa familiar  Sim  Não

### Abastecimento

Fontes de abastecimento (em porcentagem)

	Local	Mun. do entorno	Própria	Outros	Totais
Alimentos industrializados					
Frutas					
Leite					
Pães e similares					
Queijo					
Doce/Geléias					
Outros					

Usa agrotóxico  Sim  Não Observação

SEÇÃO 1  
2

**6.1 RESTAURANTES**

Data  Hora  Pesquisador  Cod. formulário   
 Cód. base

**Cadastro**

Região   
 Início das atividades   
 Tipo   
 Município  Distrito  UF   
 Denominação   
 Endereço  Bairro   
 CEP  Telefone  Fax   
 Proprietário   
 Reside no município?  Sim  Não      Há quantos anos?       Nasceu no município?  Sim  Não  
 Entrevistado

**Serviços**

Meses de maior visitação:  Janeiro  Fevereiro  Março  Abril  Maio  Junho  
 Julho  Agosto  Setembro  Outubro  Novembro  Dezembro

Nº de mesas  Mesas extras  Nº médio de refeições/dia  Alta temporada/feriados  Baixa temporada

Horário de funcionamento: Alta temporada/feriados  Baixa temporada  Dias:  Seg  Ter  Qua  Qui  
 Sex  Sáb  Dom

Especialidade (característica/prato principal)

Serviço:  À la carte  Self service/buffet  Comercial  Prato feito  Marmiteix  Porções  
 Sanduíches  Salgados  Rodizio  Outros

Preço das refeições: Comercial  Prato feito  Self service  Gasto médio por cliente

Cartão de crédito:  Sim  Não      Cartões:  Visa  American Express  Credicard  Outros cartões

Animação/Lazer:  Jogos  Música ao vivo  Som ambiente  Animador  Playground  
 Atrativos  Outros

**Pessoal**

Cargos	Total	Nativos da região	Não nativos
Direção/Administração			
Cabeça			
Cozinha			
Garçom			
Faxina			
Manutenção			
Outros			
Carência profissional			

Empresa familiar:  Sim  Não

6.2

## RESTAURANTES

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

### Abastecimento

Fontes de abastecimento  
(em porcentagem)

	Local	Mun. do entorno	Própria	Outros	Totais
Alimentos industrializados					
Bebidas					
Cereais (arroz e feijão)					
Carne bovina					
Carne suína					
Fringo					
Peixes					
Frutas					
Verduras					
Outros					

Usa agrotóxico  Sim  Não

### Infra-estrutura

Infra-estrutura  Sanitários  Espoto público  Fossa séptica  Fossa negra  Escoamento  NDA

Telhas  Cerâmica  Amianto  Cimento  Zinco  Palha

**Cozinha** Rebecados  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  
 Cimento  Tinta  Outros

**Refeitório** Rebecados  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  
 Cimento  Tinta  Outros

**Sanitários** Rebecados  Sim  Não Revestimento  Azulejo  Cimento queimado  Chapisco  Madeira  
 Cimento  Tinta  Outros

Aparência geral  Ótima  Boa  Regular  Ruim

Destino do lixo  Coleta municipal  Separa  Leva para cidade  Enterra  
 Recicla  Alimenta animais  Compostagem  NDA

Obs

SEÇÃO 1  
2

7

## OUTROS SERVIÇOS

Date  Hora  Pesquisador  Cód. formulário   
Cód. base

### Dados gerais

Região

Tipo do serviço

Nome do estabelecimento

Nome do proprietário

Endereço  Bairro

Município  Distrito  UF

Telefone  Fax

Horário de funcionamento

Serviço

2  
SEÇÃO 1

## 8. Elaboração de Questionários Específicos

As fichas apresentadas dão uma idéia da ampla abordagem que pode vir a ter a pesquisa de dados para o planejamento adequado do ecoturismo e, assim, surge a necessidade de adaptar e melhorar os modelos ou mesmo elaborar questionários novos e específicos. Provavelmente será mais fácil uma ou duas pessoas desenvolverem os questionários e os apresentarem à equipe, por economizar tempo em discussões. No entanto, a participação direta do grupo no desenvolvimento dos questionários apresenta duas grandes vantagens:

- A primeira se refere à adequação do questionário à realidade a ser pesquisada. A participação da equipe de pesquisadores locais garante maior abrangência na coleta de dados, ao mesmo tempo que propicia a eliminação de variáveis não existentes na região.
- A segunda vantagem se refere ao preparo da equipe para aplicação dos questionários. A não compreensão de questões abordadas no questionário, e especialmente do que se quer obter por meio dessas questões, é uma das grandes causas de erros de preenchimento ou de desmotivação para aplicar o questionário. Ao sugerir, questionar e aprovar itens dos questionários, a equipe se sentirá mais motivada por ser aquele um produto do grupo e não algo pronto que deve ser interpretado e compreendido.

A Ficha 3, *Principais elementos a serem inventariados*, deve ser utilizada para determinar o que queremos inventariar e o que de mais importante precisamos saber. Por exemplo, tanto a Ficha 3 como o questionário de atrativos nos indicarão uma série de locais ou atividades que podem atrair o turista. Na elaboração do questionário, o exercício é o de se criar perguntas específicas para os atrativos existentes na região e que atendam às necessidades para o diagnóstico e planejamento.

Os questionários apresentados em anexo são modelos / exemplos de questionários para servir de base para essa adequação. Como estes questionários são frutos da experiência em aplicá-los em projetos de ecoturismo, muitas questões podem ser utilizadas em qualquer ambiente. Por outro lado, a realidade do grupo que desenvolveu o questionário apresenta variáveis que podem não ser aplicáveis em outras regiões. Da mesma forma, características particulares de diferentes regiões podem não estar sendo abordadas. É por isso que os modelos servem apenas de base, devendo ser analisados e discutidos pelo grupo de pesquisadores, criando-se, então, o questionário local. Como é muito difícil se chegar a um questionário ideal sem testá-lo, recomenda-se a adoção do seguinte método:

- a. Distribuição dos modelos ao grupo, com tempo suficiente para que todos avaliem e identifiquem questões procedentes, improcedentes e as necessárias em relação à realidade local. Para agilizar a avaliação em grupo, solicitar a cada um que faça suas observações por escrito.
- b. Tendo por base os modelos oferecidos e o conhecimento próprio da equipe, os questionários podem ser reconstruídos, com a eliminação, alteração e/ou inserção de novas questões. Esta é uma atividade desgastante, sendo, portanto, aconselhável fazer o trabalho em etapas, preferencialmente desenvolvendo um questionário por dia.
- c. Após a construção de todos os questionários, estabelecer um período para testes. Todos os questionários devem ser testados por diferentes pessoas em diversas situações reais, ou seja, em campo. Nesta fase, a qualidade da informação obtida não é uma preocupação, mas sim conhecer a forma de aplicação do questionário. Todas as questões que geram dificuldades de respostas por parte do entrevistado e/ou de preenchimento por parte do pesquisador,

8.1

**QUESTIONÁRIO PARA VISITANTES**

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário

**Perfil do Visitante**

Região  Alta temporada  Feriado  Final de semana comum  Dias úteis   
Local  Baixa temporada  Final de semana  Dias úteis

Origem  UF

Sexo  Masculino  Feminino Idade

Estado civil  Solteiro  Casado  Desquitado/divorciado  Viúvo  Outros

Com quem está viajando?  Sozinho  Um casal  Casal com filhos  Família  Família e amigos   
 Grupo de amigos  Grupo de estudo  Excursão  Outros

Se não está sozinho, qual o sexo e idade das pessoas viajando com o visitante? Sexo Masculino  Feminino   
Idade 0 à 15  16 à 21  22 à 40  41 à 60  61 ou +

Gasto médio por pessoa por dia

Local de hospedagem  Hotel/pousada  Casa alugada  Casa de veraneio própria  Camping  Com amigos/parentes  Outro

Motivo da viagem  De passagem  Negócios  Visitando amigos/família  Turismo no município   
 Estudo/pesquisa  Outros

Já visitou esta região?  Sim  Não Quantas vezes, incluindo esta?  Segunda visita  Entre 3 e 5  Mais de 5 Tempo médio de permanência?  dias

Épocas de visitação  Feriados  Finais de semana  Férias  Dias úteis

Como ficou sabendo sobre este lugar/esta região?  Vídeo  Televisão  Rádio  Jornal  Revista  Livros  Parentes e/ou amigos   
 Outras pessoas  Folhetos  Agência de viagem  Placas/outdoor na estrada   
 Outros

Experiência vivida na região atendeu as expectativas?  Sim  Não

Grau de instrução?  Sem escolaridade  1º grau incompleto  1º grau  2º grau incompleto  2º grau   
 Superior incompleto  Superior completo  Mestrado  Doutorado

Profissão  Emprego privado  Emprego público  Profissional liberal  Empresário  Estudante

Renda pessoal  Até um salário mínimo  1 à 2 salários  entre R\$ 224 e R\$ 500  Entre R\$ 500 e R\$ 1.000   
 Entre R\$ 1.000 e R\$ 2.000  Entre R\$ 2.000 e R\$ 4.000  Mais de R\$ 4.000

Durante a visita na região, com quais atividades você se envolveu mais?  Caminhar  Relaxar/descansar  Aprender sobre a região  Apreciar a natureza   
 Esoterismo/misticismo  Atividades náuticas  Visitar cavernas   
 Tomar banho em ambiente natural  Estudar  O que?   
 Outra atividade Qual (quais)?

8.2

**QUESTIONÁRIO PARA VISITANTES**Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário **Percepção do Visitante**

Para cada afirmação abaixo, marque a que melhor descreve a sua opinião: (Em caso de desconhecimento, deixar em branco).

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Acessos à região	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acessos aos atrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualidade ambiental dos atrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infra-estrutura da cidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infra-estrutura dos atrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hospedagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patrimônio histórico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hospitalidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atendimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entretimentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversidade de programas/produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpeza urbana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpeza dos atrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sinalização nas rodovias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sinalização nos atrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aparência da cidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iluminação pública	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lações de lixo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços médicos/hospitais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

O que mais impressionou o turista durante o passeio na região? O que mais gostaria de aprender a respeito do local visitado? (ESCOLHA APENAS TRÊS)  Aves  Geologia  Geografia  Plantas  Animais  Hidrologia  História  Esoterismo/misticismo  Paisagem  Outros Gostaria de obter mais informações sobre o local?  Sim  NãoSe SIM, como gostaria de obter mais informações sobre o local? (ESCOLHA APENAS CINCO)  Palestras noturnas  Palestras diurnas  Apresentação de slides  Mapas  Exposições  Vídeo/cinema  Caminhada com o guia  TV/Rádior/jornais  Folhetos  Guia (livro)  Balcão de informações  Funcionários  OutrasSEÇÃO 1  
2



8.3

### QUESTIONÁRIO PARA VISITANTES

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário

Até este momento, já encontrou guia da região?  Sim  Não

Onde conheceu o guia?  No hotel/pousada/camping  Em um restaurante  Na rua  Na entrada do parque  
 CAT (Centro de Atendimento ao Turista)  Já conhecia o guia  Outros

Pretende voltar à região?  Sim  Não

Indicaria este passeio para seus amigos/parentes?  Sim  Sim, com restrições  Não

Se NÃO, ou tem restrições, porquê?

Algum outro comentário que gostaria de fazer sobre a visita à região e/ou à comunidade? (Use o verso da ficha, se precisar).

#### Preenchimento opcional para banco de dados

Nome   
 Endereço   
 Cidade   
 Fone  Fax   
 Bairro   
 UF  CEP

2  
SEÇÃO 1

9.1

## INVENTÁRIO DO MUNICÍPIO

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário

### Cadastro

Região

Município  Distrito  UF

Distância da capital  km

Endereço da prefeitura  Bairro

CEP  Telefone  Fax

Prefeito Municipal  Secretário de Turismo

Municípios limítrofes

População rural  População urbana  População total

Área  Área protegida  Altitude média  Ponto mais alto

### Índices

#### ÍNDICE DE PRECIPITAÇÃO PLUVIOMÉTRICA (mm)

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Máxima												
Média												
Mínima												

#### TEMPERATURA (°C)

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Máxima												
Média												
Mínima												

#### ÍNDICE DE INSOLAÇÃO (dias)

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez

**9.2**

## INVENTÁRIO DO MUNICÍPIO

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário

---

### Acessos e Transportes

Meios de acesso ao município  Rodoviário  Aéreo  Ferroviário  Hidroviário

Rodovias de acesso ao município

Rodovia Federal  Sim  Não Nome

Rodovia Estadual  Sim  Não Nome

Rodovia Municipal  Sim  Não Nome

Campo de pouso  Sim  Não Distância da cidade  km

Pista  Sim  Não Estado de conservação  Bom  Regular  Ruim

Município servido internamente por  Taxi  Ônibus  Tração animal Outros

### Estrutura

Principais atividades econômicas  Agricultura  Pecuária  Mineração  Comércio  Indústria  Turismo

Outras

Descrever principais produtos e atividades

Hospital  Sim  Não Posto de saúde  Sim  Não

Abastecimento de água  Sim  Não Água tratada  Sim  Não % de domicílios atendidos

Rede de esgoto  Sim  Não % de domicílios atendidos  % de domicílios utilizando fossa séptica

Coleta de lixo  Sim  Não Aterro sanitário  Sim  Não Programa de reciclagem/separação  Sim  Não

9.3

## INVENTÁRIO DO MUNICÍPIO

Data  Hora  Pesquisador  Cód. formulário

### Estrutura

Energia elétrica  Sim  Não Fonte  Local  Rede Voltagem  110  220 % de domicílios atendidos

Canais de TV captados  Globo  SBT  Manchete  Record  Cultura  TV a cabo Outros

Emissoras de rádio local  Sim  Não Telefonia celular  Sim  Não

Jornal local  Sim  Não Nome

Observações complementares



**CONTROLE DE FLUXO DE VEÍCULOS - ÔNIBUS** Pesquisador

Polo:  Município:

DIA: \_\_\_\_\_ ANO: \_\_\_\_\_

Seg  Ter  Qua  Qui  Sex  Sáb  Dom

Jan  Fev  Mar  Abr  Mai  Jun  Jul  Ago  Set  Out  Nov  Dez

		ORIGEM	Nº TURISTAS	HOSPEDAGEM	PERMANÊNCIA
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				
<input type="checkbox"/> Excursão	<input type="checkbox"/> Coletivo				

**COMUNIDADE**

Data: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_ Pesquisador: \_\_\_\_\_ Cód. Formulário: \_\_\_\_\_  
 Município: \_\_\_\_\_ Distrito/Vila: \_\_\_\_\_ Bairro: \_\_\_\_\_

**A) DADOS DO (A) ENTREVISTADO (A)**

1 Nome (opcional) \_\_\_\_\_  
 Nativo?  Sim  Não Residente?  Sim  Não Se sim, há quantos anos? \_\_\_\_\_  
 Idade (opcional) \_\_\_\_\_ Sexo:  Masculino  Feminino  
 Idade (estimada) 0 a 10 anos  10 a 16 anos  17 a 36 anos   
 36 a 60 anos  61 acima   
 Escolaridade  Nenhuma  Prim. incompleto  Primário  Sec. incompleto  
 Secundário  Sup. incompleto  Superior  Pós graduação  
 Profissão \_\_\_\_\_ Renda mensal (opcional) \_\_\_\_\_

**B) O TURISMO E O ECOTURISMO**

2 Você sabe o que é Turismo?  Sim  Não  
 Se sim, por favor, fale o que é turismo? \_\_\_\_\_  
 3 Você sabe o que é Ecoturismo?  Sim  Não  
 Se sim, por favor, fale o que é Ecoturismo? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**C) SOMENTE PARA COMUNIDADE QUE AINDA NÃO TRABALHA COM O TURISMO**

4 Você gostaria de ter turistas visitando sua comunidade ou região?  Sim  Não  
 Porque? \_\_\_\_\_  
 5 Você acha que sua comunidade mudaria com a chegada do turismo em sua região?  Sim  Não  
 Porque?  
 diversificação de serviços e comércio  gera emprego  movimenta a economia  
 mais locais de lazer p/a comunidade  novos conhecimentos  conhecer novas pessoas  
 qualidade de vida pode melhorar  trará mais infra-estrutura  presença e natureza  
 Outros \_\_\_\_\_

2  
SEÇÃO 1

12

**COMUNIDADE**

6	Quais empregos / serviços / atividades você acha que pessoas de sua comunidade terão com o ecoturismo?	
	<input type="checkbox"/> Gerência/administração <input type="checkbox"/> Serviços de Manutenção e Limpeza <input type="checkbox"/> Atendimento <input type="checkbox"/> Chefe de cozinha/cozinheiro (a) <input type="checkbox"/> Auxiliar de Cozinha <input type="checkbox"/> Outros Outros _____	
7	Você acha que o turismo traria problemas para a sua comunidade?	<b>Sim</b> <input type="checkbox"/> <b>Não</b> <input type="checkbox"/>
	Se sim, quais?	
	<input type="checkbox"/> barulho <input type="checkbox"/> congestionar o trânsito <input type="checkbox"/> acabar com a tranquilidade <input type="checkbox"/> maus costumes <input type="checkbox"/> drogas <input type="checkbox"/> crime/violência <input type="checkbox"/> impactos na natureza <input type="checkbox"/> lixo na cidade <input type="checkbox"/> lixo nos atrativos <input type="checkbox"/> aumentar o custo de vida <input type="checkbox"/> aumentar o preço da terra Outros _____	
8	Você acha que o turismo traria mais benefícios do que problemas?	<b>Sim</b> <input type="checkbox"/> <b>Não</b> <input type="checkbox"/>
9	Existem locais em sua comunidade, cidade ou região que não devem ser visitadas por turistas?	<b>Sim</b> <input type="checkbox"/> <b>Não</b> <input type="checkbox"/>
	Quais? _____ _____	
10	Quais são os locais que as pessoas de sua comunidade gostam de visitar/passear ou que você acha que são diferentes? Existe algum local em que é possível observar animais? (possíveis atrativos) _____ _____	
11	Que tipos de utensílios, artesanatos, alimentos ou outros itens produzidos localmente você compra ou conhece? _____ _____	
12	Se você pudesse opinar ou interferir no desenvolvimento do turismo em sua comunidade, cidade ou região, o que faria?	
	<input type="checkbox"/> Não faria nada <input type="checkbox"/> Estimularia o turismo da região <input type="checkbox"/> Proibiria o turismo na região Outros _____	

SEÇÃO 1  
**2**



**COMUNIDADE**

13 Comentários finais \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**D) SOMENTE PARA COMUNIDADE QUE JÁ TRABALHA COM O TURISMO**

14 Você trabalha direta ou indiretamente com o turismo? \_\_\_\_\_

15 Durante a alta estação, quantas vezes você entra em contato com turistas?  
 Todo dia                       Sempre, mas não todos os dias     1 vez por semana  
 2 vezes por semana         Raramente                                       Nunca

16 Durante a baixa estação, quantas vezes você entra em contato com turistas?  
 Todo dia                       Sempre, mas não todos os dias     1 vez por semana  
 2 vezes por semana         Raramente                                       Nunca

17 Durante feriados e fins de semana prolongados, quantas vezes você entra em contato com turistas?  
 Todo dia         Sempre, mas não todos os dias     Raramente                       Nunca

18 Você gosta de turistas visitando sua comunidade ou região? 

Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

19 Qual é a **sua reação** a respeito de turistas visitando sua região?  
 Amigável     Muito amigável     Indiferente     Hostil     Muito hostil

20 Qual é a **reação da sua comunidade** a respeito de turistas visitando sua região?  
 Amigável     Muito amigável     Indiferente     Hostil     Muito hostil

21 Qual é a **reação dos turistas** dos turistas que visitam sua comunidade ou região?  
 Amigáveis     Muito amigáveis     Indiferentes     Educados     Mal educados

22 Você acha que sua comunidade mudou com a chegada do turismo em sua região? 

Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

**2** SEÇÃO 1

12

**COMUNIDADE**

23 Se você acha que sua comunidade mudou, como foi essa mudança?

 Positiva  NegativaEm qual intensidade?  Muito  Mais ou menos  Pouco

O que mais mudou? \_\_\_\_\_

24 O que você **mais** gosta por ter turistas visitando sua comunidade ou região? Diversificação de serviços e comércio  Gera emprego  Movimenta a economia Mais locais de lazer  Novos conhecimentos  Conhecer novas pessoas Qualidade de vida melhorou  Trouxe mais infra-estrutura  Preserva a natureza

Outros \_\_\_\_\_

25 Geralmente, as pessoas de sua comunidade são contratadas para que nível de emprego/serviço?

 Gerência/administração  Serviços de Manutenção e Limpeza  Atendimento Chefe de cozinha/cozinheiro(a)  Auxiliar de cozinha  Guia

Outros \_\_\_\_\_

26 O que você **menos** gosta por ter turistas visitando sua comunidade ou região? Fazem barulho  Congestionam o trânsito  Acabou a tranquilidade  Trazem maus costumes Trazem drogas  Trazem crimes/violência  Impactam o ambiente  Lixo na cidade Lixo nos atrativos  Custo de vida aumentou  Aumentou o preço da terra

Outros \_\_\_\_\_

27 Os benefícios do turismo superam os impactos negativos da atividade?

Sim  Não 

28 O turismo melhorou a sua condição de vida?

Sim  Não 

29 O turismo melhorou as condições de vida de sua comunidade?

Sim  Não SEÇÃO 1  
2

12 e

**COMUNIDADE**

30	Existem locais em sua comunidade, cidade ou região que não devem ser visitados por turistas?	<table border="1"><tr><td>Sim</td><td></td><td>Não</td><td></td></tr></table>	Sim		Não	
Sim		Não				
	Quais? _____					
31	Quais são os locais que as pessoas de sua comunidade gostam de visitar/passear ou que você acha que são diferentes? Existe algum local em que é possível observar animais? (possíveis atrativos)					
	_____					
	_____					
32	Se você pudesse opinar ou mudar o turismo em sua comunidade, o que faria?					
	<input type="checkbox"/> Não faria nada	<input type="checkbox"/> Reduziria o número de visitantes				
	<input type="checkbox"/> Proibiria o turismo na região	<input type="checkbox"/> Aumentaria o turismo na região				
	Outros _____					
33	Comentários finais					
	_____					
	_____					
	_____					
	_____					

2  
SEÇÃO 1

## 3. Elaboração do produto de ecoturismo

Ariane Janér  
Roberto Mourão

SEÇÃO 1  
3

### I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo é mostrar os passos básicos para a elaboração de produtos de ecoturismo aplicando conceitos universais de *marketing*. O enfoque é prático, mas é bom lembrar que sempre serão necessárias adaptações para aplicar tais conceitos a uma situação real.

Em casos onde o projeto de ecoturismo vem sendo desenvolvido por organizações ambientalistas, estas provavelmente não serão diretamente responsáveis pelo desenvolvimento e operação de produtos e programas de ecoturismo. Mas, é muito importante entender como isso funciona, para que se saiba escolher os melhores fornecedores e operadoras (organizadoras de viagens), cooperar com eles e aproveitar melhor o potencial ecoturístico do seu projeto. Para um melhor entendimento, no final do capítulo, a título de exemplo, abordaremos a implantação de um projeto de ecoturismo para uma unidade de conservação.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

A elaboração do produto é parte integrante do *marketing*, como podemos ver nessas duas definições:

- ❑ **Marketing** é uma atividade humana que tem como objetivo satisfazer necessidades e desejos por meio de processos de intercâmbio.
- ❑ **Produto** é alguma coisa (objeto, serviço, atividade, pessoa etc.) capaz de satisfazer uma necessidade ou desejo.

No caso do ecoturismo podemos dizer que a *função do marketing* é fazer com que um atrativo natural ou cultural vire uma atração. E o produto é o conjunto destes atrativos acrescido de infra-estrutura e informação, que os valorizam e os tornam mais acessíveis.

Com freqüência a palavra *marketing* é usada num sentido mais restrito. Exemplos são:

- ❑ *Marketing* é promoção.
- ❑ *Marketing* é inovação de produto.
- ❑ *Marketing* é posicionar seu produto no mercado.
- ❑ *Marketing* é análise de mercado e planejamento e controle de vendas.

Neste capítulo é usado o conceito de *Marketing Mix*, composto basicamente de quatro elementos ou os *4 P's de Marketing*. Ou seja, o desenvolvimento do *marketing* de um atrativo envolve a definição de cada um dos elementos, que são:

- ❑ **Produto** ✍ Trata-se da avaliação do atrativo e da adição de serviços, infra-estrutura, informação, etc., que tornam o atrativo um produto que se pode oferecer ao mercado.
- ❑ **Preço** ✍ Trata-se da definição de quanto cobrar pelo produto.
- ❑ **Praça** ✍ Trata-se da definição de como o produto será colocado no mercado ou distribuído. Ou seja, é a estratégia para facilitar ao seu público-alvo a compra do produto.
- ❑ **Promoção** ✍ Trata-se da estratégia para atrair o público-alvo para comprar o pro-

duto, ou seja, como fazer com que o público-alvo tome conhecimento da existência do produto e se interesse em comprá-lo.

No caso de *marketing* ecológico podemos falar em um *quinto P*, de

*Preservação*, tema que será abordado ao longo do capítulo. Sobre este assunto, e para efeito conceitual, o Quadro 1 a seguir detalha os principais temas de *marketing* para produtos de ecoturismo.

☐ QUADRO 1

**MARKETING ECOLÓGICO E SOCIAL PARA O ECOTURISMO (1)**

O *marketing ecológico e social* pode ser entendido como um conjunto de atividades que o empreendedor de ecoturismo dispõe ao adotar estratégias e ações sociais e ambientais nos locais atrativos que são de interesse coletivo. No mundo atual, com a adoção cada vez maior pelas empresas de estratégias de responsabilidade ambiental e social, deve-se salientar que o cumprimento das leis e o pagamento de impostos são apenas as obrigações mínimas exigidas. Agir solidária e eticamente, mantendo uma relação sadia com toda a cadeia produtiva do turismo, com as comunidades anfitriãs e também com seus funcionários e clientes, são conquistas importantes e valorizadas por ecoturistas mais exigentes.

Freqüentemente, na ausência de pesquisa de produto e de mercado, o desenvolvimento de *marketing* de produtos de ecoturismo é baseado em muito empirismo e pouco método, ou ainda naquele *marketing* cuja promoção é baseada em mitos, imagens ou apelos inexistentes. Assim, o mau *marketing* reverterá numa má imagem do produto no mercado e na possibilidade de desgaste precoce de seu atrativo. Por outro lado, o *marketing* responsável atrairá visitantes que melhor apreciarão a sua destinação, seus serviços e a filosofia do seu negócio.

Deste modo, em cada um desses elementos (os "Ps"), deve-se ter uma abordagem ética e de responsabilidade social e ambiental na formulação de muitos instrumentos de *marketing*, principalmente no desenvolvimento do produto e nas formas de promoção. Algumas considerações a respeito:

☐ **Desenvolvimento de produtos**

- ✓ Consumidores do ecoturismo têm dado maior atenção aos produtos que dão suporte a comunidades locais, incrementam a conservação ambiental e educam seus clientes sobre como minimizar os impactos ambientais da visitação e respeitar as culturas locais.
- ✓ Os produtos devem ser desenhados preocupando-se em gerar o menor impacto possível nos destinos e atrativos.
- ✓ O projeto deve providenciar um minucioso diagnóstico turístico (bens e serviços) e sócio-ambiental para diagnosticar a sensibilidade do núcleo receptor em suportar a demanda do turismo.

☐ **Promoção no mercado**

- ✓ O projeto deve ter ciência de que consumidores provenientes de grandes centros urbanos não têm a real consciência de que o consumo do produto turístico gera uma maior demanda de consumo, principalmente de recursos naturais sensíveis a altas cargas turísticas, afetando seu equilíbrio e sua própria capacidade de atração.

(1) – Compilado pelo Editor

- ✓ A promoção deve assegurar e alavancar a distribuição e consumo do seu produto, pensando-se nos meios mais adequados para se atingir visitantes realmente interessados no meio ambiente. Mas não deve ser considerada somente como uma mera manobra de venda. Deve buscar o viajante que, de fato, está interessado em visitar áreas naturais, e que adotam práticas de consumo sustentável e comportamento ético.
- ✓ A promoção do ecoturismo deve refletir as suas diretrizes e suas práticas ambiental e socialmente responsáveis.
- ✓ A promoção deve envolver uma análise cuidadosa da imagem da região como um todo, principalmente se esta contiver áreas protegidas. Desvirtuar a mensagem comercial para apelos inexistentes, ou que vão contra à imagem da região, pode gerar descontentamento de ecoturistas experientes ou gerar uma demanda não compatível com o real conceito de seu produto.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Como já alertado em outros capítulos, não se pretende formar profissionais em elaboração de produtos de ecoturismo, mas apenas orientar sobre os elementos que compõem um produto e as etapas do seu processo de elaboração. Neste capítulo serão tratados os seguintes tópicos:

- 1 *Público-alvo: conheça seu cliente.*
- 1.2. *Elaboração do produto.*
- 1.3. *Preço: quanto cobrar.*
- 1.4. *Praça ou distribuição: como chegar até o público-alvo.*
- 1.5. *Promoção: como atrair o público-alvo.*
- 1.6. *O plano de marketing.*
- 1.7. *Produto e marketing de ecoturismo para projetos de conservação.*

#### 1. **Público-alvo:** *conheça seu cliente*

Você dispõe de um atrativo, ou um conjunto deles, e quer elaborar um produto. A primeira coisa a ser feita é pensar no seu mercado, seu cliente em potencial, ou seja, seu **público-alvo**. É muito comum, no mundo dos negócios, não se dar a devida atenção a esse primeiro passo. Mas o sucesso do produto depende das respostas às seguintes questões:

- Há mercado suficientemente grande?
- O potencial cliente está disposto a pagar o preço que pretendo cobrar?
- Como faço para o público-alvo saber que meu produto existe?

Usando o conceito dos 4 P's, estas perguntas se apresentam assim:

- Produto:** o produto será desenhado para um grupo de terceira idade ou um grupo escolar?
- Preço:** o preço será popular ou exclusivo?
- Praça ou distribuição:** a estratégia de distribuição será de vender direto ao turista ou via intermediários (como agências de turismo)?
- Promoção:** a promoção será feita por meio de mala direta com folheto simples e para públicos segmentados ou será feita uma campanha ampla em revistas de abrangência nacional?

Como tomar decisões sobre isso sem conhecimento do mercado? Quais dados levantar, e como? Infelizmente, os dados sobre turismo no Brasil são muito genéricos e é difícil encontrar estudos sobre segmentos específicos como o ecoturismo. Essa falta de informação torna ainda mais importante a coleta de dados sobre o perfil dos visitantes, uma vez que um destino (ou seja, uma região, como a Amazônia, ou uma cidade, como o Salvador) comece a recebê-los.

Contudo, na falta de dados sobre o turismo ou sobre a visitação a um destino, estudos no Brasil e no exterior nos permitem selecionar alguns fatores importantes para ajudar a entender melhor o cliente:

- ❑ **Procedência** ✍ Brasil (mercado interno local, regional ou nacional), Argentina, Estados Unidos, Europa (mercado externo).
- ❑ **Poder de compra** ✍ Mochileiro, excursionista, ou turista de hotel de luxo.
- ❑ **Faixa de idade** ✍ Crianças, jovens, adultos, meia idade, terceira idade.
- ❑ **Atividades ou interesses específicos** ✍ Mergulho, orquídeas, observação de pássaros, etc.
- ❑ **Forma de viajar** ✍ Individual ou em grupo, com ou sem filhos, etc.
- ❑ **Tempo disponível** ✍ Férias integrais ou fracionadas, feriados ou fins-de-semana.
- ❑ **Sazonalidade** ✍ Alta ou baixa temporada.
- ❑ **Especial** ✍ Deficiente auditivo, visual, etc.

#### ✍ **Procedência (2)**

A origem ou nacionalidade do turista é um fator muito importante. A Embratur estima que de 80% a 85% da movimentação turística no Brasil deve-se ao turismo doméstico. Apesar da carência de informações no país, ainda vale a pena colher as projeções e estatísticas sobre turismo e ecoturismo, usando-as após passar por uma análise crítica profissional. As entidades que geram publicações onde se pode encontrar dados e projeções gerais são:

- ❑ EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo – [www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br)
- ❑ FIPE / USP – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo
- ❑ ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens – [www.abav.com.br](http://www.abav.com.br)
- ❑ ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – [www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)
- ❑ Infraero – Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária
- ❑ CBTS – Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável – [www.turismosustentavel.org.br](http://www.turismosustentavel.org.br)

- ❑ Rede Brasileira de Turismo Comunitário – [www.turismocomunitario.org.br](http://www.turismocomunitario.org.br)
- ❑ Ecobrasil – Associação Brasileira de Ecoturismo – [www.ecobrasil.org.br](http://www.ecobrasil.org.br)
- ❑ IEB – Instituto de Ecoturismo do Brasil – [www.ecoturismo.org.br](http://www.ecoturismo.org.br)
- ❑ TIES - The International Ecotourism Society – projeções mundiais – [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)
- ❑ Planeta.com – Ecoturismo nas Américas – [www.planeta.com](http://www.planeta.com)
- ❑ OMT – Organização Mundial de Turismo – dados e tendências mundiais – [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
- ❑ WTTC – Conselho Mundial de Viagens e Turismo – dados e projeções mundiais – [www.wttc.org](http://www.wttc.org)
- ❑ UNEP – Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas – [www.uneptie.org](http://www.uneptie.org)

Regionalmente, deve-se pensar em contatar as Secretarias de Turismo, Faculdades de Turismo e não esquecer de falar diretamente com quem recebe turistas, as operadoras de turismo receptivo. Vale a pena lembrar que a maioria dessas organizações tem um website e às vezes fornecem dados ou projeções sobre o mercado na Internet.

Entidades representativas do setor de ecoturismo no Brasil fazem projeções diversas sobre o mercado, mas esbarram na falta de uniformidade sobre o conceito de ecoturismo que o mercado pratica para poder aplicar as estimativas. Assim, podemos ter um número significativo de turismo em áreas naturais, não necessariamente fazendo ecoturismo. O que podemos afirmar é que a demanda para um turismo no meio natural (ou rural) vem crescendo e muito deste crescimento se deve a uma nova necessidade de se praticar um turismo diferenciado do convencional.

Com base na experiência de alguns operadores importantes do mercado brasileiro, deduz-se que o perfil do ecoturista brasileiro é:

(2) – NOTA DO EDITOR – Todos os dados sobre o mercado de turismo e ecoturismo deste item foram compilados e atualizados pelo Editor

- ❑ Grande parte oriundo de grandes e conturbados centros urbanos.
- ❑ Relativamente jovem – 25 a 40 anos
- ❑ Tem médio poder de compra, e bom nível educacional / cultural.
- ❑ Solteiro(a).
- ❑ Viaja em feriados prolongados e férias, muitas vezes em grupos (organizados por operadoras nacionais de ecoturismo ou clubes de montanhismo).
- ❑ Procura realizar alguma atividade esportiva durante a visita (*mountain bike*, montanhismo, mergulho etc.).

Visando o mercado brasileiro, mesmo não existindo dados reais sobre o ecoturismo no mercado doméstico, dados sobre o turismo em geral no Brasil fornecem boas dicas para elaborar e operar seus produtos. Em 2001, foram 32 milhões de desembarques de brasileiros nos 16 principais aeroportos do país. Uma criteriosa pesquisa realizada em 2001 pela FIPE / USP, a pedido da Embratur, revela dados interessantes sobre o turista doméstico. Por exemplo, a pesquisa diz que 50 milhões de pessoas viajam – ou 36,4% da população brasileira, sendo que 70% destas somente uma vez por ano, durante dez dias e sem sair da região onde reside. Assim, o turista nacional, e próximo da região de seu projeto, pode vir a representar seu maior público alvo. Para se ter uma idéia desta importância, o viajante brasileiro gera R\$ 20 bilhões, ou 75% do total da receita turística gerada no país, estimado em R\$ 29,5 bilhões.

A pesquisa revela também que uma das tendências observadas no turismo (e que pode ser extrapolada para o ecoturismo em regiões com fluxos consolidados) é o aumento da concorrência. E com isto, a estratégia principal do empreendedor foi baixar os preços, o que derruba a rentabilidade e ameaça a lucratividade do negócio. Por exemplo, o excesso de leitos em determinados destinos vem provocando a queda no valor médio da diária, cerca de 50% nos últimos 3 anos, e as passagens aéreas se tornaram muito populares com a entrada de

outras companhias no mercado. Pode-se observar também, que os pacotes turísticos estão mais acessíveis com a chegada dos vôos *charters* (linhas aéreas locadas por operadoras), que chegam aonde não há linhas regulares, barateando a chegada de turistas nos destinos.

Estes tipos de pesquisas mostram ao empreendedor as alterações e as possíveis tendências no comportamento do viajante brasileiro. Outros dados importantes que podem ajudar a definir o seu produto são detalhados abaixo (EMBRATUR, 2002):

- ❑ Meio de Transporte utilizado: ônibus (36%); carona - viagem em carro de amigos (9,9%) e avião (9%)
- ❑ Meio de Hospedagem: Casa de amigos (65,9%); hotéis (15%); pousadas (5%);
- ❑ O gasto médio dos turistas brasileiros foi de R\$ 419,00 por viagem. Porém, quem ganha mais de R\$ 3.000 por mês, gasta R\$ 1.800 numa viagem
- ❑ O perfil médio do viajante brasileiro diz que sua renda média mensal é de R\$ 860 e que ele não fez faculdade;
- ❑ Uma das tendências mundiais é a regionalização das viagens. No caso brasileiro, 70% dos turistas viaja na região em que residem. Por exemplo, 66,6% dos paulistas visita apenas MG, RJ e ES, 20% visitam o Nordeste brasileiro e o resto distribui-se pelo país.

Pensando no turismo internacional, projeções de especialistas, do mercado e da OMT estimam que entre 7 e 10% do mercado mundial de mais de 650 milhões de viajantes, ou entre R\$ 45 e 65 milhões de viajantes, podem ser considerados ecoturistas. Dados coletados por Ceballus-Lascuráin (1996) para a UNEP trazem algumas dicas importantes, tais como:

- ❑ Em 1991, 260 milhões de turistas visitaram as áreas protegidas (principalmente os Parques Nacionais) nos EUA, gerando renda de Us\$ 3 bilhões.
- ❑ Parques no Kenya, na África, movimentam 750.000 visitantes / ano.
- ❑ Dependendo da região, o ecoturismo é



de 40 a 60 % do movimento turístico total. E o turismo relacionado a vida selvagem é 20 a 40% do movimento total.

- ❑ Em 1998 estimava-se entre 157 e 236 milhões os ecoturistas no mundo e entre 79 e 157 milhões os turistas interessados em vida selvagem.
- ❑ O ecoturismo contribui anualmente com algo entre Us\$ 93 e Us\$ 233 bilhões nas rendas nacionais de vários países. O turismo relacionado a vida selvagem entre Us\$ 47 e Us\$ 155 bilhões e turismo internacional de observação de pássaros pode ter atraído 78 milhões de viajantes com impacto econômico de Us\$ 78 bilhões.
- ❑ Juntando turismo doméstico com o internacional mundo afora, o ecoturismo gera receitas totais de Us\$ 660 bilhões a Us\$ 1,2 trilhões anualmente.

Recente publicação da UNEP traz mais luz sobre estas projeções (WOOD, 2002):

- ❑ As taxas de visitação para destinos baseados na natureza de 1990 a 1999, cresceram significativamente na África do Sul (486%), Costa Rica (136%), Indonésia (116%), Belize (78%) e Equador (41%);
- ❑ Em 1995, a Austrália tinha 50% (850 mil) de seus turistas estrangeiros totais visitando pelo menos um de seus parques nacionais;
- ❑ Os europeus, mais do que os canadenses e norte-americanos, vêm obtendo as maiores taxas de viajantes com interesse pelo turismo baseado na natureza;

Para o Brasil, especialistas avaliam que esse mercado cresceu menos do que seu potencial indica. Isso pode ser explicado pelo fato da nossa imagem ter sido prejudicada pela predominância de notícias negativas no exterior (violência, problemas econômicos, queimadas etc) e pela falta de investimentos em publicidade positiva e direcionada para o lazer em ambientes natural e culturalmente ricos.

O número de visitantes estrangeiros no

Brasil, em 2001, foi de cerca de 4,8 milhões. Pesquisa da Embratur indica que 13% do total de visitantes estrangeiros, cerca de 611 mil, tem como fator decisório a prática de ecoturismo, porém boa parte destas práticas se resume, por exemplo, num passeio de 1 dia no Parque Nacional do Iguaçu, para ver as Cataratas. Assim, cerca de 82% destes procuram a contemplação e observação da natureza, caminhadas por trilhas (12%), pesca esportiva (2%), mergulho submarino (2%) e exploração de cavernas (2%).

Até o início de 1999, devido ao valor do Real, os preços no Brasil estavam muito altos, comparados aos de outros países, impedindo um crescimento maior de nosso turismo. Com a desvalorização da moeda, em 2000 e 2002, este quadro deve melhorar.

Os argentinos, apesar da crise, continuam sendo o maior mercado, representando cerca de 29% dos estrangeiros que visitam o Brasil no ano 2001. Mas entre os estrangeiros que possuem maior tradição em ecoturismo, como os norte-americanos, com 594 mil visitantes, e europeus (principalmente Alemanha, Itália, França, Portugal, Inglaterra e Espanha, nesta ordem), com 1,4 milhão, juntos representam 42% dos visitantes estrangeiros. Outro dado importante é que hoje em dia uma boa parcela desses visitantes tem outros objetivos. Atualmente, menos da metade dos americanos vêm ao Brasil por motivação de turismo. Na Tabela 1 (*página ao lado*) as diferenças entre três tipos de turistas estrangeiros são claras.

O argentino viaja ao Brasil para conhecer e aproveitar as praias do Sul (ou até pegar um vôo charter até Búzios ou Salvador), e não costuma ter interesse em ecoturismo (Manaus não é citado como destino). Geralmente não é a primeira vez que visita o Brasil, gasta pouco e se deixa influenciar mais pela TV do que por revistas e jornais.

Menos da metade dos americanos viaja por motivo de turismo. 50% deles visitam o Rio de Janeiro e 6% vão a Manaus, uma indicação de interesse pela natureza. Para

TABELA 1

COMPARAÇÃO DO PERFIL DOS TURISTAS ARGENTINO, AMERICANO E ALEMÃO ANO 2001				
PROCEDÊNCIA/NACIONALIDADE	GERAL	ARGENTINA	AMERICANA	ALEMÃO
Motivo da viagem: turismo	56 %	73 %	34 %	51 %
Organizado por agência	22 %	24 %	14 %	19 %
Primeira vez que visita o Brasil	35 %	26 %	36 %	46 %
Permanência média	12 dias	10 dias	15 dias	20 dias
Influência da viagem: TV	8 %	40 %	33 %	26 %
Influência da viagem: revista/jornal	7 %	5 %	7 %	7 %
Influência: informação de amigos	47 %	32 %	44 %	30 %
Influência: informação de folders/impressos	6 %	10 %	2 %	5 %
Gasto médio por pessoa por dia, sem hospedagem e transporte	US\$ 81	US\$ 64	US\$ 126	US\$ 85
<b>CIDADES MAIS VISITADAS</b>	US\$	US\$	US\$	US\$
Rio de Janeiro	29 %	10 %	50 %	45 %
São Paulo	17 %	5 %	32 %	23 %
Florianópolis	16 %	36 %	-- %	-- %
Salvador	11 %	7 %	7 %	23 %
Foz do Iguaçu	11 %	14 %	5 %	12 %
Manaus	ND %	- de 1 %	6 %	-- %

Fonte: Embratur – 2002

dois terços dos americanos, essa visita não é a primeira. Eles consomem quase o dobro dos argentinos e acima da média geral dos turistas que visitam o Brasil. Numa pesquisa feita nos Estados Unidos em 1994, o perfil do ecoturista americano resultou no seguinte:

- Tem idade entre 35 – 54 anos (56%).
- Viaja sem os filhos (85%), sendo 60% viajando em casal e 13% sozinhos;
- Tem educação superior (82%).
- Tem como destino favorito as florestas tropicais.
- As motivações são contemplar paisagens naturais, ter novas experiências e conhecer novos lugares;

- As experiências mais admiradas são os cenários silvestres, observar a vida selvagem e fazer caminhadas.
- Permanece no país por no mínimo 8 dias.
- Prefere viajar no período junho – setembro.

Os alemães constituem um mercado interessante. Cerca de 50% deles viaja por motivo de turismo. A permanência média é de 20 dias (em geral, os períodos de férias na Europa são muito maiores que nos Estados Unidos), e o consumo / gasto por dia é maior. Além do Rio de Janeiro e São Paulo, os alemães visitam Salvador e Recife

e vem se influenciando cada vez mais por programas de TV.

Pode-se observar também que vem caindo o número de viajantes que chegam ao Brasil de forma organizada por agências emissivas. Isto pode ser reflexo da influência de guias especializados e da internet, onde os próprios viajantes estariam planejando suas viagens com mais facilidade e contatando diretamente os prestadores de serviços no país de destino. Para americanos e canadenses, o Brasil era, em 1998, o terceiro destino de preferência, segundo dados de pesquisa sobre o turismo na América Latina, e suas principais fontes de pesquisa para o planejamento da viagem foram as informações prestadas por amigos (60%), agências de viagem (57%), internet (47%), guias turísticos (36%) entre outros.

Outra análise que pode ser de interesse para se entender a procedência e como o turista estrangeiro chega ao Brasil é feita pela pesquisa dos portões de entrada no país. No ano de 2001, o turista chegava por São Paulo (34%), Rio Grande do Sul (17%), Rio de Janeiro (19%) e Paraná (11%). Neste ano, no estado do Amazonas, chegaram diretamente do exterior cerca de 28 mil turistas, menos de 1% do total, sendo 10 mil norte-americanos. Já na Bahia e Pernambuco chegaram 89 mil e 60 turistas respectivamente, sendo a grande maioria da Europa (74 e 90% respectivamente). No caso da região do Pantanal, dos 108 mil turistas (2,3% do total) que chegaram do exterior diretamente ao estado do Mato Grosso do Sul, apenas 27 mil eram americanos e europeus.

Atualmente vêm sendo desenvolvidos estudos para se implantar corredores de ecoturismo a partir dos principais portões de entrada brasileiros. Os corredores em estudo envolvem o portão de entrada de Foz do Iguaçu, fazendo conexão com o Pantanal e a Amazônia e também o Centro-Oeste.

### Poder de Compra

O poder de compra é muito importante para definir preços. A prática do ecoturismo

muitas vezes implica viagens a locais distantes ou de acesso mais difícil, na necessidade de guias especializados, no uso de equipamentos e na formação de grupos pequenos. Além disso, espera-se uma contribuição para projetos locais de conservação. Isto quer dizer que os preços dos programas serão superiores aos de um tour de ônibus para 40 pessoas em visita ao Pão de Açúcar ou ao Corcovado, no Rio de Janeiro.

Logicamente, pessoas com baixo poder de compra não têm condições de pagar o preço de muitos dos produtos de ecoturismo comercializados. Mesmo assim, não são excluídas do ecoturismo, porque existem clubes de montanhismo e excursionismo, de observação de aves, etc., que organizam passeios de baixo custo. Um grande mercado para o ecoturismo brasileiro são as escolas.

### Faixa de Idade

A faixa de idade do grupo é muito importante para a definição e adaptação do grau de dificuldade e conteúdo do seu programa.

Estudantes, de 1º, 2º e 3º graus, são um mercado interessante para o ecoturismo nacional. Escolas já são grupos pré-formados e fáceis de localizar e contatar. Deve-se lembrar, no entanto, que crianças e adolescentes geralmente são menos disciplinados, precisam de mais divertimento e de atividades físicas. Aconselha-se incluir professores nos grupos, gratuitamente ou com custo distribuído nos preços individuais. Eles ajudam a promover a disciplina, dividem a responsabilidade profissional com a operadora e podem ainda atuar como promotores para formação de grupos.

A Terceira Idade é um mercado crescente, tanto no exterior quanto no Brasil. Boa parte possui tempo, dinheiro e vontade, fundamentos essenciais para se viajar e que nem sempre estão presentes nos outros grupos etários. Existem clubes organizados de pensionistas e aposentados. Para esse segmento devem ser providenciadas medidas adicionais de segurança, boas informações

e roteiros com menos atividades que exijam esforço físico e/ou emocional. Pesquisa recente diz que a oferta detalhada de informações sobre facilidades médicas nos destinos, são garantias de segurança para a tomada de decisão do visitante norte-americano.

### ✍ Atividades ou Interesses Específicos

Se o atrativo oferece possibilidades para atividades ou interesses específicos, não deixe de aproveitar esses mercados. Geralmente as pessoas já têm um grau de organização, por meio de clubes ou associações, o que facilita o *marketing*. Mas lembre-se também que são turistas exigentes; como 'conhecedores', eles sabem o que querem.

Convém sempre procurar entender melhor as diferentes motivações e nível de experiência dos futuros visitantes. Atualmente tem-se falado em ecoturistas "hard" (aquele com espírito de aventura e melhor preparo físico) e "soft" (preferem experiências fisicamente mais leves e curtas). Esta mesma terminologia tem sido usada para se definir o visitante menos engajado (soft) e o mais engajado (hard) no ecoturismo, em razão deste produto ser mais ou menos próximo dos seus princípios.

No caso do turismo pedagógico, desenvolvido por estudantes de vários níveis, ao se fazer o acerto com determinadas estabelecimentos de ensino deve-se atentar para as atividades e abordagens do roteiro, que devem estar ligadas a algum conteúdo curricular e, assim, exige-se conhecimento na área. A vantagem é que os grupos são garantidos e grandes, exigindo-se porém técnicas de manejo de visitação para adequá-los aos locais atrativos.

### ✍ Forma de Viajar

Em geral é mais fácil trabalhar com grupos pré-formados ou pacotes do que com turistas individuais. No primeiro caso, já se sabe com antecedência quantas pessoas vêm e quando; basta manter contato com o orga-

nizador do grupo que faz as reservas e o pagamento. No segundo caso, o mercado individual (S.I.B. – (a) Seat in (the) Bus ou "um lugar no ônibus"), é necessário um fluxo bastante grande para justificar saídas regulares, porque os custos fixos são mais altos: as reservas são feitas em cima da hora, há o risco de 'no-show' (turista não aparecer), o grupo é heterogêneo e o pagamento pulverizado. Hoje em dia as principais operadoras emissoras nacionais de ecoturismo trabalham em parcerias com operadoras receptivas nos destinos, facilitando a saída de turistas em qualquer época e número (no mínimo dois) não necessitando, assim, aguardar a formação de um número mínimo de viajantes.

### ✍ Tempo Disponível

O tempo disponível é uma consideração importante para determinar a duração do seu programa. Como já vimos na Tabela 1, os americanos têm cerca de duas semanas disponíveis, e nesse tempo querem ver o Brasil de norte a sul. Brasileiros têm a opção de viajar nos feriados e não têm a ansiedade de visitar muitos lugares diferentes em um só período de viagem. Hoje, vê-se tendências em alguns países, incluindo o Brasil, e em parcelas da população, de se obter férias mais curtas, fracionadas em diferentes períodos do ano. E nestes curtos períodos, de 7 a 15 dias, estas pessoas tendem a viajar.

### ✍ A Sazonalidade

A sazonalidade de visitas é determinada por dois fatores:

- a) O período de férias do visitante, em geral coincidindo com férias escolares, no verão. Cabe lembrar que o verão nos países do hemisfério norte ocorre no meio do ano. Assim, enquanto as férias escolares nos países do hemisfério sul ocorrem entre dezembro e fevereiro, nos países do hemisfério norte as férias vão de junho a agosto.

b) A melhor época para visitar determinado lugar, principalmente pelas condições climáticas regionais.

A sazonalidade das entradas devem ser analisadas para se compreender como equilibrar melhor os custos de seu produto ao longo do ano e para melhor estabelecer estratégias de promoção. Em 2001, por exemplo, dos 594 mil norte-americanos e dos 1,4 milhão de europeus que chegaram ao Brasil, quase a metade (41 e 42% respectivamente) se concentraram nos 4 meses "quentes" do ano – janeiro, fevereiro, março e dezembro. Já a chegada de visitantes estrangeiros a São Paulo, cujo perfil é mais para o turismo de negócios, se dilui ao longo do ano.

Os dados na Tabela 2 são ilustrativos: em 2000/2001, os argentinos visitavam o Brasil principalmente no verão, que é na mesma época nos dois países. Os alemães parecem preferir o período de dezembro a fevereiro, quando ocorre o verão no Brasil e o inverno na Alemanha. Isto apesar do período de férias de verão na Alemanha ser de junho a agosto. Os americanos não fogem deste padrão de preferência, mas deve-se lembrar que boa parte deles está aqui a negócios. É interessante notar que a pesquisa feita em 1994, referida anteriormente, revela que os ecoturistas americanos preferem viajar entre junho e setembro, que coincide com as férias de verão deles.

 TABELA 2

SAZONALIDADE DE VISITANTES EXTRANGEIROS NO BRASIL EM 2000/2001			
NACIONALIDADE	DEZ/2000 A MAR/2001	JUN/2001 A SET/2001	RESTO DO ANO (2001:ABR, MAI, OUT. NOV.)
Geral	44 %	27 %	29 %
Argentinos	56 %	24 %	20 %
Americanos	44 %	30 %	26 %
Alemães	41 %	31 %	28 %

Fonte: Embratur – 2002

Cabe destacar que há muitos destinos ecoturísticos com grande apelo fora da época de verão. Por exemplo: o Pantanal no inverno e as Serras do Mar e Gaúcha no outono. Existem, então, grandes oportunidades de se vender o Brasil como destino ecoturístico a um outro tipo de turista, fora da temporada. No caso do turismo doméstico, prepare-se para aproveitar todo e qualquer feriado e pense sempre que boa parte das férias hoje são usufruídas de forma fracionada (2 a 3 vezes por ano).

As estratégias para driblar a sazonalidade podem ser variadas, entre elas trabalhar com grupos de estudantes (que viajam mais

no período escolar), oferecer espaços para encontros e oficinas de trabalho, promover festivais de música, gastronomia, folclore e artes em geral, entre outras.

### Especial

Muito tem-se falado sobre parcelas da população que não viajam por diversos motivos. Segundo pesquisa da Embratur com o turismo doméstico, os motivos pelos quais o brasileiro não viaja são falta de dinheiro (60,3%), excesso de trabalho (15%) e problemas de saúde (8%). Estes últimos poderiam estar viajando se os roteiros de

determinados destinos, como as regiões serranas ou de águas termais, incluíssem práticas de saúde alternativas como atividades em seus produtos.

E uma pequena parte, mas que pode ser um número significativo, é composta por deficientes físicos, que muitas vezes, por ausência de simples adaptações nos equipamentos turísticos e nos materiais de comunicação, deixam de viajar. Deficientes visuais e auditivos e deficientes com dificuldades de locomoção podem praticar o ecoturismo com uma capacitação específica para guias, elaboração de materiais informativos específicos e melhorias de baixo custo nos acessos e infra-estrutura nos locais atrativos.

Por fim, para aprimorar o conhecimento sobre o seu cliente, e sempre dispor de informações concretas para adaptar e melhorar seu produto, convém estabelecer uma pesquisa de demanda continuada (ver capítulo *Inventário*). Ou seja, é importante tanto no início do projeto, para identificar o consumidor potencial, como para melhor conhecer o consumidor atual, inclusive analisando os dados para prever tendências futuras. Assim, o modelo de pesquisa abaixo está formatado para produtos já implementados. No caso de não haver demanda turística atual, a pesquisa é para conhecer a demanda potencial e deve centrar-se nas questões de perfil do viajante, suas motivações e expectativas quando viaja e deve ser feita no local de origem do turismo.

## 2. Elaboração do produto

Quando passamos a entender melhor o mercado, a tarefa de elaborar o produto fica mais fácil. É importante lembrar também que o conceito de *marketing* considera não apenas o “P” de produto, mas os outros três “Ps” – preço, praça e promoção – e o conjunto deve ser coerente. Por exemplo, se o mercado identificado é o popular, não faz sentido elaborar um produto sofisticado, que tenha custos altos e distribuído em revistas especializadas. No caso do quinto “P”, o *marketing* ecológico nos induz a

cuidar para que o produto popular não cause degradações no atrativo devido ao descuido em se gerar fluxos crescentes por uma promoção mal balanceada.

No FLUXOGRAMA 1 (página seguinte), descrevemos como uma operadora de turismo elabora seu produto, partindo do zero. A operadora de turismo será um cliente importante, por isso um projeto de conservação voltado para o desenvolvimento e promoção do ecoturismo deve escrutinar o seu produto em potencial (atrativo) tendo em mente o mercado de operadoras de turismo. O passo-a-passo para elaborar o produto é muito semelhante, como será mostrado a seguir.

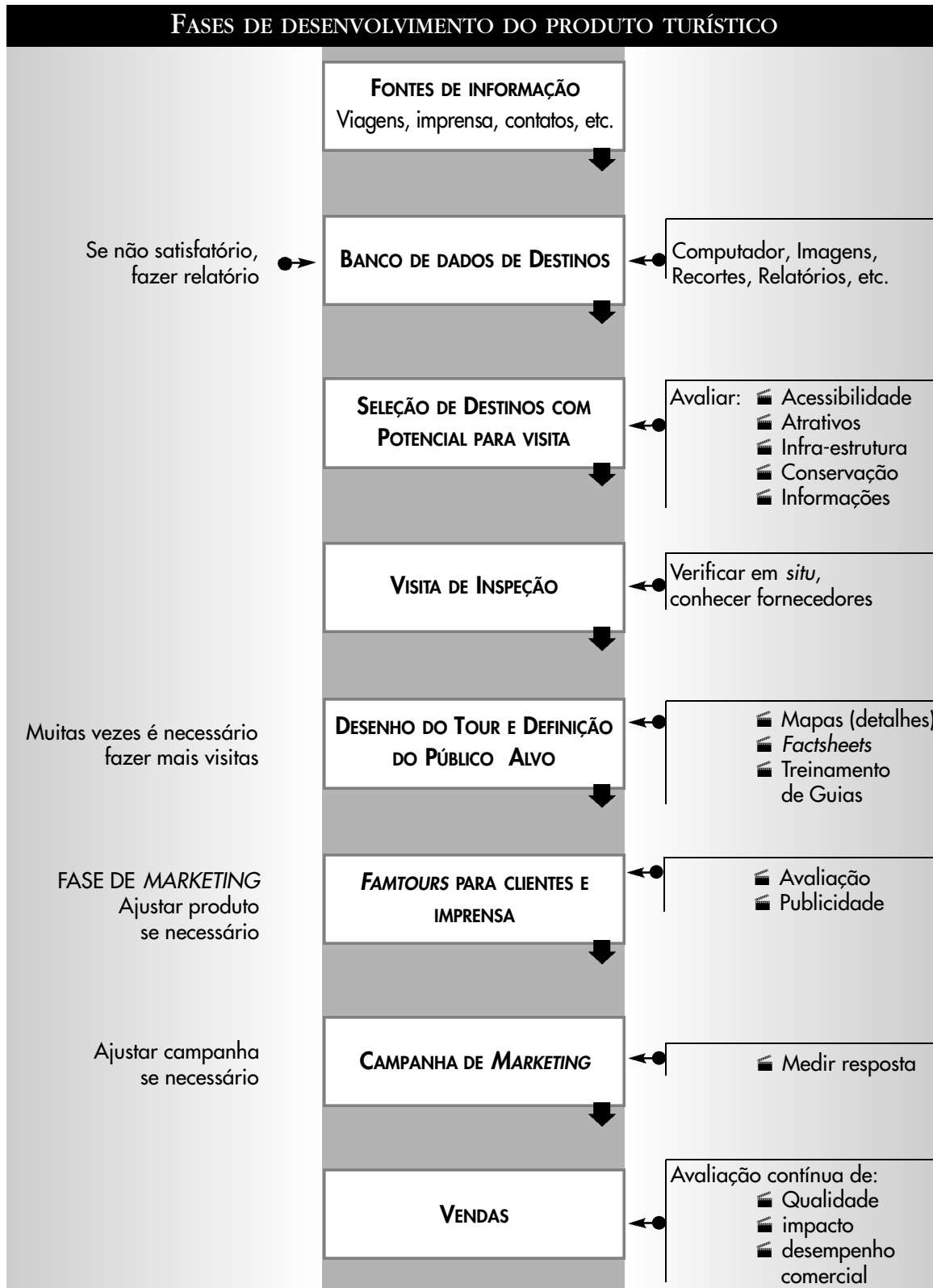
A operadora sempre estará interessada em destinos novos e produtos diferentes dos seus concorrentes e procura sempre manter-se informada das possibilidades por meio de viagens, imprensa, contatos no mercado, dicas etc. Uma boa operadora deve ter um banco de dados – de preferência no computador – com informações básicas de cada destino/atrativo, além de um banco de imagens e clippings (recortes de reportagens). A operadora que já está no mercado há algum tempo deve ter uma idéia sobre o que o seu público-alvo gosta e mesmo as dicas de ecoturistas mais experientes, captadas em questionários de avaliação, podem lhe ser úteis. Usando o banco de dados, selecionará novos destinos possíveis de serem desenvolvidos. Essa seleção tem como base, entre outros aspectos:

- ▲ O potencial aparente do atrativo, incluindo sua inserção como novidade ou exclusividade no mercado.
- ▲ A acessibilidade e o meio de transporte adequado.
- ▲ A infra-estrutura e os equipamentos existentes.
- ▲ As informações e a literatura existentes sobre a cultura e a história do lugar.
- ▲ As informações e a literatura existentes sobre os ecossistemas do lugar.
- ▲ A importância ecológica e a existência de projetos de conservação na região etc.

FLUXOGRAMA 1

**FASES DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO TURÍSTICO**

SEÇÃO 1  
3



O próximo passo é fazer uma visita de inspeção para verificar as características e os dados básicos do atrativo, coletar informações adicionais, conhecer fornecedores e operadores e pesquisar preços. Se já foi feito o inventário (ver capítulo *Levantamento de Potencial Ecoturístico*), este facilitará o trabalho. Se a inspeção corresponder às expectativas, começa o trabalho de desenhar o programa em detalhes:

- ▲ O número de dias ideal para a visita.
- ▲ A programação e o roteiro de cada dia (incluindo hospedagem, alimentação, transporte, guias locais e atividades).

Começam as negociações de preços com fornecedores identificados no inventário, procurando o estabelecimento de parcerias locais de forma mais concreta. As informações para guias e turistas devem ser preparadas e os guias da operadora provavelmente devem receber um treinamento. Depois de elaborado o programa e definido seu público-alvo, deve-se fazer uma campanha de distribuição e promoção (o *Marketing*) para incentivar os revendedores a oferecer o produto aos seus clientes. A operadora escolhe os canais de venda a serem usados e começa a fase de *marketing*. Quando se trata de um produto novo, é bom organizar um *Famtour* (tour de familiarização) para os revendedores e/ou imprensa. Um revendedor que realmente conhece o produto – e gosta – saberá vendê-lo com mais sucesso. Preste atenção nas sugestões dos revendedores que participam do *Famtour*, pois podem ser úteis para fazer ajustes no produto ou no roteiro. Artigos em revistas e jornais ajudam a divulgar o destino, os projetos de conservação associados e o nome da operadora.

No caso de venda direta ao turista (sem o intermédio de uma agência ou operadora de turismo), colocam-se anúncios em jornais e revistas, divulga-se por mala direta de clientes de viagens anteriores ou ainda, dependendo do produto, pela tele-

visão. Deve ser dada uma atenção especial à divulgação via Internet – cujos usuários estão na mesma faixa etária e de poder aquisitivo que o ecoturista padrão – inclusive disponibilizando páginas específicas em inglês. Isto encurta o processo de promoção, com sua informação indo direto ao seu potencial cliente.

A campanha de vendas começa quando o produto está sendo divulgado. Medir a resposta de sua campanha de *marketing* e vendas ajuda nas futuras decisões sobre como vender melhor seu produto (ver capítulo *Administração e Práticas Contábeis*).

Ⓟ **Passo 1 – O atrativo é a base de seu produto**

A base de seu produto são os atrativos do lugar. Um atrativo pode ser uma cachoeira, uma espécie animal, um ecossistema, um projeto de conservação, uma comunidade tradicional com cultura bem marcada, um hotel especial etc. É importante analisar tudo em detalhes e definir o perfil do turista ao qual seu produto é dirigido.

Para não esquecer aspectos importantes, é bom fazer um inventário para avaliar o atrativo ou o destino (ver capítulo *Levantamento do Potencial Ecoturístico - Inventário*). Não só pelo aspecto quantitativo (quanto atrativos significativos estão disponíveis?) mas também por alguns de seus aspectos qualitativos, os quais devem ser abordados no inventário, tais como:

- Qual o ecossistema (por exemplo, floresta tropical de Mata Atlântica)?
- Há atrativos específicos dentro do ecossistema (por exemplo, cachoeiras, mirantes)?
- Qual o tipo e a duração mais adequada ao programa que se tem em mente?
- Existe algum apelo conservacionista (por exemplo, espécies em extinção, áreas protegidas)?
- Há atividades/interesses associados (por exemplo, canoagem e observação de pássaros)?
- Existe informação suficiente para sub-



sidear os estudos sobre capacidade de carga turística do local e quais são os outros usos atuais e potenciais da área (por exemplo agricultura)?

- Existe mapa detalhado da área (por exemplo, mapa do IBGE) ou é necessário fazer um? Hoje em dia é também possível comprar fotos de satélite em CD-Rom ou adquiri-las pela Internet
- Quais as fontes de informações sobre o atrativo e região ?

Depois de fazer o inventário, deve-se escrever um breve relatório, explicando os aspectos mais importantes, os pontos fortes e fracos, as oportunidades e desafios que a região e os atrativos lhe oferecem. Uma curta descrição sobre o que faz desse lugar algo especial é o primeiro passo para a campanha de publicidade.

Técnicos, lideranças locais e outros gestores de projetos não tão experimentados com o turismo tendem a superestimar o seu atrativo. Por isso, seguem algumas orientações importantes para uma avaliação objetiva e imparcial:

**a) Cuidado com avaliações subjetivas**

É preciso ser objetivo na análise, para saber qual é seu “raio de atração”. Lembre-se que o ecoturista geralmente é um viajante experiente e bem informado e não adianta exagerar os atrativos do lugar. Além das dicas de hierarquização do potencial de atração oferecidas no capítulo do Inventário, um bom critério é o uso de estrelas, adotado pelo Guia Michelin e também pelo Guia 4 Rodas no Brasil. O índice de estrelas indica o esforço que o turista deve fazer para visitar um lugar:

- Uma estrela (\*)**: o lugar é interessante, vá se você já está por perto.
- Dois estrelas (\*\*)**: merece uma visita, se você está na região vale fazer uma volta maior.
- Três estrelas (\*\*\*)**: vale a viagem.

**EXEMPLO:**

**AVALIAÇÃO DE ATRATIVOS SEGUINDO A CLASSIFICAÇÃO DO GUIA MICHELIN**

Uma cachoeira de 10 metros pode ser achada em muitos lugares e só atrai quem passa perto (*uma estrela*).

Cataratas como Foz de Iguaçu e Niágara são espetáculos da natureza e atraem turistas do mundo inteiro (*três estrelas*).

O mico-leão-dourado só vive livremente em um único lugar do mundo, o que lhe proporciona um potencial de atração forte o bastante para alguém que está no Rio de Janeiro estender sua estadia para fazer uma viagem de um dia para vê-lo (duas estrelas). Mas um mico-leão não é tão imponente e conhecido como um gorila. O desejo de ver gorilas pode ser razão para uma viagem à África (três estrelas).

**b) Qual é o diferencial?**

Em geral as pessoas são inundadas com informações e dedicam pouco tempo para ler tudo com atenção. Pense nos atrativos “concorrentes” ao seu e procure identificar qual é o seu diferencial, ou seja, o que faz o seu atrativo diferente – e mais interessante – do que os demais.

Para melhor embasar a tomada de decisão sobre o diferencial do seu atrativo em relação à concorrência, uma pesquisa de produto pode ser extremamente útil. A Pesquisa de Produto serve para se identificar o perfil dos produtos e dos destinos concorrentes, seus preços e suas estratégias de promoção e vendas, definindo-se seus pontos fortes e fracos. Permite verificar se seu produto é viável regionalmente e permite estabelecer a sua estratégia de conquista de mercado. Na página seguinte, no Quadro 2, um modelo simplificado de pesquisa de produto.

**EXEMPLO:**

**ELEMENTOS QUE DÃO  
UM DIFERENCIAL AO SEU ATRATIVO**

Um turista que quer ver floresta tropical pode escolher entre quatro continentes (Américas, Ásia, África e Oceania). Se ele tem interesse na floresta Amazônica, vai comparar Brasil com Equador, Colômbia, Peru, Venezuela e Guianas. Mesmo dentro do Brasil há muitas portas de entrada (cidades ou Estados na Amazônia ou Mata Atlântica). Alguns exemplos que podem fazer seu produto se diferenciar da concorrência podem ser:

- 1) Oferecer equipamentos ou meios que constituam uma forma especial de ver a floresta, como por exemplo uma canopy walkway (passarela suspensa na altura da copa das árvores);
- 2) oferecer a oportunidade de ver espécies de flora e fauna chamativas e endêmicas por meio de guias mateiros;
- 3) desenhar seu produto para ser gerenciado por comunidades ribeirinhas ou de extrativistas;
- 4) vincular o roteiro à atividades diferenciadas de aventura e ainda
- 5) ter disponíveis boas listas e guias para observação da avifauna local .

**QUADRO 2**

EXEMPLO DE PESQUISA DE PRODUTO		
CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO	PRODUTO CONCORRENTE 1	PRODUTO CONCORRENTE 2
NOME DO PRODUTO		
COMPONENTES DO PRODUTO		
MERCADO CONSUMIDOR - ORIGEM E VOLUME		
PREÇO DO PRODUTO		
DURAÇÃO DO PACOTE		
DIFERENCIAL DO PRODUTO		
PONTOS FORTES		
PONTOS FRACOS		
FORMAS DE DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DE MARKETING		
ABORDAGEM DE MARKETING (APELO ESPECIAL)		

FONTE: Adaptado pelo Editor a partir de MacGregor, 1994.

**c) Sinergias**

Nem sempre o atrativo precisa valer a viagem. A proximidade de um outro atrativo (não necessariamente ecoturístico) pode valorizar o que você está propondo.

**EXEMPLOS:**

**SINERGIA COM OUTROS ATRATIVOS NA REGIÃO**

Uma fazenda antiga do ciclo de café perto de uma reserva privada de mata primitiva ou secundária de bom porte. Os turistas com interesses culturais vão gostar de fazer uma visita curta ao ecossistema original, e os ecoturistas vão achar o roteiro mais rico se puderem também visitar a fazenda. Da forma mais ampla, propriedades ou unidades de conservação com remanescentes de Mata Atlântica localizadas próximo ao Rio de Janeiro ou São Paulo também geram esta sinergia.

**EXEMPLOS:**

**UM ATRATIVO, MAIS DE UM PÚBLICO-ALVO**

O Parque Nacional de Itatiaia/RJ é visitado por montanhistas, especialmente no inverno, e por ornitólogos, na primavera. A Pousada Aldeia dos Lagos, em Silves/AM, recebe ecoturistas ao longo do ano, mas também grupos para realização de oficinas (workshops) na baixa estação.

necessidade de conservação. Nesse caso, o diferencial está na qualidade da informação transmitida ao visitante como forma de compensação pelo aspecto visual de natureza degradada.

**f) Atividades especializadas ou de interesse específico podem agregar valor ao seu atrativo**

Para que a visitação não se resuma a atividades físico-esportivas ou de observação contemplativa das paisagens, algumas atividades de caráter recreativo, educativo e informativo devem ser inseridas, construindo um verdadeiro roteiro de ecoturismo. A simples observação e interpretação das paisagens pode não ser suficiente para criar o diferencial de seu produto. Técnicas de educação ambiental e de interpretação do ambiente são necessárias e contribuem para que a vivência no ambiente natural seja mais enriquecedora, ao mesmo tempo em que conscientiza o visitante para temas ambientais relevantes.

Todas as atividades de lazer e recreação praticadas em áreas naturais são de caráter altamente dinâmico, alterando-se principalmente de acordo com a flutuação e motivação da demanda turística, não sendo raro o aparecimento de novas modalidades. Todas necessitam de orientação, algumas de treinamento específico e equipamentos de segurança individuais ou

**d) O mesmo lugar pode ter atrativos diferentes para diferentes públicos-alvo**

Não limite o seu atrativo a um público-alvo muito específico. Se você fizer bem o inventário, vai descobrir várias maneiras de utilizar seu atrativo ou conjunto deles, e elaborando produtos e roteiros de diferentes perfis, para mais de um público-alvo, podendo ainda distribuir melhor a visitação durante o ano.

**e) Os atrativos não são apenas paraísos ecológicos intocados**

Se próximo ao seu atrativo houver áreas desmatadas e/ou poluídas, uma rápida visita, ou a simples passagem por estes locais podem ser uma forma valiosa para demonstrar o valor de trabalhos de conservação, desde que seja interpretado de maneira que ressalte o aspecto degradado do local e a

**EXEMPLO:****ATRATIVOS QUE NÃO SÃO PARAÍÇOS ECOLÓGICOS INTOCADOS**

Na borda da Reserva Biológica de Poço das Antas há uma barragem abandonada que tem causado impactos ambientais sérios na região.

Uma visita a essa barragem com um guia contando a história de como foi (mal) planejada, e nunca usada, pode ser um assunto muito interessante.

No Rio de Janeiro, os favela-tours são populares entre os turistas que querem conhecer outras realidades.

Na Chapada dos Guimarães / MT, antes de se chegar ao Parque Nacional, há um lixão a céu aberto,

o qual pode ser objeto de temas interpretativos para se conscientizar sobre o problema de lixo excedente que o turismo pode causar em pequenas localidades.

No Vale do Ribeira, sul de São Paulo, o Canal do Valo Grande foi obra que causou sérios problemas sociais e ambientais, podendo demonstrar ao visitante como a interferência antrópica no ambiente pode gerar conseqüências negativas não previstas em médio-longo prazo.

coletivos. A TABELA 3 (páginas 162 a 164) pode dar uma boa idéia das principais atividades que vem sendo desenvolvidas atualmente em ambientes naturais. Porém, procure sempre um especialista para um estudo caso a caso e para desenvolvê-las seguindo os princípios de mínimo impacto.

Depois de definir o atrativo e a melhor forma como serão explorados, o próximo passo é identificar a melhor forma de apresentá-lo ao turista, considerando que você quer causar o mínimo impacto no ecossistema, oferecer ao turista valor condizente com o preço pago e propiciar retorno à comunidade e à conservação. Analisando a


logística e a fragilidade do ecossistema, você vai encontrar alguns obstáculos, mas poderá descobrir formas para diferenciar seu atrativo em relação ao dos concorrentes.

Ⓟ **Passo 2** – *Acesso, Transporte e Taxas de visitação: Como o turista vai chegar ao atrativo e quanto custa ?*


Se vai chegar de avião deve-se avaliar qual é o aeroporto mais próximo (em quil metros e tempo) e, uma vez na cidade de acesso, que tipo de transporte será usado, qual a sua capacidade e disponibilidade para transportar visitantes até o atrativo. Avaliar também se há problemas de acesso em certas épocas do ano, procurando caminhos ou meios de transporte alternativos. Se o acesso, ou parte dele, do aeroporto até o atrativo   agradável, ecologicamente interessante e paisagisticamente bonito, este pode ser melhor aproveitado e propositadamente inserido no roteiro. Se possível, fazer o transporte de maneira ecológica (uma canoa a remo ao invés de motorizada) e contratando empresas responsáveis. Evite atividades e meios de transporte motorizados dentro de áreas protegidas ou de fragilidade ambiental conhecida, e procure também controlar para que os acessos não causem perturbações em vilas comunitárias. Lembre-se que alguns locais atrativos, como áreas naturais públicas e privadas, protegidas ou não, possuem taxas de acesso, as quais geralmente são incluídas no preço do passeio. Nestes casos, atente para as necessidades de agendamento e autorização prévias (ver Exemplo na página 163).

 TABELA 3

ALGUMAS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM AMBIENTES NATURAIS		
ATIVIDADES / INTERESSES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS	NECESSIDADES ESPECIAIS
Bóia-cross ( <i>Acquaraid</i> )	Percorrer rios de corredeiras por meio de bóias infláveis. O equipamento pode ser uma câmara de pneu de caminhão ou equipamentos específicos, melhor elaborados e resistentes.	Equipamentos como capacete e salva vidas, além de saber nadar e conhecer o percurso.
Asa delta, pára-quedismo, parapente, paraglyder, balonismo	Práticas aéreas que permitem uma visualização das paisagens de forma panorâmica e sem muitos impactos na fauna e flora.	Treinamento especializado e autorização de vôo. Os equipamentos são caros e, na sua grande maioria, importado. Necessita também apoio por terra.
Acampamento (Camping)	Forma mais econômica de hospedar-se próximo à natureza.	As barracas estão mais leves e mais baratas hoje em dia. Campings regularizados, com um mínimo de estrutura, evitando-se o camping selvagem.
<i>Canyoning</i> / Cachoeirismo ( <i>Cascading</i> )	Explorar e percorrer rios de vale, driblando os acidentes naturais como cânions, gargantas e cachoeiras. A variante " <i>cascading</i> " é conhecida como <i>rappel</i> de cachoeira.	Bons equipamentos, equipes treinadas, preparo e experiência.
Canoagem ( <i>Canoeing, kayaking</i> ) e <i>Rafting</i>	Passeios de canoas e caiaques realizados em lagoas, lagos, rios com ou sem corredeiras, baías, mangues etc. <i>Rafting</i> é a descida de rios com corredeiras e pequenas cachoeiras com botes infláveis de estrutura reforçada.	Não necessita técnica especializada, mas apenas acompanhamento e saber nadar, além de coletes salva-vidas e capacete. Canoas e caiaques não são baratos, mas produtos nacionais são bons e acessíveis.
Ciclismo / <i>Mountain Biking</i>	Passeios de bicicleta adaptadas a terrenos irregulares por roteiros pré-determinados. Pode-se alcançar lugares mais distantes do que as caminhadas e com menor esforço físico.	Exige-se preparo físico e equipamentos de segurança como capacetes e joelheiras.
Caminhadas e Travessias ( <i>Hikking /Trekking</i> )	Caminhadas simples de até 3-4 km não exigem preparo físico, apenas a definição de paradas para descanso e lazer. <i>Trekking</i> são caminhadas	Para a prática de longas caminhadas e travessias não basta disposição. Tem que ter um roteiro bem definido e um

 TAB. 3 (continuação)

ALGUMAS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM AMBIENTES NATURAIS		
ATIVIDADES / INTERESSES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS	NECESSIDADES ESPECIAIS
	mais longas, de até um dia. Travessias percorrem longas distâncias, entre duas regiões de interesse, e podem durar de 1 a 4 dias.	mínimo de estrutura logística (equipamentos e vestuário), além de preparo físico.
Mergulho livre e autônomo ( <i>Diving</i> ) / flutuação ( <i>Snorkelling</i> )	O mergulho em áreas marinhas costeiras e em águas interiores é prática já bem desenvolvida no Brasil, porém pouco explorada pelo turismo. A flutuação é realizada em rios e mares de águas cristalinas, equipado apenas com máscara, snorkell e pé de pato.	Saber nadar. Equipamentos de mergulho livre e de flutuação são baratos. O de mergulho autônomo nem tanto e necessita de cursos especializados.
Montanhismo	Caminhadas em ambientes serranos e montanhosos, que podem ou não incluir atividades de escalada simples ou vertical.	Atividades com elevados graus de dificuldade podem exigir treinamento, equipamento e acompanhamento específicos.
Observação astronômica	Observar e conhecer planetas, estrelas e constelações. Melhor realizado longe de centros urbanos e em locais de amplos horizontes. Cartas celestes auxiliam na observação e podem ensinar as noções básicas de orientação geográfica.	Pode ser realizada mesmo a olho nu, porém binóculos e telescópios amadores, assim como instrutores especializados, podem enriquecer a experiência.
Observação da fauna / flora / Safari fotográfico	Realizadas em todo e qualquer passeio, seja de barco, a cavalo ou à pé, ou em equipamentos especializados, como torres de observação. Exige-se técnicas de interpretação ambiental com guias naturalistas especializados ou guias mateiros treinados.	Especialmente para a fauna, pode-se precisar de roupas camufladas, técnicas de caminhadas, livros de identificação de animais e de pegadas e equipamentos como binóculos, torres de observação e <i>canopy walkway</i> .
Observação de pássaros ( <i>Birdwatching</i> )	Observar, identificar e estudar pássaros em seu ambiente natural. Trilhas específicas para esta atividade podem ser implantadas. Os pássaros podem ter hábitos muito diferentes entre as diversas famílias e deve-se conhecer as melhores épocas e os horários específicos para observá-los.	Necessita de equipamentos como binóculos e bons livros de identificação da avifauna. Técnicas ousadas, guias treinados e equipamentos como torres de observação e passarelas suspensas ( <i>canopy walk</i> ) permitem maiores chances de observação.

 TAB. 3 (continuação)

ALGUMAS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM AMBIENTES NATURAIS		
ATIVIDADES / INTERESSES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS	NECESSIDADES ESPECIAIS
Passeio eqüestre/ Enduro eqüestre	Passeios em cavalos treinados para visitantes de "primeira cavalgada", de poucas horas ou de até um dia, formando típicas comitivas. O cavalo é resistente a longas caminhadas e proporciona uma maior interação com a paisagem. Enduro eqüestre é o deslocamento por roteiros mais longos e acidentados, exigindo animais mais robustos e treinados.	No caso do passeio eqüestre, não há necessidade de experiência prévia, apenas de orientações gerais do guia e de proteção do sol. O enduro eqüestre é para visitantes mais experientes. Neste caso é preciso também equipamentos e conhecimento do roteiro.
Pesca amadora/ esportiva	Muito popular em vários países, ganhando muitos adeptos no Brasil. A prática da soltura do peixe após sua captura (pesque e solte) também está crescendo. Equipamentos simples e baratos são suficientes para uma boa pescaria.	Utilizar anzóis sem farpas machucam menos os peixes. Obedeça a legislação local e federal, e obtenha a licença de pesca. Há restrições para a época de reprodução (nov. à março) e para o tamanho máximo de captura de algumas espécies. Deve-se evitar as áreas de pesca de subsistência das comunidades locais.
Visita em cavernas / Espeleomergulho	A visita em cavidades naturais permite conhecer um ambiente único, frágil e inóspito. Algumas cavernas apresentam graus de dificuldade e só devem ser exploradas com acompanhamento por especialistas, pois possuem abismos, travessias de rios e lagos internos e até quedas d'água.	O Ibama exige plano de manejo da visitação e acompanhamento especializado. A fauna é extremamente sensível às alterações ambientais provocadas pela visitação. Os espeleotemas são frágeis. Exige-se certo esforço físico e equipamentos, alguns não tão baratos.
Visitas às comunidades locais / tradicionais	Atividades que proporcionam ao visitante trocas de conhecimentos, vivências e experiências culturais. Regionalismos e marcas de miscigenação racial possuem grande interesse turístico, tais como a gastronomia, a arquitetura, a música, o artesanato e as vestimentas. Modos de vida, tais como atividades de lida com o gado, de pesca, de fabricação de medicamentos e cosméticos naturais entre outros, agregam valor cultural ao roteiro ecológico.	Estudos antropológicos e sócio-ambientais são necessários para se conhecer as fragilidades culturais de alguns povos, principalmente indígenas e quilombolas. Ações de resgate e valorização cultural podem ser necessárias se receber visitantes de diferentes culturas. Planejamento participativo contribui no preparo da comunidade e para ampliar os benefícios.

## EXEMPLO:

## O ACESSO AO ATRATIVO

A **Reserva Biológica de Poço das Antas e seu entorno** e o **Parque Nacional Chapada dos Veadeiros e seu entorno** ficam a aproximadamente duas horas de viagem de carro de grandes aeroportos (respectivamente aeroportos do Rio de Janeiro e de Brasília), com vôos freqüentes de diversas procedências.

O arquipélago de **Fernando de Noronha**, que inclui o Parque Nacional Marinho de mesmo nome, é acessado em aproximadamente uma hora por meio de empresas aéreas regionais e nacionais, que oferecem vôos diários a partir de três aeroportos em capitais do nordeste (Fortaleza, Recife e Natal). A **Reserva de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá** também está próxima a um aeroporto regional (cidade de Tefé). Porém, é preciso ainda o transporte por barco por aproximadamente uma hora.

Na **Estrada Parque Pantanal**, o acesso é também um atrativo. Ela pode ser um meio para se atingir as pousadas ou o próprio objetivo do roteiro: percorrer e observar a fauna e flora pantaneira. Na **Chapada dos Veadeiros**, o acesso para a Vila de São Jorge também é feito por uma estrada cênica, margeando o Parque Nacional.

Para a **Pousada Aldeia dos Lagos**, em Silves, o acesso é feito a partir da cidade de Manaus, que recebe vôos diários nacionais e internacionais. O traslado, feito por vias terrestre (locação de vans e táxis) e náutico (barco do Hotel), é mais longo, podendo levar até 5 horas. Uma opção pode ser somente via barco, o chamado Expresso, que chega pelo Rio Amazonas em 5 horas, opção segura enquanto o turista observa a paisagem da floresta de várzea.

Já para a **Pousada Pedras Negras**, na Reserva Extrativista de mesmo nome, no Vale do Guaporé, em Rondônia, o acesso, a partir de Porto Velho, é longo e relativamente custoso, porém muito belo e rico de cenários selvagens. Pode ser feito por via aérea e por barco, ou diretamente por via aérea até a reserva. Porém, nas épocas de seca, o acesso pode ser via aérea até o município de Costa Marques e o restante por barcos motorizados, observando-se as belas paisagens naturais, com o aparecimento das praias de rio, e pernoitando-se em acampamento selvagem no meio do caminho, conferindo um perfil de aventura no roteiro.

Ⓟ **Passo 3** – *Tempo: Quanto tempo o turista deve ficar no atrativo?*

Qual é o período mínimo que o turista teria que passar no lugar para apreciar os encantos? Por quanto tempo se pode entretê-lo, pensando no conjunto de atrativos e atividades de que se dispõe? Qual o número ideal de dias? Se o acesso é difícil, também deve-se pensar em tempo para descansar. Se o clima no local é muito quente, deve-se diminuir o ritmo dos passeios e atividades, aumentando-se o número de dias de visita. Se a região tem vários atrativos, deve-se analisar se são concorrentes ou complementares, ou seja, se induzem o turista a ficar mais tempo na região.

Ⓟ **Passo 4** – *Hospedagem: Onde – caso necessário – o turista vai dormir?*

Se o atrativo requer (ou merece) mais de um dia de visita, ou se o tempo de viagem até o lugar é longo, é preciso pensar na hospedagem. Deve-se fazer um levantamento (ver capítulo *Levantamento do Potencial Turístico – Inventário*) dos hotéis/pousadas ou outros tipos de hospedagem nas proximidades, identificando suas características (conforto, preço, tamanho, localização, serviços etc.). Pode-se até chegar à conclusão que não há hospedagem de qualidade por perto e é necessário se hospedar em alojamentos coletivos ou acampar.



**EXEMPLO:**

**A DIVERSIDADE DE ATRATIVOS DE UMA REGIÃO AFETA O TEMPO DE PERMANÊNCIA DO TURISTA**

Poço das Antas pode ser feito num tour de um dia (partindo do Rio de Janeiro), mas o turista pode ser induzido a ficar mais tempo e conhecer a RPPN Fazenda Bom Retiro.

Já o turista que vai para Mamirauá provavelmente vai ficar somente lá, porque a cidade de Tefé não tem nenhum atrativo. Assim, o tempo de permanência será definido exclusivamente pelos atrativos da Reserva. No caso de Silves, para determinados públicos pode-se oferecer uma visita à Madeireira Mil, em Itacoatiara, que possui certificado de manejo florestal responsável, mostrando como pode ser viável a exploração madeireira na Amazônia. Já no Pantanal, pode-se aproveitar a ida do visitante a Bonito (MS), e convidar as operadoras a esticar o roteiro até a Estrada-Parque.

Neste caso o visitante deve ser claramente informado. Caso haja nas redondezas um hotel-fazenda, que também é um atrativo, pode-se mudar o roteiro preliminar que se tinha em mente. Se você dispuser de várias opções, dê preferência àquela que, devido a sua localização, lhe facilite o deslocamento aos atrativos.

Em alguns casos, a construção de um hotel ecológico, comunitário e/ou de arquitetura típica, pode ser decisivo para atrair turistas, como no caso de Silves, Pedras Negras e Mamirauá. Embora seja um conceito pouco difundido, deve-se dar preferência à hospedagem em pousadas de pequeno porte (até 25-30 UH's) e que usam

técnicas ecológicas na operação, como energia renovável, sistema de esgoto de baixo impacto, reciclagem, suporte comunitário etc. (ver capítulo *Infra-estrutura*). Mesmo sabendo que o acesso e uso destas tecnologias nem sempre é fácil, o simples fato do hotel ser responsável na sua gestão, oferecer mão-de-obra local capacitada, arquitetura, gastronomia e decoração típicas e contribuir com projetos de conservação já é um diferencial e deve ser preferido.

A organização para a hospedagem é um item importante, principalmente na saída e na chegada. Elaborar *rooming-lists* (lista de ocupação dos quartos) evita transtornos. Observe também se o meio de hospedagem escolhido está acostumado a trabalhar com grupos. Caso negativo, alguns acertos prévios são necessários.

**Ⓟ Passo 5 – Alimentação : O quê e quando o turista vai comer?**

Em geral, o ecoturista gosta de conhecer comidas regionais, mas deve haver uma alternativa para quem tem menos disposição e espírito de aventura. Uma boa parte dos ecoturistas prefere comida natural ou vegetariana. Não se esqueça da higiene! Problemas digestivos podem atrapalhar e deixar uma lembrança negativa, que pode vir a ser associada ao seu produto. A apresentação dos pratos e a decoração com motivos regionais do estabelecimento podem fazer a diferença.

As refeições têm que ser planejadas com o roteiro do passeio em mente. Se o grupo precisa levantar muito cedo, é melhor um café da manhã simples (frutas e torradas) e, mais tarde, complementar com alguma coisa mais substancial em forma de lanche. Apesar de que os turistas devem ser lembrados de levar água, o guia sempre tem que levar água extra para evitar desidratação. Também recomenda-se que o guia leve algum doce ou chocolate para casos de hipoglicemia (queda no nível de açúcar no sangue).

Se o grupo vai passar o dia longe de restaurantes (ou dias, no caso de travessias), é necessário providenciar um box lunch (ou

seja, um almoço simples, conhecido também como lanche de trilha – que é levado em sacos ou caixas de papel). No Quadro 3 a seguir veja alguns alimentos geralmente

usados em roteiros ecoturísticos. Evite levar enlatados, bebidas alcoólicas, leite em caixa, ovos ou perecíveis.

### ☐ QUADRO 3

#### EXEMPLO DE ALIMENTAÇÃO MAIS COMUM EM ROTEIROS

- ☐ **Sanduíches reforçados, preferencialmente de pão integral;**
- ☐ *Queijos de consistência dura;*
- ☐ **Mate, chá preto, água mineral e sucos naturais;**
- ☐ *Passas ou frutas secas;*
- ☐ **Chocolates, castanhas, amendoim e barra de cereais;**
- ☐ *Biscoitos empacotados;*
- ☐ **Frutas de consistência dura (laranja, maçã, goiaba);**
- ☐ *Carne seca, salame e presunto (para não-vegetarianos);*
- ☐ **Mel em bisnaga (preferencialmente) ou açúcar;**
- ☐ *Sopas e alimentos desidratados;*
- ☐ **Leite e café em pó, do tipo instantâneos.**

FONTE: Compilado pelo Editor a partir de consulta a operadoras, especialistas, guias turísticos e guias de turismo

### Ⓟ Passo 6 – Quem vai guiar o grupo?

Este é um componente chave no seu roteiro. Um bom guia pode salvar um produto medíocre, mas um guia ruim pode destruir um bom produto. O guia é responsável pela imagem do produto, é o anfitrião do próprio projeto e da região. No caso do ecoturismo, o guia é um intérprete e um educador (ver também capítulo *Interpretação Ambiental*). Um guia deve ter:

- ☐ Compromisso com o projeto, com a região e com o mínimo impacto.
- ☐ Capacidade em técnicas de condução e interpretação em ambiente natural e cultural.
- ☐ Simpatia, personalidade e capacidade de mediar conflitos.
- ☐ Liderança e noções de relações pessoais.
- ☐ Conhecimentos gerais e específicos sobre o atrativo e a região.

- ☐ Conhecimentos de primeiros socorros e de como agir em emergências.
- ☐ Habilidade para se comunicar (inclusive falar outros idiomas se o seu público-alvo incluir o mercado estrangeiro).

É lógico que, se possível, sempre deve-se dar preferência aos guias locais. Além de ser um dos objetivos do ecoturismo de base comunitária, os próprios turistas gostam de ser acompanhados por gente do lugar, tais como guias mateiros. A necessidade de contratar um guia naturalista bilíngüe depende do seu público-alvo.

Se a visita ao seu produto faz parte de um roteiro maior, o grupo de visitantes provavelmente já tem um guia que os acompanha. Normalmente, grupos estrangeiros enviam um guia (*tour conductor*) que, em geral, tem seus custos dissolvidos nos preços individuais. A operadora pode então incluir

um guia local especializado para a parte do roteiro realizada no seu produto. Em alguns casos, dependendo das características do seu produto e do grupo, pode até ser feita uma combinação entre um guia local e um cientista ou naturalista para acompanhar o grupo no trecho do roteiro realizado no seu produto.

Se o grupo vai ser acompanhado por vários guias, podem surgir conflitos (cada um se acha dono do grupo). É bom esclarecer as competências de cada um antes de começar o programa, que podem ser definidas de acordo com a experiência e envolvimento com seu projeto.

Há falta de bons guias de ecoturismo no mercado. Se seu produto precisa de guias e o mercado local não atende, vale a pena manter um cadastro de guias (ou seja, o registro dos nomes e contatos com guias especializados com características que sejam adequadas ao seu produto), tanto para o público estrangeiro quanto para o nacional. Também pode valer a pena investir em treinamento (ver capítulo *Capacitação*).

Ⓟ **Passo 7** – *São necessários vestuário, equipamentos e materiais especiais?*

Para melhor aproveitar o atrativo, pode ser que o turista precise de equipamentos e materiais especiais: binóculos para observação, máscaras e *snorkel* (equipamento para mergulho sem garrafa de ar), roupas especiais, repelente de insetos etc. Alguns destes itens podem ser vendidos ou locados pelo seu projeto (use o bom senso!), aumentando sua rentabilidade. Nas informações transmitidas ao cliente deve-se deixar claro o quê ele deve trazer, o quê a operadora fornecerá e o quê pode ser alugado ou vendido no local. Segue no Quadro 4 (página seguinte) um resumo dos principais itens que devem ser considerados em roteiros de ecoturismo, que devem ser adaptados tanto para seus guias como para os visitantes, de acordo com o perfil do atrativo e das atividades a serem realizadas.

Ⓟ **Passo 8** – *Quais são as informações que o turista vai receber?*

O *marketing* responsável prevê que o turista receba informações consistentes antes, durante e após o tour. O primeiro passo é providenciar a redação promocional do produto e/ou roteiros, de forma a induzir o consumo e, mais importante, preparando o visitante de forma realista para a viagem. A oferta de informações detalhadas e de qualidade pode ser um diferencial para seu concorrente. O potencial visitante deve receber ou ter acesso fácil às informações do seu produto (também disponíveis via Internet) de forma bem organizada sobre:

- ❑ **os dados gerais do destino** - localização, acesso, clima, características dos ecossistemas e das culturas locais e sua importância para a conservação (incluindo áreas protegidas, se houver, e sua importância) etc. Cuidado com textos muito longos. Centre-se nos seus diferenciais.
- ❑ **os dados do(s) roteiro(s)** - duração, traslados, serviços, atrativos e atividades diárias (incluindo os períodos livres), custos, formas de pagamento, o que está e não está incluso etc;
- ❑ seu **apelo de marketing** e o seu **diferencial**;
- ❑ os **equipamentos** e **materiais** (conforme item acima);
- ❑ as **precauções de saúde e segurança** e as facilidades para atendimento médico; e
- ❑ as **orientações quanto ao comportamento durante a visita** (este item é fundamental quando a visita incluir populações indígenas ou tradicionais).

Durante a viagem a maioria das informações são transmitidas pelo guia (ou, caso não haja um guia, por intermédio de um Centro de Visitantes ou de trilhas interpretativas – ver capítulo *Interpretação Ambiental*). Eventualmente são organizadas palestras com meios audiovisuais. Muito úteis também são as listas de espécies animais (aves, mamíferos, peixes, etc.) e de

QUADRO 4

**EQUIPAMENTOS E MATERIAIS MAIS COMUNS EM ROTEIROS DE ECOTURISMO**

**VESTUÁRIO**

- O vestuário de guias e de ecoturistas deve atender às necessidades do ambiente. Roupas leves, confortáveis, resistentes e ventiladas são as mais indicadas para o nosso clima.*
- Calçados do tipo bota e calças compridas (exceto jeans) dão maior proteção contra arbustos, espinhos e animais peçonhentos.**
- Proteja-se do sol (chapéus e bonés) e de mosquitos (camisetas de manga comprida).*
- Pensando-se em mudanças climáticas (chuvas e ventos), usar preferencialmente o anorak - roupa de nylon impermeável.**
- Em regiões de clima úmido, e em caso de travessia de rios e pernoites, leve uma muda de roupa.*
- Em regiões de clima frio e em caso de camping selvagem, leve malhas finas de lã, gorro e luvas.**
- Os calçados são relevantes. Botas de 1/2 cano com solado de borracha são as mais usadas.*
- As meias são igualmente importantes. É necessário em excursões de média ou longa duração pares de meias para trocas periódicas, a fim de manter os pés secos e confortáveis.**

**MATERIAIS E EQUIPAMENTOS**

- Dependendo do roteiro, orientar os clientes na montagem de "mochila de ataque" (mochila pequena / média de costas). Esta deve ser montada de acordo com a duração e tipo do percurso e deve conter o essencial. Sem peso excessivo na coluna e mantendo suas mãos livres, o visitante ganha em conforto e segurança.*
- O material básico, de acordo com o seu roteiro, é: cantil ou garrafa pequena de água; saco de lixo, roupa de frio e muda de roupa (se for o caso), capa de chuva, repelente, chapéu ou boné, protetor solar, máquina fotográfica e lanterna (com pilhas extras), toalha pequena (em caso de cachoeiras / praias), binóculos para observação da fauna e lanches entre outros.**
- O material específico dos guias envolve, além de alguns itens acima: cordas, estojo de primeiros socorros, rádio-comunicadores, lâminas (faca, canivete), mapas e bússola, sal (para pressão alta) e açúcar (para hipoglicemia), fósforos e isqueiros.*
- Em caso de pernoite em acampamento selvagem, deve-se providenciar: barracas, redes com mosquiteiros, sacos de dormir, fogareiro, painéis e talheres, alimentação para desjejum, lanches e refeições, vela, álcool em gel ou benzina, entre outros itens.**

FONTE: Compilado pelo Editor, a partir de consultas a guias de turismo, operadores e especialistas.

plantas que podem ser encontradas no lugar, assim como guias de identificação (*guidebooks*) que incluam as espécies que ocorrem na região.

Depois de uma viagem, apostilas curtas (*factsheets*), que resumem as informações mais importantes dadas pelo guia, são muito apreciadas. É importante ser objetivo nas informações (deve-se evitar frases como “o lugar com o maior ..... do mundo”), respeitar a inteligência das pessoas e chamar a atenção para semelhanças e diferenças com ecossistemas que o turista já conhece (por exemplo, no Vale do Guaporé, uma zona de transição entre o Pantanal e a Amazônia, podem-se apontar os elementos ou espécies que são de um ou de outro ecossistema).

Ⓟ **Passo 9** – *Não esquecer do conforto e segurança do turista e de outras responsabilidades*

No desenho do produto, sempre devem ser considerados o conforto e a segurança do turista. Essas considerações influirão na escolha de transporte, hospedagem, alimentação, guias, equipamentos e até nas informações que serão transmitidas ao turista. Essas escolhas poderão refletir no custo do produto.

Lembre-se que a maioria dos ecoturistas gosta de uma aventura na selva, mas depois quer água mineral e tomar um banho quente. O ecoturista gosta de ver animais selvagens, mas pode detestar uma nuvem de mosquitos ou morrer de medo de contrair uma doença tropical. Deve-se pensar nos problemas de segurança ou imprevistos (picadas de insetos, cobras, acidentes, problemas particulares de saúde) que podem ocorrer, e ter preparado um plano de ação emergencial caso ocorram (médico/hospital mais próximo, como se chega lá). Deve-se ponderar se vale a pena levar turistas para regiões com altos índices de doenças de

difícil prevenção e/ou cura, tais como a malária. E o uso de rádio-comunicadores, bem acessíveis atualmente, são de fundamental importância tanto na logística da operação, quanto em casos emergenciais. Telefones celulares via satélite, ainda muito caros, podem ser um item importante em destinos isolados, principalmente na região amazônica.

O turista deve ter um seguro de viagem e assinar um termo de responsabilidade para evitar problemas sobre quem paga a conta de um resgate ou de um tratamento médico. Este Termo de Responsabilidade, que pode ser feito na forma de um contrato de prestação de serviços, faz-se também necessário quando o roteiro apresentar certos graus de dificuldade (médio/alto), quando envolver a visita a ambientes selvagens ou quando forem realizadas atividades de esportes na natureza, com perfil radical ou não. Após as devidas explicações, no ato da venda, dos cuidados e do comportamento necessário para o roteiro, o termo de responsabilidade pode ser uma boa forma de resguardar a responsabilidade dos gerentes do projeto sobre os atos inadequados dos visitantes e suas conseqüências. Mas lembrem-se de que as orientações sobre o comportamento e a segurança do visitante devem ser ressaltadas em todos os momentos que o guia julgar necessário, em função das atividades desenvolvidas ou do momento do roteiro.

O guia deve receber um treinamento em pronto-socorrismo (Suporte Básico de Vida) e levar um kit básico de primeiros socorros nas viagens, de acordo com as condições do local. Por fim, o ideal é providenciar que o visitante preencha, previamente à realização da viagem, de preferência no ato de fechamento da compra, uma ficha de saúde (ver Quadro 6) a qual deve ser mantida com a equipe durante todo o roteiro. Pode-se inserir esta ficha no verso do Termo de Responsabilidade.

QUADRO 5

MODELO SIMPLIFICADO DE FICHA DE SAÚDE		
NOME: _____		
IDADE: _____	ROTEIRO: _____	DATA: _____
<input type="checkbox"/> Sofre de algum tipo de alergia ?		
(    )	Medicamento.	Quais?
_____		
(    )	Alimentos.	Quais?
_____		
(    )	Insetos.	Quais ?
_____		
(    )	Outros.	Quais ?
_____		
<input type="checkbox"/> Está tomando algum medicamento atualmente ? (    ) não (    ) sim      Qual?		
_____		
<input type="checkbox"/> Sofre, atualmente, de algum problema de saúde ? (    ) não (    ) sim      Qual?		
_____		
<input type="checkbox"/> Sofreu intervenção cirúrgica recentemente ? (    ) não (    ) sim      Qual?		
_____		
<input type="checkbox"/> Recomendação para atividade física:      (    ) normal (    ) moderada		
<input type="checkbox"/> Sabe nadar? (    ) sim (    ) não <input type="checkbox"/> Tipo de sangue: _____		
<input type="checkbox"/> Sofre de asma? (    ) sim (    ) não • Tratamento: _____		
<input type="checkbox"/> Sofre de bronquite? (    ) sim (    ) não • Tratamento: _____		
<input type="checkbox"/> Em caso de emergência, comunicar-se com:		
Nome _____ Telefones (    ) _____		
<input type="checkbox"/> Em caso de acidente ou consulta médica:		
(    ) convênio ou assistência médica: _____		
N.º sócio _____		
(    ) médico particular: _____		
Telefones (    ) _____		

FONTE: Compilado pelo Editor a partir de consulta a operadoras e especialistas.

### 3. Preço: Quanto Cobrar ?

Para estabelecer um preço para seu produto deve-se considerar três pontos de vista:

- Qual é o valor do produto para o cliente?
- Quanto a concorrência está cobrando por produtos semelhantes?
- Quais são os custos?

O mais fácil é verificar o preço da concorrência. Isto pode ser feito por meio de visitas, levantamento de anúncios, Internet etc. Se você acha que o seu produto oferece alguma coisa a mais, o seu preço pode ter um prêmio acima do preço da concorrência. Por outro lado, se seu concorrente é forte, e você estiver iniciando suas atividades, uma política de preços promocionais, oferecendo mais por menor custo (e tendo capacidade para isto), pode lhe dar a chance de atrair e formar seu público inicial.

Sem os parâmetros da concorrência, o mais difícil será estabelecer o valor para o seu cliente. Neste caso, pense também no poder de compra do cliente e nas suas despesas com outras formas de lazer, como por exemplo quanto custa ir a um parque de diversões, quanto se gasta para ir ao zoológico, à praia no fim-de-semana etc. Em todos os casos, é preciso fazer um cálculo dos custos. A diferença entre o preço de venda e a base de custos vai determinar a rentabilidade do negócio. O cálculo de custos e preços e a análise de viabilidade são abordados em detalhes no capítulo *Viabilidade Econômica*. Seguem abaixo duas importantes considerações: o comissionamento e a política de preços.

#### ⇒ **Comissionamento**

No mercado de turismo há geralmente vários possíveis intermediários ou revendedores – operadoras e agências de turismo – que podem vender o mesmo produto para o turista. Apesar do fornecedor poder vender o seu produto diretamente aos turistas, o uso de operadoras de turismo é fundamental

para uma melhor colocação no mercado. Mesmo que o destino e o produto sejam bem conhecidos e que o fornecedor tenha recursos suficientes para promoção, as operadoras de turismo facilitam e aumentam a capacidade de distribuição do produto para o público-alvo desejado.

Em mercados onde o mesmo produto pode ser vendido tanto diretamente do revendedor como por meio de diferentes revendedores, é comum o uso de preços comissionados. Para que isto funcione o fornecedor do produto estabelece:

- um preço *net* - é o preço líquido, sem comissão, ou seja, é o mínimo que o fornecedor quer receber por turista, e
- um preço *balcão* – é o preço de tabela, onde está inserido o valor da comissão. Esta pode ser destinada ao revendedor final do seu produto, por exemplo, o operador, ou ser absorvido pelo fornecedor, no caso de ele ter efetuado a venda diretamente ao turista.

Nesse sistema, teoricamente, o turista sempre pagaria o mesmo preço (o preço *balcão*) por um produto, independente de comprá-lo do fornecedor ou de um revendedor. O fornecedor então vende o seu produto ao preço *balcão*. O valor da comissão que ele repassa a cada revendedor é acordado entre as partes e varia geralmente de 10 a 30%, no máximo, dependendo do esforço de venda que o revendedor em questão faz para vender o produto. Ou seja, as operadoras preferenciais recebem uma comissão máxima de 30%, mas em troca eles destacam o produto em feiras e em contatos com seus clientes.

No mundo real nem o fornecedor nem os revendedores aderem fielmente a esse sistema. O resultado disso é que o turista pode comprar o mesmo pacote por preços diferentes (um teste simples é perguntar a seus vizinhos no avião quanto eles pagaram pela passagem para um mesmo percurso). Alguns problemas podem surgir devido ao

não cumprimento do sistema de comissionamento. Por exemplo, o revendedor coloca um preço mais alto que o preço balcão combinado, prejudicando o seu fornecedor, ou o fornecedor dá um preço mais baixo para o turista que entra em contato direto, prejudicando assim seu revendedor. A comissão é calculada do ponto de vista do

revendedor, ou seja, o valor da comissão em moeda é calculado com base no preço total pago pelo turista pelo produto (preço *balcão*). Deste valor, o revendedor retira sua comissão e repassa o restante (preço *net*) para o fornecedor. Por isso, o cálculo do preço balcão partindo do preço net é feito da seguinte maneira:

 TABELA 4

FÓRMULA PARA CALCULAR A COMISSÃO E O PREÇO BALCÃO		
DESCRIÇÃO	FÓRMULA	EXEMPLO
Preço net:	<b>A</b>	US\$ 40.00
Comissão em porcentagem:	<b>B</b> (em %)	20%
Preço balcão:	$C = A \times (100\% + B\%)$	$40.00 \times 1,2 = \text{US\$ } 50.00$
Preço net:	$A = C \times (100\% - B\%)$	$50 \times 0,8 = \text{US\$ } 40.00$
Comissão em moeda	$D = C - A$	US\$ 10.00

#### ⇒ Política de Preços

É bom pensar e estabelecer uma política de preços. Seguem algumas dicas:

- Tabelas de preços complicadas confundem.
- Preços com valores arredondados são mais fáceis de lembrar.
- Frequentes mudanças de preços podem resultar em perda de clientes.
- Às vezes, é usado o conceito *loss leader*, ou seja, um produto que se vende com prejuízo ou com margem baixa de lucro a fim de atrair interesse por outros produtos.
- Para produtos com altos custos fixos (ver capítulo *Viabilidade Econômica*), é comum dar descontos de baixa estação, visando atrair turistas na baixa temporada e não ficar sem entrada para cobrir, ao menos, parte dos custos fixos.
- É preciso monitorar os seus custos para avaliar ajustes de preços.

Para o mercado nacional e regional, promoções de preços são sempre bem-vindas. Alguns casos em que se pode praticá-las sem causar confusões no mercado são:

- quando da elaboração de novos pacotes,

por exemplo, que coincidam com a realização de eventos culturais locais (folclóricos, gastronômicos, artísticos e musicais) que se quer resgatar e que são promovidos pelo seu projeto;

- quando se quer atrair grupos fechados, de interesses específicos, por exemplo, de estudantes, realizadores de eventos de negócios ou profissionais (oficinas, encontros), grupos de pesca esportiva, de observadores de pássaros, de pesquisadores etc;
- quando se quer apresentar um novo produto ao mercado.

Uma vez definidos o produto e seu preço, o próximo passo é vendê-lo. Primeiro, deve-se torná-lo acessível ao público-alvo, de forma que se possa facilmente obter informações, fazer reservas e pagamentos. Depois, deve-se fazer propaganda, divulgando o produto e estimulando o público a comprá-lo. As decisões sobre distribuição e propaganda estão intimamente ligadas. Estes dois temas serão tratados nos pontos a seguir.



#### 4. Distribuição: Como chegar até o público-alvo

**E**m um mundo ideal não haveria intermediários e a promoção seria feita boca a boca: o fornecedor do produto conheceria cada indivíduo de seu público-alvo pessoalmente, e o público saberia exatamente que tipo de produto desejaria comprar e onde achá-lo. Além disso, os dois lados teriam confiança total um no outro nessa transação. Contudo, uma vez que o público-alvo está espalhado no Brasil e no mundo, os custos de *marketing* aumentam com a distância entre o fornecedor do produto e o possível comprador.

Parte das operadoras nacionais de ecoturismo que vendem para o público brasileiro divulgam seus produtos por meio de pequenos anúncios em revistas e jornais (os tijolos), e por meio da propaganda boca a boca. Também montam um banco de dados de clientes, para quem enviam, com alguma frequência, uma mala direta com o novo programa da operadora, num folheto simples.

Mas se o público-alvo estiver no exterior, geralmente não há dados a seu respeito, ou meios de encontrá-lo. O custo de mala direta para o exterior é mais alto (custo do correio, de um folheto bem produzido e traduções, se for necessário), e mesmo se o cliente se interessar, é complicado fazer reservas e pagamento. Então, os custos de *marketing* serão muito altos com pouca chance de um bom retorno.

A saída é trabalhar com intermediários que já têm acesso a esse público-alvo, pois os custos fixos de *marketing* serão baixos e os custos variáveis serão pagos por meio de comissões (ver sobre custos fixos e variáveis no capítulo *Viabilidade Econômica*).

No Fluxograma 2 são mostrados muitos caminhos para que o seu produto de ecoturismo chegue ao público-alvo no exterior. Um indivíduo que quer fazer uma viagem de ecoturismo no Brasil tem duas opções: ou ele faz tudo sozinho (pesquisa aonde ir, planeja a viagem, faz reservas e pagamentos

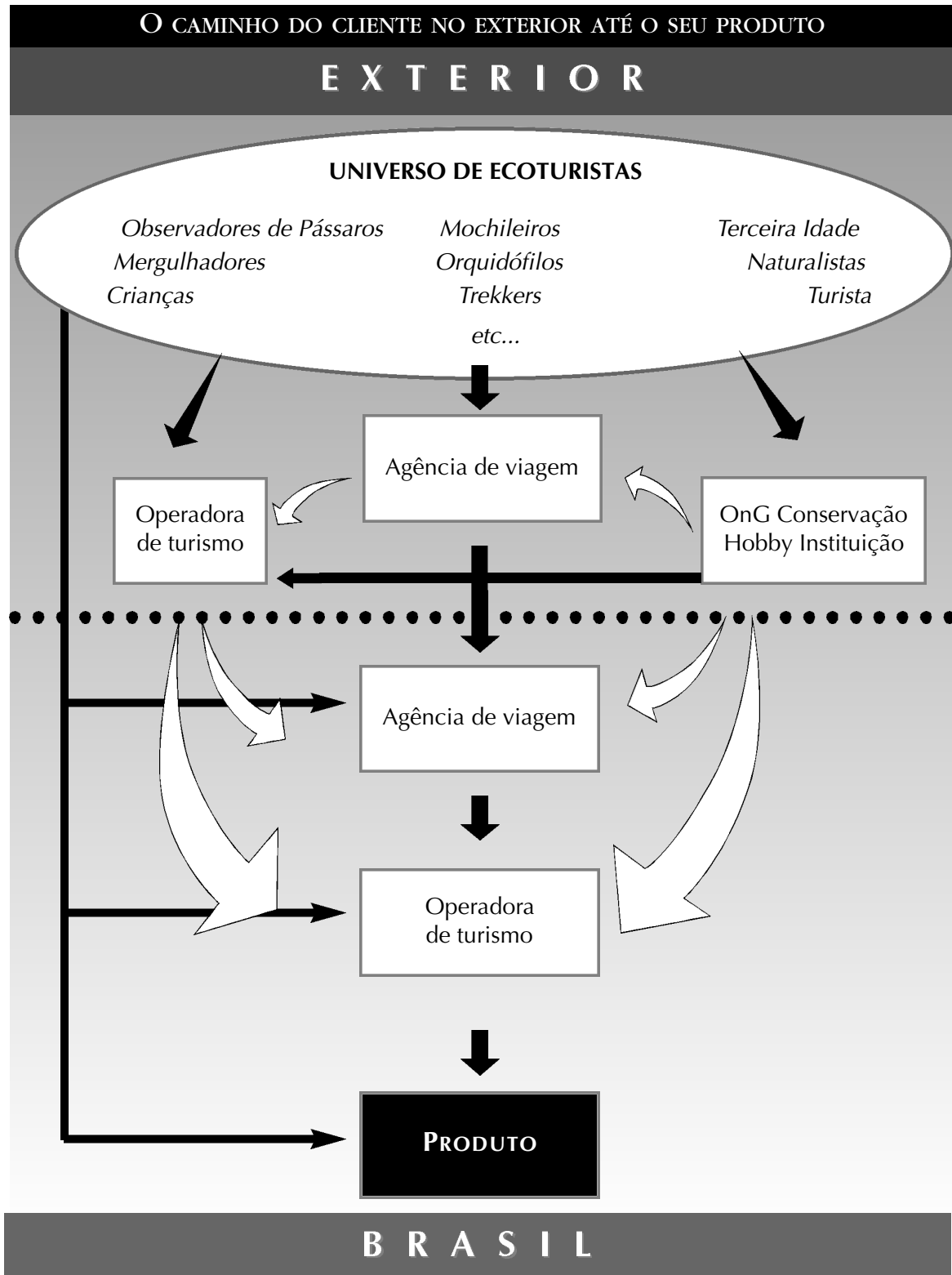
etc.; esta opção foi muito facilitada pelo crescimento do uso da internet) ou usa intermediários (ou revendedores). Um cliente usa intermediários porque, se fizer tudo sozinho, gastará muito tempo e nem sempre conseguirá bons preços por falta de poder de negociação. Se o turista não sabe muito bem o que quer, provavelmente usará uma agência de viagem (por exemplo, American Express), que tem vários produtos a oferecer. Se ele gosta de um certo tipo de viagem, pode ter preferência por uma operadora de ecoturismo especializada (por exemplo, Mountain Travel/Sobek). Se ele tem certos interesses ou quer atividades específicas, é provável que seja sócio de uma ONG (por exemplo, o WWF) ou alguma instituição (por exemplo, a American Association of Museums), que organizam viagens para seus membros. No mercado internacional de turismo, o número de intermediários e suas diferentes especializações pode tornar-se bastante grande.

A agência de viagem emissora passa a reserva para a operadora que realmente está organizando a viagem (ou a uma agência associada no Brasil, que passa para operadoras locais).

Uma típica operadora emissora oferece viagens com datas fixas no mundo inteiro e publica isso anualmente (ou até com maior frequência) num catálogo muito bem produzido, ilustrado com fotos e mapas, que é enviado por meio de mala direta, ou a pedido, ao seu público-alvo. Uma equipe de atendimento dá maiores informações para todo o mundo via telefone e anota as reservas e dados específicos sobre o turista. Os clientes que fizerem reservas recebem informações mais detalhadas sobre a viagem. Hoje em dia, uma importante fonte de informações é a internet, principalmente no exterior.

Essa viagem é subcontratada ou contratada diretamente a uma operadora. No caso de uma viagem para diferentes regiões do Brasil ou viagem mista (turismo geral / ecoturismo), contrata-se uma grande agência brasileira. A agência subcontratada ou

FLUXOGRAMA 2



SEÇÃO 1  
**3**

contratada repassa a operação para as diferentes operadoras dos produtos. A subcontratada já conhece as datas de viagens, mas só recebe a confirmação se tiver um grupo mínimo.

Se o fluxo de turistas aumenta muito, fica interessante para ambas as pontas cortar caminho dispensando intermediários, mas existe uma certa ética em não roubar clientes de outras agências, visto que a estrutura de comissões foi criada para evitar erosão de preços. É importante ressaltar que com o recurso da internet (que funciona como um boca-a-boca porém em meio eletrônico numa comunidade global) tem havido mudanças nesse cenário.

### 5. Promoção: Como atrair o público-alvo

A promoção do produto depende do caminho até o cliente final. Se houver a decisão de vender o produto para um intermediário, a promoção deve ser dirigida a esse cliente, em geral “atacadista”, e não ao ecoturista. A escolha do melhor intermediário dependerá do tipo de produto: se for uma caminhada de meio dia no Jardim Botânico do Rio de Janeiro, deve-se vender para agências receptivas no Rio; se for uma expedição de duas semanas para subir o Monte Roraima, deve-se vender para uma operadora especializada em montanhismo.

Quem optar por vender para o cliente final, deverá investir em uma loja própria, em mala direta, em folhetos de produção elaborada e em anúncios. Para vender a um intermediário, deve-se investir em mala direta específica, apostilas práticas, *Famtours* e contatos pessoais.

Não se deve esquecer que o atrativo deve chegar ao conhecimento do mercado, caso o destino não seja conhecido. O turista que viaja não gosta de voltar e dizer que foi para determinado lugar que não despertou interesse ou reconhecimento nos seus ouvintes. Na terminologia de *marketing*, o destino precisa de uma marca. A Amazônia já tem uma marca forte no Brasil e no exte-

rior, mas um produto ou programa no estado do Amapá, um destino em desenvolvimento, apesar de estar na Amazônia, é uma incógnita para a maioria dos viajantes.

Para tornar um lugar conhecido, a imprensa tem um papel muito importante. Uma reportagem ou um documentário na televisão, um artigo numa revista ou jornal podem ter grande impacto. Deve-se lembrar, no entanto, que jornalistas são independentes e vão escrever o que pensarem a respeito do atrativo, bem ou mal.

Também vale mencionar que, se por um lado um lugar conhecido ajuda a vender o produto, por outro ele desperta o interesse de concorrentes.

Em todos os casos, sempre aproveite para destacar o seu principal diferencial. Seguem abaixo alguns comentários sobre os meios de promoção:

#### a) *O boca-a-boca*

É o melhor tipo de promoção, porque as pessoas confiam nos amigos. É o ideal para quem vende direto para o cliente final. Um projeto de conservação tem uma rede de “amigos” em forma de organizações parceiras, consultores, visitantes e simpatizantes. Uma outra forma de boca-a-boca são os guias de viagem (impressos) para viajantes independentes, inserindo seu produto em guias como o Lonely Planet Brazil Travel Survival Kit, The South American Handbook no exterior. Também são mantidos sites na internet para troca de experiências entre viajantes (por exemplo, o Thorn Tree na [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)). No Brasil, vale a pena mandar informações para a Quatro Rodas (Guia Brasil, Guia de Turismo Ecológico e Brasil: Viajar Bem e Barato) e para o Guia Phillips.

#### b) *Imprensa*

A imprensa é um tipo de boca-a-boca com alcance muito maior. Pode ser muito útil para familiarizar o público com um destino e ajudar a divulgar o produto, o nome de uma operadora ou de um hotel. Mas tem que ser bem usado e dosado. A imprensa pode

provocar uma demanda além da capacidade de um destino ou atrair um público indesejado. Um artigo em jornal com alcance nacional ou um espaço no Jornal Nacional podem resultar em muitos telefonemas de turistas brasileiros individuais para uma operadora voltada para grupos de estrangeiros, frustrando ambos os lados.

Vale a pena entrar em contato com as revistas especializadas como Caminhos da Terra, Horizonte Geográfico, Família Aventura, Outdoor Travel, Mares do Sul, Ecotour entre outras. E também, caso tenha fôlego financeiro, com revistas que tratam de temas ambientais, como a Eco-21, Ecologia e Desenvolvimento, Ciência Hoje, National Geographic entre outras.

#### c) Folhetos

Para investir em material impresso deve-se ponderar a respeito do público-alvo, custos e qualidade. Hoje em dia, com um computador, um scanner e uma impressora colorida já é possível fazer folhetos simples e bem elaborados. Para operadoras pequenas, um folheto simples é muito útil na venda a turistas individuais (direto ou por intermédio de uma agência). Também pode servir para quem vende por meio de revendedores que já produzem seu próprio catálogo. Uma operadora que tem uma grande variedade de produtos ou um hotel de porte já devem pensar num folheto de melhor qualidade. Uma boa dica para baixar custos é preparar folhetos em parceria com seus fornecedores, tais como pousadeiros, restaurantes, empresas de transportes, operadores etc. Ou então, se for possível e se quiser promover uma região mais ampla, produzir folhetos junto com outros empreendedores turísticos da região, como por exemplo, uma associação de pousadeiros da Estrada Transpantaneira.

#### d) Feiras e Congressos

Participar de feiras e congressos é uma maneira de conhecer e se manter informado sobre o mercado (clientes e concorrentes). Se já é uma operadora conhecida, poderá

renovar contatos já estabelecidos. Muitos congressos e feiras são organizados anualmente, e muitos são perda de tempo. Vale a pena se informar com antecedência sobre os mais adequados e pedir opinião a alguém que já conhece. Neste caso, valem também as parcerias com seus fornecedores.

#### e) Visitas

Na maior parte do tempo a comunicação com seus clientes revendedores é feita pela internet ou por fax e telefone. Assim, visitas pessoais são importantes para se estabelecer contato pessoal, discutir novos produtos, possíveis problemas, comissionamentos, parcerias em promoções etc.

#### f) Mala direta

O resultado de uma mala direta está ligado à qualidade de seu banco de dados, a outras atividades de promoção (como um artigo no jornal, um anúncio) e à continuidade do contato. No caso de revendedores, o envio de uma mala direta pode ser usado para marcar entrevistas para esse fim. Montar malas diretas é um exercício diário nos negócios do turismo. Cadastre todos os seus clientes. E por qualquer via de comunicação que lhe chegar interessados (fone, balcão, internet etc), não perca a oportunidade de cadastrá-los para formar sua própria mala direta.

#### g) Anúncios

Anúncios podem ser úteis para divulgar o nome do produto e ganhar credibilidade. Como sempre, deve-se pensar no custo e no público-alvo, assim como em possíveis parcerias, antes de decidir por uma forma de anúncio e qual tipo de revista ou jornal (página na Veja vs. tijolo nos cadernos de viagens).

#### h) Internet

A internet já está mudando o mundo do turismo, que é o segundo produto mais comercializado na rede mundial de computadores. Nos Estados Unidos, 20% dos passeios já são comercializados por inter-

médio desse canal. A internet ajuda a cortar caminho entre o fornecedor e o cliente final e dificulta a vida dos intermediários de informações (agências).

A possibilidade de investir em uma homepage e em sistemas para garantir reservas on-line deve ser considerada. Porém, deve-se lembrar que vender pela internet é um negócio que envolve confiança. O cliente precisa acreditar que por detrás do mundo virtual que lhe é mostrado há uma realidade correspondente. Se isso não acontecer, ele não se sentirá seguro para fornecer o número de seu cartão de crédito.

A Internet também pode ser usada para um boca-a-boca eletrônico. As famosas cartas em rede podem ser aplicadas também para promoção. Mande uma carta sobre o seu novo produto para cinco amigos e peça-lhes que a reenviem para outros cinco.

O WWF-Brasil e parceiros criaram o site [www.turismocomunitario.org.br](http://www.turismocomunitario.org.br) especificamente para abrigar e divulgar projetos de turismo de base local, possuindo ainda biblioteca de assuntos de interesse e mecanismos de trocas de experiências entre projetos. Participar das mais importantes listas de discussão eletrônicas nacionais (Rede Brasileira de Ecoturismo) e internacionais (Green Travel e Green Tour), enviando frequentemente notícias e releases sobre as novidades de seu produto, pode garantir uma boa oportunidade de promoção. Porém, procure conhecer os critérios de participação estabelecidos por seus moderadores.

Por fim, veja no Quadro 6, na página seguinte, algumas informações específicas para se montar uma página eletrônica eficiente sobre seu projeto na Internet.

☐ QUADRO 6

COMO MONTAR E GERENCIR UM BOM WEBSITE PARA O ECOTURISMO

Ter um *website* (literalmente, sítio na teia) na internet (rede mundial interligada de computadores) para promover e distribuir seu negócio em ecoturismo pode ser uma boa alternativa para tornar seu produto conhecido e, conseqüentemente, incrementar os seus rendimentos.

Cerca de 20 milhões de lares brasileiros possuem computador, e 14 milhões de brasileiros possuem acesso à internet (IBGE, 2002). E, segundo pesquisas recentes, quase 75% destes são das classes sociais A e B, possuem em média 33 anos, 19,7% já compraram viagens e 15,2% não comprariam.

Estes números são muito mais significativos nos países da Europa e dos EUA. Nos EUA são cerca de 85 milhões de internautas. De acordo com dados de pesquisa da entidade norte-americana TIA (Travel Industry Association), 59 milhões de viajantes utilizaram a internet em 2000, sendo que 25 milhões destes efetivaram algum tipo de compra, porém 84% foram de bilhetes aéreos.

Mesmo que não efetuem compras pela internet, a função de um site como fonte de pesquisa pode ser, em muitos casos, decisivo. Para ter um site de sucesso e eficiente, veja algumas dicas:

- ▶ entre montar uma página rústica, sem planejamento e pecando em sua manutenção e optar por não montá-la, fique com a segunda opção;
- ▶ *cuide para escolher bem o endereço de seu site, exatamente o nome que vem após o "www". Evite nomes cumpridos demais (p. ex. [www.ecoturismoeaventura.com.br](http://www.ecoturismoeaventura.com.br)). Abreviações também nada significam para identificar seu produto, a não ser que sejam marcas já conhecidas (como [www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br)). Se puder vincular o endereço*

☐ **QUADRO 6 (continuação)**

**COMO MONTAR E GERENCIR UM BOM WEBSITE PARA O ECOTURISMO**

*diretamente ao nome principal de seu produto, fica mais fácil para lembrar (p. ex. [www.aldeiadoslago.com.br](http://www.aldeiadoslago.com.br));*

- ▶ as terminações de seu endereço podem ser variadas. Empresas comerciais devem registrar-se com terminação ".com". No caso do turismo as empresas podem optar por ".tur";
- ▶ *pode-se ainda optar ou não por acrescentar a terminação ".br" ao endereço. Para optar, deve-se contatar a Fapesp ([www.fapesp.br](http://www.fapesp.br)) único órgão de registro no Brasil. Os preços, em 2002, são de R\$ 40,00, mais uma anuidade de R\$ 40,00.;*
- ▶ no caso das terminações ".com", sem o ".br", algumas empresas cobram algo em torno de R\$ 70,00 pelos dois primeiros anos e uma anuidade de R\$ 35,00 para os anos seguintes;
- ▶ *o website possui um custo de construção das páginas, feito por agências de propaganda, estúdios de design ou outras empresas especializadas. Além disso há o custo de manutenção técnica e do serviço de hospedagem em servidores, empresas que a sustentam na rede mundial. Recomenda-se fazer uma pesquisa de preços e de qualidade dos serviços a serem contratados;*
- ▶ identifique um funcionário para cuidar da manutenção mensal do seu site. O mesmo funcionário pode ser o responsável pelo envio de releases e jornais eletrônicos (mensagens específicas dos produtos e novidades de seu projeto) para ampla divulgação, assim como pelo tratamento e respostas às mensagens de solicitação de informações;
- ▶ *Se possuir pessoal especializado em informática, elabore formulários de preenchimento no próprio site como forma de melhor organizar os interesses e as solicitações do visitantes virtuais, medir a sua eficiência e iniciar um banco de dados (mailing list) eletrônico.*
- ▶ Pode-se ainda estabelecer um sistema de reserva on-line, mas o processo e a manutenção são mais complexos, correndo-se o risco de permitir o chamado *over-booking* (vender mais do que a capacidade do tour ou da hospedagem);
- ▶ *Visite-o freqüentemente, assim como visite e examine regularmente sites de projetos de ecoturismo concorrentes;*
- ▶ Insira seu site nos serviços especializados de busca na internet, utilizando palavras chaves para fácil identificação dos internautas (ecoturismo, turismo comunitário, turismo e meio ambiente etc)

Por fim, mesmo com a tendência de aumento do uso da internet para o turismo, nada substitui os contatos pessoais. Profissionais de turismo bem capacitados vão continuar sendo os melhores instrumento de promoção e venda de seus produtos.

FONTE: Organizado pelo Editor, a partir de consultas a especialistas.

### 6. O plano de marketing

O plano de *marketing* tem como objetivo vender o produto ao cliente da forma mais eficaz possível. A premissa é a de que existe um público-alvo bastante grande para comprar o produto. O *marketing mix* (decisões sobre produto, preço, distribuição e promoção) deve ser coerente e casar com o perfil do público-alvo. Além disso, o plano de *marketing* deve ter objetivos quantificados, um cronograma, um orçamento e um cálculo de retorno.

A seguir, apresentamos um exemplo simples, baseado no produto e preço desenhados. Os números usados são apenas para ilustrar e não devem ser usados como

indicação de custos ou preços reais.

Quaisquer decisões sobre *marketing* têm que contemplar o retorno financeiro. Para dar um exemplo simples :

- ❑ O tour tem uma margem de lucro de US\$ 50 por pessoa.
- ❑ O congresso custa US\$ 5.000 e deve render 100 novos clientes para compensar o investimento (US\$ 5.000 / 50 = 100). Para ter um retorno de 20% (US\$ 6.000 divididos por US\$ 5.000) deve render 120 novos clientes (US\$ 6.000 / 50 = 120).

No capítulo *Viabilidade Econômica* a parte financeira é abordada em detalhes.

**EXEMPLO:**

DEFININDO OS OBJETIVOS DO <i>MARKETING MIX</i>		
ITEM	DESCRIÇÃO	OBJETIVOS QUANTIFICADOS
Público-Alvo	Ecoturistas americanos e europeus: mercado total de 50.000	800 turistas (1,6% do mercado) por ano até o final do ano 2
Clientes e Distribuição	– Operadoras Estrangeiras (total no cadastro do fornecedor: 200)	– 10 operadoras
	– Agências Receptivas (total no cadastro do fornecedor: 1000)	– 35 agências que vendem o produto
Produto	Tour de <i>trekking</i> 2D/1N (dois dias/uma noite)	Nível de satisfação do turista: 80% bom/excelente
Preço	Net médio para o Cliente final/Comissão	– US\$ 250, margem US\$ 50 – 20% de comissão
Promoção	– Viagem ao exterior/ congressos	– Investimento de US\$ 5000
	– Famtours	– Investimento de US\$ 5000
	– Folhetos/Mala direta	– Investimento de US\$ 3000

No cronograma de implantação deve-se quantificar suas ações e metas no tempo.

**EXEMPLO:**

CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DO PLANO DE <i>MARKETING</i>		
PERÍODO	DESCRIÇÃO	OBJETIVOS QUANTIFICADOS
Semana 1	Mala direta Agências Receptivas	1000 agências
Semana 2	<i>Famtour</i> Imprensa <i>Follow-up</i> da mala direta Convites para <i>Famtour</i> para agências	10 participantes
Semana 3	<i>Famtour</i> para agências	10 participantes
Semana 4	Primeiros artigos na imprensa	
Mês 2	Mala direta Operadoras Emissoras. <i>Follow-up</i> (manutenção de contatos), planejar viagem ao exterior	150 operadoras
Mês 4	Viagem exterior	Visita a 20 operadoras
Mês 6	Tours realizados Convidar jornalistas/agências/operadoras para participar de viagens planejadas	5 roteiros/50 turistas Faturamento US\$ 7.500
PERÍODO	DESCRIÇÃO	OBJETIVOS QUANTIFICADOS
Ano 1	Tours realizados <i>Follow-up</i> Agências/Operadoras	10 tours/100 turistas Faturamento US\$ 25.000
18 meses	Tours realizados	30 tours/300 turistas Faturamento US\$ 75.000
Ano 2	Tours realizados	80 tours/800 turistas Faturamento US\$ 200.000

### 7. Produto e marketing de ecoturismo para projeto de conservação

O que muda no processo de elaboração do produto e *marketing* no caso de um projeto de conservação? Nesse caso é muito importante a participação dos responsáveis pelo projeto no desenvolvimento do produto. Um projeto de conservação pode mudar a ênfase em algumas fases desse processo.

#### ⇒ O projeto pode ou deve operar diretamente o ecoturismo?

Desenvolver, vender e operar roteiros dá

muito trabalho e trata-se de atividade especializada, em um mercado bastante dinâmico. Além disso, mesmo tratando-se de um projeto de conservação, sem fins meramente lucrativos, a operação de ecoturismo é uma atividade comercial que deve ser viável financeiramente (ou seja, gerar lucros, que no caso serão revertidos para as atividades de conservação). Para tanto, o projeto deve gerenciar uma operação profissional do ecoturismo, mantendo-se atualizada sobre o mercado.

Assim, em geral é melhor passar a tarefa para quem vive disso. Uma operadora de ecoturismo já tem experiência em montar roteiros, já tem um público-alvo, sabe orga-



nizar os grupos e está disposta a investir. Isso implica a necessidade de uma avaliação sobre a opção por serviços de operadores, e quais seriam eles.

Em alguns casos (por exemplo, lugares com baixa capacidade de carga) é importante limitar o número de operadoras autorizadas. Ter mais de uma operadora é bom para incentivar a concorrência, porém um número grande pode gerar uma carga administrativa alta para o projeto.

⇒ **Contato inicial entre operadora de ecoturismo e o projeto de conservação**

A iniciativa do contato pode partir tanto da operadora de ecoturismo, que está vendo uma oportunidade, quanto do projeto de

conservação em busca de fundos extras.

⇒ **Como avaliar operadores responsáveis e estabelecer boas parcerias**

É normal que a operadora e os responsáveis pelo projeto de conservação tenham visões e expectativas bem diferentes das possibilidades de operação do ecoturismo. Na primeira reunião, cada parte deve expor o seu trabalho e suas expectativas. Avalie, por meio do Quadro 7 a seguir, as oportunidades de formar parcerias com operadores de ecoturismo. A avaliação envolve tanto uma análise da qualidade de serviços e da eficiência comercial do futuro parceiro, como sua postura em adotar os princípios do ecoturismo.

□ QUADRO 7

AVALIAÇÃO PARA ESTABELECIMENTO DE PARCERIAS COMERCIAIS		
ITENS DE AVALIAÇÃO	PARCEIRO A	PARCEIRO B
<i>Nesta avaliação, busque o maior detalhamento possível. Em alguns dos itens abaixo, basta atribuir valores como "alto, médio ou baixo", "sim ou não" ou ainda "bom, regular e ruim".</i>		
Tempo de serviço e volume de negócios		
Perfil e qualidade dos programas / roteiros		
Perfil e extensão do marketing		
Qualidade dos catálogos		
Referências de outros operadores e clientes		
Adota Código de Ética ou Conduta empresarial		
Experiência e reputação em baixo impacto		
Envolvimento e benefícios à comunidade local		
Obtenção de serviços e suprimentos locais		
Guias qualificados e instruídos		
Apoio à conservação ambiental		
Atenção à questão do lixo, energia, água e saneamento		
Outras Informações		

FONTE: Organizado e adaptado pelo Editor, a partir de MacGregor, 1994.

### ⇒ **Discussões preliminares sobre as possibilidades do ecoturismo**

Se a conclusão da análise anterior é de que há uma base comum (filosófica e/ou oportunidade comercial) para trabalhar, os seguintes aspectos têm que ser discutidos em maior profundidade:

- Quais são as partes envolvidas?
- Quais podem ser os benefícios para cada parte?
- Quais são os riscos e restrições de cada parte?
- Quais poderiam ser os clientes – público-alvo?
- Qual é (ou como podemos determinar) a capacidade de carga ou os limites aceitáveis de mudança?
- Qual é a carga de trabalho e o envolvimento de cada parte no desenvolvimento e promoção do produto?
- Estimativas (metas, resultados) para resultados e contribuições para o projeto e como monitorá-los.

É importante registrar todo o processo de discussão entre operadora e projeto e, antes de começar a receber os turistas, formalizar um contrato legal com os direitos e deveres de cada uma das partes.

### ⇒ **Visitas ao Projeto**

Nessa fase é importante a troca de informações. A operadora deve conhecer o dia-a-dia e as restrições do projeto, as pessoas envolvidas e as informações do projeto disponíveis para o público (tanto científicas quanto operacionais). Em geral, os participantes do projeto conhecem melhor a região e a comunidade e podem facilitar o trabalho da operadora, além de estimular o uso de mão-de-obra e serviços locais.

### ⇒ **Desenho do Programa**

O roteiro de visita não deve interferir na rotina do dia-a-dia do projeto. Guias selecionados pela operadora devem receber treinamento específico e devem se entrosar com a equipe do projeto. Com base nas

informações dadas pelo projeto, a operadora elabora seus informativos para guias, clientes e turistas. Com base no cálculo de custos de fornecedores de transporte e em preços finais aceitáveis para o turista, deve ser determinada a taxa de contribuição para o projeto de conservação.

### ⇒ **Operação Demonstrativa**

É sempre recomendável fazer um teste operacional com um grupo de amigos e conhecidos, que tenham o perfil do público-alvo, para verificar a logística e o conteúdo do *tour*. A operação demonstrativa pode ser feita também com uma operadora que seja cliente freqüente, desde que previamente informada, e com a participação de um guia experiente, que saiba lidar com imprevistos.

### ⇒ **Marketing**

No *marketing* é importante não esquecer que a própria instituição responsável pelo projeto poderá ter bons contatos com a imprensa, ter meios de divulgação próprios por meio de boletins informativos e também ter uma mala direta, facilitando o *marketing*.

Uma ação de *marketing* em conjunto pode ser a melhor maneira para começar a divulgar o produto. Deve-se deixar bem claro quem deve ser contatado no caso de interesse em visitar o projeto, ou seja, a operadora ou o projeto diretamente.

### ⇒ **Monitoramento**

Os sistemas de monitoramento podem e devem ser simples. É essencial que o projeto tenha seu próprio sistema de controle: custos reais, número de visitantes, procedência, número de grupos, arrecadação direta e indireta (*merchandising*, ou a venda de produtos a turistas com a marca do projeto). Também é importante monitorar os indicadores escolhidos para o controle dos impactos de visitação (ver capítulo *Monitoramento e Controle dos Impactos de Visitação*). Os dados coletados nessa fase poderão estar contribuindo com o seu banco de dados, facilitando futuros contatos com seus clientes.

⇒ **Merchandising**

O *merchandising* pode ser uma fonte de renda significativa. A possibilidade de vender camisetas, cartões postais e peças de artesanato local, ou de oferecer pequenos brindes, deve ser avaliada. O momento para oferecer isso ao turista também deve ser planejado. Você observará que terá melhor resultado se isso for feito no final do roteiro. Depois de já ter conhecido melhor seu projeto, ficará mais fácil conseguir apoio adicional do turista. Caso a instituição que implementa o projeto, ou seus parceiros, possuam quadro de afiliados, deve haver formulários para filiação à disposição dos turistas tanto no projeto quanto na operadora.

⇒ **Algumas dicas**

Nem sempre é possível para projetos de conservação ter pesquisadores disponíveis para receber turistas, sendo isso feito por assistentes de pesquisas ou guias locais que, embora treinados e capacitados, não têm a profundidade de conteúdo que um pesquisador da área teria. No entanto, dependendo do perfil do grupo (pesquisadores,

profissionais de agências financiadoras de projetos, imprensa, estudantes universitários, etc.) vale a pena encarregar um pesquisador de recebê-los, tendo em vista, principalmente, as futuras possibilidades de contatos, trabalhos cooperativos e voluntários, e mesmo doações que a visita poderá gerar. Disponibilize o máximo de informações práticas em temas ambientais, vinculados ou não ao seu projeto de conservação (folhetos institucionais, revistas, publicações técnicas, livro de fotos etc.). Visitantes gostam de utilizar o tempo livre para leituras e novos aprendizados. Essas informações servirão ainda como item de promoção de sua e de outras entidades conservacionistas.

Se o projeto localiza-se em área remota, de difícil acesso e comunicação, deve-se prever algum esquema para comunicação imediata com quem está operando o *tour*, caso não seja o próprio projeto. Alguns roteiros podem ficar inviabilizados por razões climáticas, e é necessário ter como avisar a operadora sobre isso.

ESTUDO DE CASO

**O MICO-LEÃO-DOURADO  
E A CONTRIBUIÇÃO DO ECOTURISMO  
NA CONSERVAÇÃO DE ESPÉCIES E HABITATS AMEAÇADOS**

**A**pós vários anos de iniciativas de apoio do WWF na proteção do Mico-leão Dourado, teve início no Brasil em 1983 o Programa de Conservação para o Mico-Leão-Dourado (PCMLD), por meio de uma parceria entre o IBAMA, a Fundação Estadual de Engenharia do Meio Ambiente (FEEMA) /Centro de Primatologia do Rio de Janeiro e o Zoológico Nacional de Washington. Sua missão é aumentar a probabilidade de sobrevivência da espécie em seu ambiente natural, assegurando que, no ano de 2025, pelo menos 2.000 micos-leões-dourados estejam vivendo soltos em 23.000 hectares de florestas protegidas.

O mico-leão-dourado (*Leontopithecus rosalia*) é uma espécie criticamente ameaçada de extinção, endêmica da Mata Atlântica de Baixada Costeira do Estado do Rio de Janeiro e cuja distribuição atual está restrita aos remanescentes florestais de seis municípios: Silva Jardim, Casimiro de Abreu, Rio das Ostras, Rio Bonito, Cabo Frio e Búzios. A maior ameaça sobre a espécie é a perda e fragmentação do seu habitat devido ao desmatamento e a incêndios florestais.

ESTUDO DE CASO (*cont...*)

O PCMLD possibilitou o estabelecimento de infra estrutura para pesquisa e educação ambiental na Reserva Biológica Poço das Antas/IBAMA. Numa iniciativa pioneira em Reservas Biológicas, em 1989, o IBAMA permitiu que o PCMLD construísse e operasse o Centro Educativo de Poço das Antas, posteriormente ampliado para abrigar a sede da Associação Mico-Leão-Dourado, criada em 1992, para coordenar todos os trabalhos do PCMLD.

Já em meados da década de 90, como resultado das ações de educação ambiental, era crescente a pressão pública para a abertura da visitação aos micos-leões-dourados. Buscando atender essa demanda, técnicos do PCMLD iniciaram um processo de discussão interna, visando o estabelecimento de um programa com objetivos integrados à sua missão institucional e que viabilizasse a visitação ao ambiente dos micos, sem contudo prejudicar as pesquisas e a conservação da espécie. O ecoturismo foi a solução mais indicada para atender aos requisitos acima.

Nessa época, o PCMLD teve a colaboração de uma voluntária do Consulado Geral dos Estados Unidos no Brasil, que fez os contatos iniciais com duas operadoras, a Bromélia Expeditions e a Expediteurs, para o desenvolvimento do produto, trabalho feito sem qualquer ônus para o PCMLD.

Como o mico-leão tem sido objeto de pesquisas desde a década de 70, dispõe-se de grande volume de informações sobre a espécie e seu comportamento social, reprodutivo, alimentar, demográfico, territorial etc. Essas informações foram compiladas, tratadas e apresentadas de maneira a despertar o interesse do visitante para a conservação da espécie e seu habitat.

Também participaram desse processo, a equipe da Reserva Biológica de Poço das Antas/IBAMA e os proprietários de fazendas de entorno da Reserva, que contribuem para o programa de reintrodução de micos nascidos em cativeiro, já que o roteiro envolve tanto a Reserva quanto essas propriedades.

Alguns grupos de micos reintroduzidos foram selecionados com base na acessibilidade à área, tamanho e comportamento do grupo de micos, proximidade de Poço das Antas etc. O ecoturismo é operado em propriedades particulares por diversos motivos, entre eles: a visitação pública não é prevista em Reservas Biológicas; micos nascidos em cativeiro são mais habituados à presença humana; o ecoturismo é um incentivo para a conservação de florestas particulares, uma vez que sua operação é economicamente rentável.

O roteiro é acompanhado por guias locais e da operadora, especialmente capacitados para tal. Por se tratar de uma pesquisa de longo prazo, todos os micos têm sido monitorados sistematicamente, o que requer dos assistentes de pesquisas habilidades para trabalhar com equipamentos de radiotelemetria para localização dos animais. Não somente devido à especificidade dessa tarefa, mas também ao conhecimento acumulado pelos mesmos, os guias locais são os próprios assistentes. Durante o roteiro, de prancheta e lápis na mão, eles demonstram para os visitantes quais e como são coletados os dados sobre os micos. Ao mesmo tempo que essa atividade em si já é uma atração para o turismo, os dados coletados durante as visitas são usados para monitorar e avaliar o impacto sobre o comportamento dos micos.

O roteiro definido é composto pela visita a um grupo de micos reintroduzidos em fazenda particular, com duração média de 2 a 3 horas de caminhada e acompanhamento dos micos, além de lanche e visita ao Centro Educativo da REBIO Poço das Antas,

## ESTUDO DE CASO (cont...)

palestra, vídeo, sala de exposições, lojinha de *souvenirs* e retorno ao Rio de Janeiro no final da tarde. Posteriormente, foi incluído o almoço opcional na RPPN Fazenda Bom Retiro, que atualmente dispõe de infra-estrutura para hospedagem de até 24 pessoas.

O levantamento dos custos operacionais incluiu o tempo dos assistentes de pesquisa e de educação envolvidos, os equipamentos utilizados, a taxa do fazendeiro e uma doação compulsória individual para o PCMLD, como forma de fazer do ecoturismo uma atividade que contribui para a conservação da natureza. O roteiro é operado com no máximo 20 pessoas. Toda promoção ficou sob a responsabilidade das operadoras e diversos *famtours* foram realizados. Ao final do roteiro, os visitantes são convidados a avaliar o programa por meio de um breve questionário ("*tour comments*"). A operação teve início em 1992 com o recebimento de diversas delegações internacionais que participaram da "Rio 92". Desde então, os grupos são freqüentes e foram recebidos mais de 50 grupos de ecoturistas, a maioria procedente do exterior.

Essa iniciativa despertou a região para o seu potencial ecoturístico. Prefeituras locais têm adotado políticas e programas públicos de apoio e incentivo ao ecoturismo, que também passou a ser um incentivo adicional à reintrodução dos micos em fazendas particulares. Com o apoio técnico da AMLD para a implementação do ecoturismo em propriedades particulares, algumas estão transformando a atividade na principal fonte de arrecadação das fazendas e tem sido também observado um aumento no número de proprietários interessados na criação de RPPN (Reserva Particular do Patrimônio Natural) como forma de viabilizar o ecoturismo. Em última análise, o ecoturismo tem provocado um incremento na área legalmente protegida, contribuindo diretamente para a conservação da Mata Atlântica de baixada costeira do Estado do Rio de Janeiro, habitat natural do mico-leão-dourado.

As dificuldades encontradas referem-se à utilização dos assistentes de pesquisas como guias locais, atividade que, mesmo indiretamente, acaba interferindo na coleta de dados. Os custos de contratação e capacitação de um assistente para atuar exclusivamente como guia ainda não se justificam. Outra dificuldade de ordem operacional é o deficiente sistema de comunicação externa, feito por meio de rádio-telefonia, uma vez que a região ainda não conta com sistema de telefonia tradicional. Esta limitação acaba por dificultar a comunicação com operadoras, resultando, em alguns casos, na perda de potenciais grupos de visitantes.

A experiência positiva com o mico-leão-dourado vem reforçar o grande potencial atrativo das espécies ameaçadas de extinção, especialmente aquelas que já têm projetos voltados para a sua conservação. O ecoturismo deve ser associado a esses projetos, pois a divulgação de sua missão possibilita o envolvimento direto das comunidades locais e ainda assegura retorno financeiro para os envolvidos. No entanto, qualquer empreendimento ecoturístico deve ser objeto de estudo prévio de viabilidade econômica, essencial para nortear os investimentos. E, finalmente, pesquisadores, organizações comunitárias, comerciantes e proprietários dos atrativos devem ser envolvidos desde a concepção e planejamento até a operação do ecoturismo, legitimando e validando todo o processo.

O Programa de Ecoturismo da Associação Mico-Leão-Dourado contou com o apoio inicial das duas operadoras mencionadas e do Consulado Geral dos Estados Unidos no Brasil. Atualmente, tem apoio financeiro do WWF-Brasil, do International Environmental Studies Program / Smithsonian Institute e da Frankfurt Zoological Society.

## VI. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

⇒ *Não se deixe enganar por números gerais*

Prever a demanda para produtos ecoturísticos é difícil. As estatísticas só abordam grandes números, que não são muito bem definidos. É muito comum a informação de que o ecoturismo cresce a taxas acima de 15% ao ano e representa de 7% a 10% da movimentação turística.

É necessário lembrar que, geralmente, se a demanda cresce rápido, a oferta também cresce e um maior número de turistas é disputado por um maior número de destinos. Então, mesmo que o mercado cresça à razão de 20% ao ano, não significa, obrigatoriamente, que a visitação a um destino específico vá crescer na mesma proporção, ou mesmo que vá crescer.

Para avaliar a demanda por seu produto, é importante comparar os números gerais com parâmetros regionais ou com produtos semelhantes.

⇒ *Fique de olho e implante um sistema de monitoramento*

Difícilmente o produto será perfeito desde o início; ainda mais difícil será não encontrar obstáculos para conquistar os turistas. É necessário monitorar o desempenho do produto e o plano de *marketing* para saber identificar por que o produto é ou não é um sucesso e se necessita de ajustes. Não custa muito para incorporar o monitoramento ao dia-a-dia. O objetivo do monitoramento (de *marketing*) é responder rapidamente a perguntas tais como:

- Quais são os melhores produtos em termos de satisfação?
- Quais são os melhores guias?
- Quais são os custos reais dos produtos (em comparação com os custos orçados)?
- Quais são os produtos mais lucrativos?
- Quais meios de promoção são mais eficazes? Pode ser que um artigo no jornal resulte em muitos pedidos de informação mas em poucas reservas, porque não atingiu o público alvo.

- Quais clientes (agências) mandam o maior número de turistas e por quê? Elas participaram do *Famtour*?
- Quem são os meus clientes?

Além disso, outros itens de fundamental importância para garantir a eficiência dos produtos e o cumprimento de seus objetivos são detalhados a seguir.

### a) **Qualidade do produto**

A forma mais comum utilizada para medir a satisfação do cliente é o *tour comment*, um pequeno questionário de 1 ou 2 páginas com perguntas sobre os pontos-chaves do programa (atrativos, transporte, hospedagem, guia, alimentação, conteúdo, preço, etc.), entregue aos turistas em algum momento durante o passeio e recolhido ao final. Entretanto, nada substitui o contato direto entre o fornecedor ou gerente do produto e os turistas. Isto pode ser feito ao final do roteiro, antes da partida do turista, ou então por meio de contato telefônico, por carta ou correio eletrônico após o retorno do turista à sua cidade de origem.

### b) **Verificação da operação do tour**

O guia deve entregar sempre um relatório resumido sobre a logística ("o ônibus chegou no horário?"; "o hotel atendeu bem?" etc.), o aproveitamento do tempo durante o passeio, observações sobre o grupo, o que foi visto e possíveis impactos na natureza. Este relatório ajuda a entender os comentários dos turistas.

### c) **Satisfação dos intermediários**

Vale a pena telefonar para as operadoras e agências de turismo para saber se tudo correu bem do ponto de vista deles, se gostaram do tour, se vão mandar mais grupos, etc.

### d) **Resultado comercial**

Para avaliar o resultado comercial é essencial:

- ▶ **Uma contabilidade transparente.** Isso quer dizer: alocar os custos tanto por tipo de custo (telefone, viagem etc.) quanto por produto (desenvolvimento, promoção, operação etc.).
- ▶ **Sistema para medir resposta às ações de marketing.** Deve fazer parte da rotina de trabalho perguntar ao cliente como

soube do programa e/ou da operadora (artigo no jornal X, mala direta Y etc.).

⇒ *Quem é meu cliente*

Quem recebe grupos e/ou turistas individuais diretamente pode coletar informações por meio de uma breve pesquisa de demanda junto ao formulário de inscrição conforme orientado na Caixa de Ferramentas - Público-alvo: conheça o seu cliente. Quem recebe grupos encaminhados por um intermediário fica dependente das informações passadas por ele, ou tem que pedir aos turistas que preencham um livro de visitas.

Ver também o capítulo *Administração e Práticas Contábeis* para mais detalhes.

## V. BIBLIOGRAFIA

- BRACKENBURY, M. 1993. *Responsible marketing of ecotourism destinations and attractions*. *Revue de Tourisme*, 3/1993.
- CEBALLUS-LASCURÁIN, H. 1996. *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Gland, Switzerland: IUCN.
- DRAFFEN et al. 2002. *Lonely Planet Brazil*. Oakland, CA: Lonely Planet Publications. 5<sup>a</sup>.ed. <sup>3</sup>
- BRASIL. Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo. 2002. *Pesquisa de Demanda Turística Internacional*. Brasília: Embratur.
- FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. 2001. *Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil*. Brasília: Embratur.

HIGGINS, B. R. 1996. *Global Structure of the Nature Tourism Industry*. In: *Journal of Travel Research*, Vol. 35, No. 2, pp. 11-18.

JANÉR, A. *Análise de Ecoturismo no Brasil*. s.d., s.l, s.ed.

KOTLER, P. 1994. *Administração de Marketing*. São Paulo: Atlas. <sup>4</sup>

KUTAY, K. 1993. *Ecotourism Marketing: capturing the demand for special interest nature and culture tourism to support conservation and sustainable development*. Paper prepared to the First Venezuelan Ecotourism Seminar, October. Mimeo.

SILLS, E. 1993. *Report on the Survey of Brazilian Travel Agents*. Durham, NC: Duke University

WHELAN, T. (ed.). 1991. *Nature Tourism*. Washington, DC: Island Press. <sup>5</sup>

WIGHT, P. 1996. *North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics*. In: *Journal of Travel Research*, Vol. 34, No. 4, pp. 2-10.

WIGHT, P. 1996. *North American Ecotourism Markets: motivations, preferences and destinations*. In: *Journal of Travel Research*, Vol. 35, No. 1, pp. 3-10.

WOOD, Megan E. 2002. *Ecotourism, principles, practices and policies for sustainability*. Paris: UNEP.

☐ Outras Fontes

**EMBRATUR** *Anuário Estatístico – 1987 – 2001 – Estudo de Demanda Turística 1991 – 2001*

**4 Rodas** *Guia Brasil 2000 - WTO - Yearbook of Tourism Statistics 1997 - 2001*

<sup>3</sup> Este é um dos mais usados guias de viagens para estrangeiros.

<sup>4</sup> Esta é a bíblia de *marketing*, muito bem escrito e cheio de exemplos práticos.

<sup>5</sup> Este livro dá um bom panorama do mercado de ecoturismo incluindo *marketing*.

## 4. Viabilidade econômica

Ariane Janér

SEÇÃO 1  
4

### I. OBJETIVO

Uma análise cuidadosa sob o ponto de vista de sua viabilidade econômica é fundamental para um projeto de ecoturismo de base comunitária. Para contribuir para o desenvolvimento sustentável, com geração de benefícios para as comunidades e para a conservação da natureza, investimentos em ecoturismo deverão dar um retorno adequado. Como o assunto é complexo, o objetivo deste capítulo não é formar economistas, mas apenas oferecer um panorama para leigos.

O estudo de viabilidade econômica é feito com o objetivo final de elaborar o Plano de Negócios de um investimento. Porém, para que este objetivo seja alcançado é necessário também que seja desenvolvido o Produto, ou seja, aquilo que se deseja comercializar. O usuário do Manual perceberá que o capítulo *Viabilidade Econômica* está interligado ao capítulo anterior: *Elaboração do Produto de Ecoturismo*.

Neste capítulo serão discutidos conceitos básicos para a avaliação de investimentos, assunto geralmente ausente no dia-a-dia de pessoas ou instituições que não são profissionais na área de administração, economia ou contabilidade. Há muitos termos técnicos que poderão ser “traduzidos” apenas até certo ponto. Ao decidir empenhar-se no desenvolvimento de programas de ecoturismo, o indivíduo ou instituição deve empenhar-se também no entendimento dos aspectos empresariais da atividade. Caso contrário, correrá o risco de não atingir o sucesso num aspecto fundamental da atividade ecoturística:

ca: a geração de lucros – como toda atividade comercial ou empresarial.

Para facilitar o acompanhamento e a compreensão dos diferentes passos (ou melhor, cálculos) necessários, será usado um único exemplo, simples, ao longo do capítulo: um roteiro (ou *tour*) de 2 dias (2D) e 1 noite (1N).

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

É importante distinguir o *Plano de Negócios do Estudo de Viabilidade Econômica*.

#### 1. O Plano de Negócios

A primeira pergunta de um potencial investidor interessado em um projeto é saber se já foi elaborado um plano de negócios. O plano de negócios (em inglês: *business plan*) deve mostrar, de forma qualitativa e quantitativa, por que vale a pena investir nesse projeto. Mesmo se o investidor é o próprio empreendedor, a experiência de passar pelos passos metódicos da elaboração de um plano de negócios vai ajudá-lo a sair da “idéia” para uma proposta prática, bem detalhada. Mais importante, por este processo o investidor poderá ponderar se vale realmente a pena proceder ao investimento.

Um plano de negócios deve responder às seguintes perguntas:

- O produto é bom? Por quê?
- Existe mercado para esse produto e é suficientemente grande?



- A estratégia de *marketing* é coerente?
- A empresa terá administração competente?
- A rentabilidade do negócio compensa os riscos?

O conteúdo do plano deve convencer os investidores ou patrocinadores de que o produto ou projeto responde a essas dúvidas. O plano de negócios também serve como ponto de partida para o futuro gerenciamento do projeto de ecoturismo. O formato de um plano de negócios varia de acordo com o tipo de empreendimento e eventuais exigências de investidores, mas existem alguns elementos mínimos, que apresentamos na Tabela 1 (pág.191). Como foi mencionado anteriormente, o Plano de Negócios é o resultado final dos trabalhos desenvolvidos não só neste capítulo, como também no de Elaboração do Produto de Ecoturismo. Assim, apesar de apresentados separadamente, para se chegar ao Plano de Negócios é necessário realizar os trabalhos descritos em ambos os capítulos. A Tabela 1 aponta em que capítulo cada sessão do Plano de Negócios é tratada.

#### 2. Estudo de Viabilidade Econômica: O Modelo Financeiro

O estudo de viabilidade econômica deve responder à seguinte pergunta:

#### A rentabilidade do negócio compensa os riscos?

Para responder a esta pergunta, é necessário quantificar as suas idéias para o negócio. Os dados e premissas do plano de negócios fomentam o modelo financeiro do projeto. Esse modelo pode ser montado numa planilha eletrônica. O grau de complexidade e o número de planilhas necessárias dependem do tipo de projeto. Os módulos principais são os seguintes:

- ☐ Planilha de Demanda / Faturamento.

- ☐ Planilha de Custos e Cálculo de Preços.
- ☐ Conta de Resultados (o Faturamento menos os Custos).
- ☐ Especificação do Investimento.
- ☐ Fluxo de Caixa (entrada e saída física de dinheiro, incluindo investimento, depreciação, amortização de dívidas, etc.).
- ☐ Balanço Patrimonial (Raio-X do negócio no final de cada ano).

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Como foi dito anteriormente, é impossível apresentar neste Manual um guia completo para o cálculo de cada elemento de um estudo de viabilidade econômica. Assim, apresentaremos alguns elementos mais críticos:

1. *Planilha de demanda para calcular o faturamento do negócio.*
2. *Planilha de custos.*
3. *Conta de resultados.*
4. *Balanço patrimonial.*
5. *Fluxo de caixa.*
6. *Especificações do investimento.*
7. *Cálculo de viabilidade.*
8. *Benefícios sociais e ambientais locais.*

1. *Planilha de demanda para calcular o faturamento do negócio*

A seguir são descritos os dados que devem ser levados em consideração ao elaborar uma planilha de demanda. Um exemplo é apresentado na Tabela 2 (pág. 193) após a descrição dos dados. As letras maiúsculas entre parênteses referem-se à identificação do dado na tabela.

- ☐ **Nº total de turistas** ▶ Trata-se do número total de turistas no mercado. Este dado é disponibilizado pelas secretarias de turismo municipal, estadual ou pela EMBRATUR. Pode ser necessário adaptar

TABELA 1

FORMATO BÁSICO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS			
	SESSÕES DO PLANO DE NEGÓCIOS	ASSUNTO ABORDADO	CAPÍTULO ONDE O ASSUNTO É TRATADO
1	Resumo Executivo	Principais pontos do plano apresentados de forma resumida em uma página.	
2	Descrição do Produto	Explicação detalhada do produto, seu funcionamento e vantagens competitivas.	Elaboração do Produto de Ecoturismo (ou apenas “Produto”)
3	Mercado e Competição	Análise detalhada de mercado e possível concorrência, inclusive quantificação de vendas.	Produto
4	Custo de Investimento	Especificação e justificativa do investimento. Eventuais investimentos já feitos, formas e valores de investimento necessários (financiamento vs. capital).	Viabilidade Econômica (ou apenas “Viabilidade”)
5	Custo Operacional	Especificação de todos os custos ligados à operação do empreendimento e fontes	Viabilidade
6	Estratégia de Marketing	Elaboração da estratégia de marketing com base na análise de mercado, nos custos de investimento e operacional.	Exemplo apresentado em Produto
7	Viabilidade Econômica	Quantifica todas as premissas de venda, investimentos e custos operacionais; cálculo da atratividade do negócio por meio de um Modelo Financeiro.	Viabilidade
8	Alternativas consideradas	Se apropriado, vale a pena considerar alternativas e calcular o retorno.	Viabilidade
9	Administração	Em qualquer negócio a qualidade da administração é um fator decisivo para o sucesso. Detalhar o tipo de gestão, divisão de tarefas e experiência.	Viabilidade
10	Cronograma	Da implantação do negócio e da necessidade de recursos.	Produto e Viabilidade

este dado para refletir o mercado real do produto. Para assegurar a transparência das informações, é importante registrar a fonte e a data de publicação dos dados.

*Exemplo:* estima-se que durante o primeiro ano de operação do tour, o número total de turistas – ou seja, o mercado total para o tour – é de 100.000 (M, ano 1).

☐ **Crescimento do mercado** ▶ Taxa de crescimento estimada para o mercado total. Esta estimativa também é calculada por órgãos governamentais de turismo. Como no caso anterior, deve-se registrar a fonte e data de publicação dos dados.

*Exemplo:* estima-se que o mercado crescerá a uma taxa anual de 5% (T), gerando no ano

2 um total de 105.000 turistas, no ano 3 um total de 110.250 turistas e assim por diante até o ano 5 (M, anos 2 a 5).

- ❑ **Cientes** ▶ Número de turistas esperados no período para o seu *tour*. Geralmente o período é um ano, mas especialmente no primeiro ano pode ser útil especificar por mês.

*Exemplo:* são esperados 100 turistas, ou seja, 10 grupos de 10 turistas (A). Para nosso exemplo serão considerados grupos de 10 turistas.

- ❑ **Participação no mercado** ▶ Taxa de participação do seu *tour* no mercado. Ou seja, o crescimento esperado ou estimativas de número de turistas nos períodos seguintes com base na relação entre turistas esperados para cada ano (A) e mercado total (M).

*Exemplo:* estima-se que a participação do seu *tour* no mercado crescerá de 0,1% no primeiro ano para 0,9% no quinto ano (P).

- ❑ **Capacidade máxima** ▶ Trata-se da capacidade máxima do seu negócio de receber turistas. Isso pode limitar o crescimento ou indicar novos investimentos para expandir.

*Exemplo:* se a capacidade máxima fosse de 880 turistas, o número de turistas pararia de crescer após o ano 3. Esta categoria não consta da tabela porque estamos considerando que a capacidade máxima não será atingida nos 5 anos.

- ❑ **Preço Net do Produto** ▶ Trata-se do preço do *tour*, que é calculado na planilha de custos, apresentada no próximo passo. O preço *net* é individual, ou seja, mesmo que calculado com base em um grupo de turistas, o valor é o que deverá ser pago por cada integrante do grupo. A partir desta categoria, os valores precisam ser calculados seguindo as instruções dos passos apresentados a seguir neste capítulo, que mostram como o valor utilizado na Tabela 2 foi calculado.

*Exemplo:* preço de R\$ 290 por pessoa é calculado na planilha de custos com base numa média de 10 pax (ou seja, 10 passageiros) por grupo (B).

- ❑ **Faturamento bruto** ▶ Trata-se do total que será recebido dos turistas ou que a operadora passará para você.

*Exemplo:* seu faturamento bruto então é preço x número de turistas (A x B), ou seja R\$ 290 x 100 turistas = R\$ 29.000 no ano 1 (C).

- ❑ **Faturamento ligado/associado** ▶ É o faturamento proveniente de serviços adicionais oferecidos ao turista, não incluídos no preço do *tour* (ex.: vendas de *souvenirs*).

*Exemplo:* se cada turista comprasse lembranças no valor médio de R\$ 5, o faturamento associado seria de R\$ 500 no primeiro ano. Esta categoria não aparece no exemplo porque estamos considerando que não há nenhum serviço extra, associado ao seu *tour*, disponível para os turistas.

- ❑ **Impostos sobre o faturamento** ▶ deve-se consultar um contador, porque os impostos dependem do tipo de empreendimento, tipo de empresa e região do Brasil – ver no capítulo *Administração e Práticas Contábeis* alguns tributos comuns.

*Exemplo:* os impostos que incidem sobre o faturamento bruto do seu *tour* são de 7% ou R\$ 2.030 no ano 1 (D).

- ❑ **Faturamento líquido** ▶ Trata-se do faturamento total do *tour* uma vez que tenham sido somados o faturamento bruto, o faturamento associado e descontados os impostos.

*Exemplo:* Para o primeiro ano o faturamento líquido é de R\$ 29.000 – R\$ 2.030 = R\$ 26.970 (E).


O resultado é uma planilha de demanda e faturamento, que é o ponto de partida para saber se o seu negócio vai dar certo. A montagem de um modelo financeiro é um processo interativo, ou seja, na primeira vez

que você monta a sua planilha alguns dados ainda não são definitivos e passarão por vários ajustes. Por exemplo, existe uma relação entre preço e demanda. Com um

preço mais alto a demanda por seu produto vai ser menor. Este assunto é abordado na sessão sobre custos e formação de preço.


 TABELA 2

EXEMPLO DE PLANILHA DE DEMANDA: CALCULANDO O FATURAMENTO DE UM TOUR 2D - 1N						
CATEGORIA	CÓDIGO	ANO				
		1	2	3	4	5
Nº total de turistas	M	100.000	105.000	110.250	115.763	121.551
Crescimento	T	---	5%	5%	5%	5%
Participação Mercado	$P = A / M$	0,1%	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%
Clientes	A	100	800	880	968	1.065
Número de Grupos		10	80	88	97	106
Preço Net Produto 1 *	B	*290	*290	*290	*290	*290
Faturamento Bruto *	$C = A \times B$	*29.000	*232.000	*255.200	*280.720	*308.792
Impostos *	$D = 7\% \times C$	* 2.030	*16.240	*17.864	*19.650	*21.615
Faturamento Líquido *	$E = C - D$	*26.970	*215.760	*237.336	*261.070	*287.177


 NOTA \* Valores em R\$

### 2. Planilha de Custos

É importante distinguir entre vários tipos de custos: diretos e indiretos.

 **Custos Diretos:** são custos feitos em função da venda do produto. Se não tem venda, o custo é zero. Podem ser subdivididos em duas categorias:

- Diretos variáveis que mudam em função do número de turistas.* Por exemplo, o custo de um almoço, cada turista a mais significa um almoço a mais.
- Diretos fixos são custos que não variam em função do número de turistas.* Por exemplo, no aluguel de ônibus o valor de aluguel não varia até a capacidade máxima do ônibus.

 **Custos Indiretos:** são custos que não

podem ser atribuídos diretamente à venda do produto. Também são chamados de “overhead”. Por exemplo, aluguel de escritório: você paga mesmo sem vender nenhum pacote.

Para montar a planilha é necessário conhecer todos os itens que representam custos na operação do seu produto e entender como eles se comportam. Por exemplo, um hotel precisa definir seu quadro físico de funcionários com base no número de quartos e no nível de serviços que quer oferecer aos clientes. Assim, ele determina os custos com a folha de pagamento.

Para ilustrar a elaboração de uma planilha de custos, vamos ver a montagem de preço de um produto em detalhes, usando o *tour* fictício de 2D e 1N. O exemplo também mostra a importância do conhecimento do negócio para identificar o “comportamento” dos custos.

**☐ Custos Diretos Variáveis**

Os custos que variam diretamente em função do número de turistas são alimentação, hospedagem, ingressos e taxas, equipamentos e materiais. No caso de alimentação e hospedagem deve-se ficar atento pois, dependendo do tamanho do grupo, cortesias para guias e motoristas são comuns e devem ser considerados na conta.

**a) Alimentação**

O ideal é oferecer uma escolha entre pratos com preços similares e combinar um preço por pessoa com o restaurante. Verifique o tamanho das porções: um ecoturista não gosta de ver comida desperdiçada. Entretanto, o público brasileiro está acostumado a uma certa variedade de pratos (não necessariamente uma grande variedade). Sobremesas e bebidas, especialmente alcóolicas, geralmente são cobradas à parte. Às vezes, quando há este tipo de serviço disponível sem que haja necessidade de prévia “encomenda” das refeições, o programa deixa o turista livre para comer por conta própria. Isso geralmente ocorre em cidades maiores.

**b) Hospedagem**

Hotéis ou pousadas geralmente dão um pequeno desconto (10%) no Preço Balcão (o preço final pago pelo turista) para agências e operadoras. Descontos acima disso dependem do poder de negociação: se é baixa temporada, se a agência ou operadora costuma trazer grupos com frequência etc..


Ecoturistas estrangeiros geralmente dividem o quarto. No caso de brasileiros, existe uma tendência à privacidade, mesmo com custo adicional. Quem quer ficar sozinho deverá pagar uma taxa extra, o *Single Supplement* (a diferença entre a metade do quarto duplo e um quarto *Single* – ou quarto de solteiro).

**c) Ingressos/Taxas**

Este item considera os ingressos para entrada em Parques Nacionais e Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN) e as taxas de permanência, como as que são cobradas em Fernando de Noronha. No caso de projetos de base comunitária, é comum se estipular um valor para doação direta ao projeto, criando-se um fundo para conservação de ambientes ou para as comunidades.

 **TABELA 3**

EXEMPLO DE CÁLCULO DE CUSTOS DIRETOS VARIÁVEIS			
ITEM	CUSTO POR PAX (PASSAGEIRO) QUANDO A AGÊNCIA OU OPERADORA TROUXER, AO MESMO TEMPO:		
	4 PAX	8 PAX	12 PAX
Hospedagem 1 N 1/2 DBL *	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Refeições: um jantar, 2 almoços, lanches	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Equipamentos	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Ingressos	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Total Variável	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00

 **NOTA \*** DBL é a sigla utilizada para referir-se ao quarto duplo, ou para duas pessoas se hospedando no mesmo quarto. O quarto de solteiro, ou single, é muitas vezes indicado pela sigla SGL.

**d) Equipamentos/Materiais**

Os equipamentos (ex.: snorkel – equipamento de mergulho livre sem tanque de ar comprimido; cordas e capacetes de escalada; bóias para acquaraid) fornecidos ao turista têm um custo de uso, manutenção ou de aluguel que precisa ser calculado. Material impresso, como apostilas, também tem um custo que precisa ser contabilizado.

**☐ Custos Diretos Fixos**

Os custos diretos fixos desse exemplo incluem o guia e o transporte.

**a) Guia**

O guia do grupo ganha uma diária que varia de acordo com sua classificação como guia. Um guia local geralmente ganha menos (R\$ 30,00 a 50,00 / dia) que um guia de ecoturismo contratado no Rio de Janeiro ou São Paulo (R\$ 60,00 a 100,00 / dia). Um guia especialista (ornitólogo) pode ganhar muito mais (R\$ 100,00 a R\$ 150,00 / dia).

Um guia pode acompanhar grupos de no máximo 10 pessoas. Se o programa tem um alto grau de dificuldade, deve-se pensar em usar mais de um guia por razões de segurança. Também podem ser usados mais de um guia para dar mais conteúdo ao programa. Por exemplo, um guia local que conte sobre as lendas e crenças do lugar e um guia naturalista que dá um pano de fundo mais científico.

**b) Guia – Custos Adicionais**

Se o grupo é pequeno, pode ser difícil conseguir hospedagem e refeições de cortesia e, nesse caso, os custos adicionais do guia devem ser embutidos no preço para o turista. Se o grupo já vem acompanhado por seu próprio guia, costuma-se pedir aos fornecedores do produto uma cortesia para o guia. É preciso verificar se isso não traz custos extras, o que depende do tamanho do grupo.

**c) Transporte (veículos, barcos, aviões, cavalos, bicicletas etc.)**

O transporte alugado é geralmente o item que mais pesa no custo fixo. Por isso vale a pena pesquisar os preços, especial-

mente porque variam bastante de um fornecedor para outro. Para os fornecedores de transporte, os custos fixos são altos, por isso na baixa temporada eles estão mais dispostos a dar descontos. Por exemplo, uma locadora de carros terá muitas despesas, alugando carros ou não. Assim, mesmo que não tenha grande margem de lucro, a locadora poderá alugar os carros a preços mais baixos durante a baixa temporada, para pagar parte dos custos fixos.

Na escolha do transporte, preço não é o único critério. Deve-se pensar no conforto (ar-condicionado, banheiros, espaço para bagagem etc.), na segurança (idade e estado de manutenção do veículo, perfil do motorista) e também no menor nível de emissão de poluentes (atmosféricos e sonoros).

O tipo de transporte tem que ser adequado ao tamanho do grupo. Evite chegar à lotação máxima de um meio de transporte. O grupo pode vir com muita bagagem ou seus integrantes podem ter 2 metros de altura e pesar 120 quilos. No caso de transporte rodoviário, são sugeridos os seguintes critérios:

- Até 3 Pax: alugar carro ou van pequena
- 4 a 10 Pax: van até 12 –14 lugares
- 11 ou mais: microônibus

Em geral, é possível hospedar e alimentar o motorista sem custo extra. Mediante acordo prévio, os hotéis costumam dar desconto para pacotes ou agências que enviam turistas com frequência. Por medida de segurança, convém verificar com antecedência e, se não for o caso, esses custos devem ser incluídos nos cálculos. Assim como deve-se atentar para outros custos diretos fixos, tais como taxas de estacionamento de veículos, pedágios e balsas, ou ainda taxas turísticas municipais.


No nosso exemplo, o guia recebe cortesia no hotel e refeições se acompanhar grupos acima de 6 pax. O tipo de transporte varia em função do tamanho do grupo: uma van para grupos de até 10 turistas; acima disso um microônibus. Observe o efeito da

economia de escala: o custo (fixo) de guia e transporte é quase o dobro por pessoa para

grupos de 4 pax, comparado com grupos maiores.

 TABELA 4

EXEMPLO DE CÁLCULO DOS CUSTOS DIRETOS FIXOS				
ITEM	TOTAL	CUSTO POR PAX (PASSAGEIRO) QUANDO A AGÊNCIA OU OPERADORA TROUXER, AO MESMO TEMPO: *		
		4 PAX	8 PAX	12 PAX
Guia (2 diárias)	R\$ 120,00	R\$ 30,00	R\$ 15,00	R\$ 10,00
Adicional de guia	R\$ 48,00 ** até 4 pax	R\$ 12,00	R\$ 0	R\$ 0
Transporte	R\$ 200,00 até 10 pax; R\$ 300,00 mais de 10 pax	R\$ 50,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Total Fixo	R\$ 320,00 a R\$ 420,00	R\$ 368,00 ou R\$ 92,00 p/pax	R\$ 320,00 R\$ 40,00 p/pax	R\$ 420,00 ou R\$ 35,00 p/pax

 **NOTAS** \* Isto quer dizer que o valor total do custo fixo será dividido entre o número de passageiros. Assim, o custo do guia para um grupo de 4 passageiros será de R\$ 30,00 por pessoa.

\*\* Neste exemplo estamos estimando que para grupos de até 4 passageiros o custo das refeições do guia deverá ser incluído no preço do tour. Para seguir a lógica da tabela anterior, este valor deveria ser de R\$ 45,00, mas para efeitos de facilitação de conta, optamos por utilizar o valor de R\$ 48,00, que ao ser dividido por 4, dá um valor inteiro.

**Custos Diretos Totais**

Consolidando as duas tabelas, custos variáveis e fixos, chegamos ao custo total do

tour de 2 dias/1 noite, por passageiro, para grupos de 4, 8 ou 12 passageiros.

 TABELA 5

EXEMPLO DE CÁLCULO DOS CUSTOS DIRETOS TOTAIS			
POR PAX	4 PAX	8 PAX	12 PAX
Custo direto fixo	R\$ 92,00	R\$ 40,00	R\$ 35,00
Custo direto variável	R\$ 120,00	R\$ 120,00	\$ 120,00
Custo Direto Total	R\$ 212,00	R\$ 160,00	R\$ 155,00

### ❑ Custos Indiretos

Para determinar o preço que você deve cobrar, é preciso também estimar seus custos indiretos ou *overhead*. Novamente é importante lembrar que esta análise é interativa, ou seja, o resultado pode levar à necessidade de refazer as contas. Por exemplo, após estimativa você conclui que seus custos indiretos são altos demais, então você deve checar as possibilidades de atrair mais turistas ou de reduzir os custos indiretos. Nos dois casos, você deve reduzir o custo indireto por turista.

Vamos usar o exemplo para ilustrar isso. O nosso empresário levantou os seguintes dados:

⇒ Aluguel de escritório (uma pequena sala) vai custar R\$ 6.000 por ano.

⇒ Inicialmente será só ele e uma secretária eletrônica, a um custo de R\$ 26.000 de pro-labore para ele, já incluídos os encargos. No ano 2 ele contrata um assistente a R\$ 13.000 por ano entre salário e encargos. A partir do ano 3 ele contrata mais um assistente, também com um custo

total de R\$ 13.000 por ano. Assim, o custo total do empresário com remuneração de pessoal (pro-labore, salários e encargos) será de R\$ 26.000 no ano 1, R\$ 39.000 no ano 2, e R\$ 52.000 a partir do ano 3. Para facilitar nossos cálculos, não estamos incluindo a possibilidade de aumento anual de salários e benefícios. Porém, você deve avaliar a necessidade de incluir uma taxa anual de aumento para esta categoria do orçamento.

⇒ A conta de luz fica em média R\$ 100 por mês.

⇒ A conta de telefone sobe gradativamente de R\$ 1.200 no ano 1 para R\$ 3.600 no ano 5.

⇒ Material de escritório sobe, também gradativamente, de R\$ 500 no ano 1 até R\$ 1.800 nos anos 4 e 5.

⇒ Ele vai gastar em marketing (incluindo viagens): R\$ 10 mil no primeiro ano e alternando entre R\$ 15 mil e R\$ 10 mil nos próximos anos.

⇒ O contador vai custar R\$ 2 mil por ano.

 TABELA 6

EXEMPLO DE CÁLCULO DOS CUSTOS INDIRETOS					
ITEM	VALOR EM R\$				
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Aluguel de escritório	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Eletricidade	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Telefone	1.200,00	3.000,00	3.300,00	3.500,00	3.600,00
Pro-labore e Remuneração de pessoal	26.000,00	39.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00
Material de escritório	500,00	1.500,00	1.600,00	1.800,00	1.800,00
Promoção	10.000,00	15.000,00	10.000,00	15.000,00	10.000,00
Contador	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Total de custos indiretos (ou overhead), por ano	46.900,00	67.700,00	76.100,00	81.500,00	76.600,00



Uma vez que tenha sido calculado o custo indireto por ano, deve-se calcular

o custo indireto por turista por ano, de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{Custo indireto turista/ano} = \frac{\text{custo indireto por ano}}{\text{número de turistas por ano}}$$

**4** SEÇÃO 1

Utilizando os valores estimados na Tabela 2 para o número total de turistas nos 5 primeiros anos de operação do *tour*,

temos o seguinte cálculo para o custo indireto por turista, por ano:

**TABELA 7**

EXEMPLO DE CÁLCULO DO CUSTO INDIRETO TURISTA / ANO - 1ª TENTATIVA					
DESCRIÇÃO	VALOR EM R\$				
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custo indireto por ano (CI-a)	46.900,00	67.700,00	76.100,00	81.500,00	76.600,00
Nº de turistas por ano (T-a)	100	800	880	968	1.065
Total de custos indiretos (CI-a / T-a)	469,00	84,63	86,48	84,19	76,63

Antes mesmo de calcular o custo total do produto (custo direto por *pax* + custo indireto por *pax/ano*), é possível ver pela tabela de custo indireto por *pax/ano* que o seu primeiro ano de operação é crítico. O volume de turistas ainda é pequeno para arcar com o custo indireto projetado. Assim, o empresário volta à tabela de custos indiretos e avalia suas opções de redução. Ele chega à conclusão de que a melhor forma de garantir a redução do

*overhead* sem prejudicar o seu produto nos anos seguintes é montar o escritório em casa – eliminando não só o aluguel mas também o custo de eletricidade – e não pagar pro-labore para si mesmo e contratar serviços de terceiros para pequenas tarefas. Após estas decisões, o empresário calcula novamente o seu *overhead* anual, incluindo as alterações para o primeiro ano (veja que somente a coluna referente a este ano sofre alterações:

TABELA 8

EXEMPLO DE CÁLCULO DOS CUSTOS INDIRETOS – 2ª TENTATIVA					
ITEM	VALOR EM R\$				
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Aluguel de escritório	0	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Eletricidade	0	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Telefone	1.200,00	3.000,00	3.300,00	3.500,00	3.600,00
Pro-labore e Remuneração de pessoal	0	39.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00
Material de escritório	500,00	1.500,00	1.600,00	1.800,00	1.800,00
Promoção	10.000,00	15.000,00	10.000,00	15.000,00	10.000,00
Serviços Terceiros e Contador	12.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Total de custos indiretos (ou overhead), por ano	23.700,00	67.700,00	76.100,00	81.500,00	76.600,00

SEÇÃO 1  
4

É necessário também recalcular o *over-head por turista para o ano 1*:

**Custo indireto turista/ano =**

$$\frac{\text{custo indireto por ano}}{\text{número de turistas ano 1}}$$

**Custo indireto turista/ano =**

$$\frac{\text{R\$ 23.700,00}}{100 \text{ turistas}}$$

**Custo indireto turista/ano =**

$$\text{R\$ 237,00 no ano 1}$$

Este valor final ainda é alto comparado com os valores para os anos 2 a 5, refletindo uma empresa que ainda está começando. Por isto, o empresário dá prosseguimento ao cálculo do preço de seu produto, usando o nível de turistas pretendido nos próximos anos. A próxima etapa é calcular o custo total do *tour*.

☐ **Custo total do tour**

O cálculo do custo total do *tour* é também chamado de Ponto de Equilíbrio (em inglês, *breakeven point*), ou seja, o valor do *tour* onde todos os custos são pagos pela venda do produto: não há ganhos, mas tampouco há perdas. O cálculo do custo total do *tour* é feito de acordo com a seguinte fórmula:

**Custo total do tour =**

$$\text{custo direto por turista} + \text{custo indireto por turista/ano}$$

Seguindo o nosso exemplo, o empresário precisa calcular o custo total do *tour* para cada ano, para cada uma das três categorias de grupos que definimos anteriormente, ou seja, 4, 8 e 12 *pax*.

 TABELA 9

EXEMPLO DE CÁLCULO DOS CUSTOS TOTAIS DO TOUR															
DESCRIÇÃO	VALOR EM R\$, ARREDONDADO PARA UNIDADE														
	ANO 1			ANO 2			ANO 3			ANO 4			ANO 5		
	4 Pax	8 Pax	12 Pax	4 Pax	8 Pax	12 Pax	4 Pax	8 Pax	12 Pax	4 Pax	8 Pax	12 Pax	4 Pax	8 Pax	12 Pax
Custo Direto*	212	160	155	212	160	155	212	160	155	212	160	155	212	160	155
Custo Indireto por turista**	237	237	237	85	85	85	86	86	86	84	84	84	77	77	77
Custo total do tour	449	297	292	297	245	240	298	246	241	296	244	239	289	237	232

 NOTAS : \* Ver Tabela 5.

\*\* Ver Tabela 6 mais valor para ano 1 calculado após a Tabela 8.

Por ser atípico, o empresário desconsidera o ano 1 como referência para continuar seus cálculos.

Além de calcular o custo total do *tour* por ano para cada tamanho de grupo, analisando os valores da Tabela 9, o empresário percebe que apenas para grupos de até 4 turistas, no ano 1, o custo total do *tour* apresenta um valor mais elevado do que a média dos outros grupos e anos. O passo seguinte é a formação do preço.

#### Formação de Preço

Determinar o preço a cobrar não é fácil. Em termos econômicos, o preço deve ser maior que a soma de seus custos diretos e indiretos (ou seja, maior do que o Ponto de Equilíbrio). Quão maior depende de 4 fatores:

- Demanda esperada para o produto.
- Preços praticados no mercado.
- Valor que o turista atribui ao diferencial que o produto tem quando comparado com outros. O diferencial é aquilo que o produto oferece e que os demais no mercado não oferecem.
- O lucro que se quer obter.

Para calcular o preço também deve ser considerado:

**Comissão** – Lembre-se que você recebe o Preço NET, mas o turista paga o preço balcão, que ele compara com a concorrência.

**Câmbio** – Para quem vende seu produto no exterior, a cotação de preço é em dólares, que são convertidos em reais pela taxa de câmbio de compra. Como seus custos serão, na maioria, em reais e sempre há o risco da flutuação do câmbio não ser compatível com a inflação, a solução é ter uma margem de segurança nos cálculos da conversão para dólares.

**Impostos** – Dependendo do tipo de pessoa jurídica e do regime fiscal, há incidência de impostos sobre o faturamento (ver capítulo *Administração e Práticas Contábeis*).

Para efeito de simplicidade, demonstraremos a formação de preço para apenas um ano. Assim, vamos usar as seguintes premissas :

- A base de cálculo é o ano 2, com estimativa de receber 800 turistas no ano.
- Não há forte concorrência no mercado, mas o preço-balcão – aquele pago pelo turista pelo pacote – não deve ultrapassar R\$ 375,00 para grupos acima de 7 pessoas.

- O lucro líquido desejado é por volta de 8%.
- A carga de impostos é, em média, 7% do faturamento.
- Não há venda do produto no exterior, ou seja, não é preciso preocupar-se com margem de câmbio.

A primeira etapa é calcular o Preço Net do produto. Para tanto, deve-se acrescentar ao custo total do tour por passageiro a

margem de lucro que se deseja e o valor que será necessário pagar de impostos.

Ao calcular este valor adicional é fundamental lembrar que este é baseado no valor total recebido pelo empresário. Um erro comum é adicionar uma porcentagem ao custo total do produto. A Tabela 10 mostra a diferença entre as duas formas de cálculo, usando como exemplo o cálculo do valor do lucro para um grupo de 8 pax no ano 2:

 **TABELA 10**

COMO CALCULAR O PREÇO NET	
CÁLCULO INCORRETO	CÁLCULO CORRETO
<p>Geralmente, para se calcular um valor adicional com base em uma porcentagem, no caso 15% (margem de lucro + impostos), calcula-se o valor real da porcentagem (Lucro), que se adiciona ao valor inicial (Custo Total).</p> <p>Adicional (R\$) = Custo Total x 15%            Adicional (R\$) = 245 x 15%            Neste caso o adicional é de R\$ 36,75.</p> <p>Portanto:</p> <p>Custo Total + Adicional = Preço Alvo            R\$ 245 + R\$ 36,75 = R\$ 281,75</p> <p>Ao receber do turista R\$ 281,75, o empresário vai calcular a sua margem de lucro após deduzir os impostos. Veja o que acontece:</p> <p>Impostos (R\$) = preço alvo x 7%            Impostos (R\$) = 281,75 x 7% = R\$19,72</p> <p>Preço Alvo – Impostos – Custo:            R\$ 281,75 – R\$ 19,72 – R\$ 245 = R\$ 17,03</p> <p>Margem de Lucro = Lucro ÷ Preço Alvo            Margem de Lucro = R\$ 17,03 ÷ R\$ 281,75 = 6%</p> <p>Ou seja, o lucro é menor que pretendido</p>	<p>Para evitar o prejuízo, calcula-se o valor total a ser recebido (Custo Total + Adicional) pela seguinte fórmula:</p> $\text{Preço Alvo} = \frac{\text{Custo Total}}{1 - \text{Adicional} (\%)} = \frac{\text{Custo Total}}{1 - 15\%}$ <p>Preço Alvo (R\$) = 245 ÷ 0,85 = R\$ 288,24            O adicional neste caso foi de R\$ 43,24.</p> <p>Portanto:</p> <p>Custo Total + Adicional = Preço Alvo            R\$ 245,00 + R\$ 43,24 = R\$ 288,24</p> <p>Ao receber o valor de R\$ 288,24, o empresário vai calcular a sua margem de lucro após deduzir os impostos.</p> <p>Impostos (R\$) = preço alvo x 7%            Impostos (R\$) = 288,24 x 7% = R\$ 20,18</p> <p>Preço Alvo – Impostos – Custo:            R\$ 288,24 – R\$ 20,18 – R\$ 245 = R\$ 23,06</p> <p>Margem de Lucro = Lucro ÷ Preço Alvo            Margem de Lucro = R\$ 23,06 ÷ R\$ 288,24 = 8%</p> <p>Ou seja, o lucro está adequado ao pretendido.</p>

Seguindo o procedimento correto acima para o cálculo do Custo Total +

Adicional, o empresário chega aos seguintes valores para o ano 2:

 TABELA 11

EXEMPLO DE CÁLCULO DO CUSTO TOTAL + LUCRO			
POR PAX	4 PAX	8 PAX	12 PAX
Custo total (A)	R\$ 297,00	R\$ 245,00	R\$ 240,00
Custo total + lucro 8% + impostos 7% (B)	R\$ 349,41	R\$ 288,24	R\$ 282,35
Valor da margem para impostos e lucro (A – B)	R\$ 52,41	R\$ 43,24	R\$ 42,35

4  
SEÇÃO 1

O empresário arredonda os Preços Net do seu produto para R\$ 350,00 para grupos até 6 passageiros, R\$ 290,00 para grupos maiores.

A diferença entre o Preço Net e o custo direto do *tour* é chamada de Margem Bruta. Nosso empresário precisa de uma margem bruta média de R\$ 135,00 por turista para cobrir seu *overhead* e obter o lucro desejado. Este valor médio, obtido por meio da soma dos valores das três margens brutas dividida por 3 (ver tabela 12), é importante como referência para o empresário negociar preços para grupos de diferentes tamanhos.

A última etapa da formação de preço para o produto é a inclusão da comissão que o empresário passará para a agência ou operadora de turismo que vender o seu produto. O resultado será o Preço Balcão. No nosso exemplo, o empresário decidiu adotar 20% de comissão para agências e operadoras. Mais uma vez, o Preço Balcão deverá ser calculado antes de se poder verificar o valor absoluto da comissão. A fórmula utilizada para calcular os valores apresentados na Tabela 12 é:

**Preço Balcão =**

$$\frac{\text{Preço Net}}{1 - \text{Comissão (20\%)}} = \frac{\text{Preço Net}}{0,8}$$

 TABELA 12

EXEMPLO DE CÁLCULO DO PREÇO BALCÃO			
ITEM	4 PAX	8 PAX	12 PAX
Custo Direto	R\$ 212,00	R\$ 160,00	R\$ 155,00
Margem Bruta	R\$ 138,00	R\$ 130,00	R\$ 135,00
Preço Net	R\$ 350,00	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Preço Balcão*	R\$ 437,50	R\$ 362,50	R\$ 362,50
Comissão 20%	R\$ 87,00	R\$ 72,50	R\$ 72,50

 **NOTA:\*** Os valores foram arredondados para a unidade mais próxima.

Interpretando os valores da Tabela 12 para grupos de 8 pax, temos que:

- Cada turista pagará o valor de R\$ 362,50 pelo pacote.
- Deste valor, R\$ 72,50 serão pagos à agência ou operadora de turismo como comissão.
- Dos R\$ 290,00 que o empresário receberá, R\$ 160,00 serão utilizados para pagar os custos diretos (fixos e variáveis).
- Da margem bruta de R\$ 130,00, o empresário pagará imposto sobre o faturamento no valor de R\$ 20,3 (= 7% x R\$ 290), aplicará R\$ 85,00 para cobrir custos indiretos (Tabela 9) e retirará o restante (R\$ 24,70)

como lucro.

- Como os preços finais foram arredondados para cima, os valores absolutos para pagamento de impostos e margem de lucro mostram uma pequena diferença em relação à tabela 10.

#### □ Programas e Produtos

Com o mesmo produto podem ser montados diferentes programas, mudando o número de dias e o enfoque do programa. Se no exemplo abaixo o programa é mudado para ornitologia, o custo com guia vai aumentar (Tabela 13). Vamos supor que o programa alternativo inclui:

 TABELA 13

EXEMPLO DE CÁLCULO PARA PROGRAMA ALTERNATIVO				
ITEM	TOTAL	CUSTO POR PAX (EM R\$)		
		4 PAX	8 PAX	12 PAX
Custo Direto Fixo				
a) Guia local (2 diárias)	R\$ 60,00	15,00	7,50	5,00
b) Guia ornitólogo (2 diárias)	R\$ 200,00	50,00	25,00	16,67
c) Adicional de guia	R\$ 84,00 até 4 pax	21,00	0	0
d) Transporte	R\$ 200,00 até 10 pax; R\$ 300,00 mais de 10 pax	50,00	25,00	25,00
Total Custo Direto Fixo (DF)	R\$ 460,00 a R\$ 560,00	136,00	57,50	46,67
Total Custo Direto Variável (DV)		120,00	120,00	120,00
Custo Direto Total (CD = DF + DV)		256,00	177,50	166,67
Custo Indireto (CI)		85,00	85,00	85,00
Custo Total (CT = CD + CI)		341,00	262,50	251,67
Lucro + Impostos 15% (L+I)		60,17	46,32	44,41
Preço Net (net = CT + L + I)		401,17	308,82	296,08
Comissão 20%		80,24	61,76	59,22
Preço Balcão		481,41	370,58	355,30
Preço Balcão arredondado (final) do Programa Alternativo (PA)		485,00	375,00	355,00
Preço Balcão arredondado (final) do Programa Padrão (PP)		350,00	290,00	290,00
Diferença entre o Programa Padrão e o Alternativo (PA – PP)		135,00	85,00	65,00

- Um guia local a R\$ 30,00 por dia.
- Um especialista em ornitologia que custa R\$ 100,00 por dia.
- Considerando que os 2 guias dividam um quarto, resultando em um adicional de custos com os guias de R\$ 84,00 até 4 turistas.
- O programa é criado no ano 2.

### 3. Conta de Resultados

A Conta de Resultados mostra se uma empresa teve lucros ou prejuízos nas suas operações. Juntando os dados principais de faturamento e custos numa mesma planilha, chega-se à Conta de Resultados. (Tabela 14). O formato básico desta conta é:

TABELA 14

EXEMPLO DE CONTA DE RESULTADOS		
ITEM	CÁLCULO	EXEMPLO PARA ANO 1 PARA 8 PAX (em R\$)
Faturamento Bruto (FB)	Preço net x nº de turistas	29.000
Impostos (I)	7% x FB	2.030
Faturamento Líquido (FL)	FB – I	26.970
Custos Diretos (CD)	custo direto x nº de turistas	16.000
Margem Bruta (MB)	FL – CD	10.970
Custos Indiretos (CI)		23.700
Lucro Bruto (LB)	MB – CI	– 12.730
Lucro Líquido (LI)	LB – IL	– 12.730

Nosso empreendedor vai ter prejuízo no primeiro ano. Por meio desta análise ele sabe que deve ter uma reserva de Capital de Giro de, no mínimo, R\$ 12.730 para sobreviver ao primeiro ano.

### 4. Balanço Patrimonial

A conta de resultados mostra se uma empresa teve lucros ou prejuízos, mas não se ela tem dinheiro em caixa. Para saber, precisamos examinar o Balanço Patrimonial.

**Balanço Patrimonial é uma radiografia da empresa em uma certa data (geralmente o fim de um trimestre). O balanço patrimonial mostra o que a empresa tem (ativo) e como isso é financiado (passivo). O que uma empresa tem é dinheiro, contas a receber, estoques e investimentos (em**

**terrenos, construções, veículos, etc.). O passivo mostra como a empresa financia essas coisas: por meio de financiamentos (do banco ou de fornecedores) ou recursos próprios (o patrimônio líquido).**

Tanto o ativo quanto o passivo são divididos em curto prazo (menos que um ano) e longo prazo. Essa distinção é importante para verificar a liquidez, ou seja a rapidez com que a empresa pode cumprir suas obrigações. Uma empresa que tem um hotel que vale R\$ 1 milhão mas não tem dinheiro no banco, não tem liquidez, porque a venda do hotel leva tempo e, com a venda, a empresa deixa de ter seu ativo principal.

Como o ativo e o passivo compõe dois lados da mesma moeda, o valor total dos dois é sempre igual e qualquer operação financeira tem reflexos nos dois lados do balanço.

Voltando ao nosso exemplo, vamos supor a seguinte situação:

- O empresário investiu R\$ 22.730 de seu próprio capital inicial no negócio (capital social).
- O balanço no final do ano 1 mostra que sobraram R\$ 10.000 em caixa.
- Ele ainda vai receber R\$ 5.000 de seus clientes.
- Ele precisa pagar R\$ 5.000 para os fornecedores.
- Como ele teve prejuízo no primeiro ano, o capital inicial ou patrimônio líquido foi reduzido em R\$ 12.730 e totalizou R\$ 10.000 no final do período.

 TABELA 15

EXEMPLO SIMPLES DE BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO	R\$	PASSIVO	R\$
Curto prazo		Curto prazo	
▶ Caixa e depósitos no banco	10.000	▶ Contas a pagar	5.000
▶ Antecipações de pagamentos	0	▶ Juros a pagar	0
▶ Contas a receber	5.000	▶ Impostos a pagar	0
▶ (- provisões contra maus pagadores)	0	▶ Financiamentos	0
▶ Estoques	0	Longo prazo	
		▶ Financiamentos	0
Longo prazo		Patrimônio Líquido (capital social – prejuízos acumulados)	10.000
▶ Investimentos	0	▶ Capital Social	22.730
▶ (- depreciação)	0	▶ Prejuízos Acumulados	- 12.730
<b>TOTAL</b>	<b>15.000</b>	<b>TOTAL</b>	<b>15.000</b>

Observe que os itens investimentos, financiamentos e provisões estão sem valores. Eles serão discutidos no item sobre Fluxo de Caixa, abaixo.

### 5. Fluxo de Caixa

O Fluxo de Caixa é o ponto de partida para a avaliação de investimentos. Muitos negócios entram em falência nos primeiros anos devido ao planejamento inadequado do Fluxo de Caixa. O Fluxo de Caixa mostra as saídas e entradas físicas de dinheiro na caixa, que geralmente não são iguais à Conta de Resultados. Isto porque existem regras determinadas pela Receita Federal de como as saídas e entradas de dinheiro devem ser contabilizadas. Veja a razão das principais diferenças:

#### a) Compra e depreciação de bens

Quando você compra um bem (terreno, imóvel, móvel, equipamento, veículo etc.), esse dinheiro sai de seu caixa no momento da compra, mas não é mostrado como despesa na sua demonstração de resultados. O que aparece lá é a depreciação, que é um custo anual determinado pela vida útil do bem. Depreciação é a desvalorização (perda de valor) de um bem pelo seu uso ao longo dos anos. O bem pode simplesmente se acabar e necessitar de substituição (p. ex. um barco), ou tem que passar por consertos ou reformas (p. ex. uma construção). A depreciação não é um custo que sai fisicamente do caixa. Na realidade, ao incluir a depreciação de bens no Fluxo de Caixa você está criando uma reserva futura para o



momento que precisar substituir ou reformar o bem.

Para calcular o valor da depreciação de um bem, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$\% \text{ Depreciação anual} = \frac{100\% \text{ (valor do bem)}}{\text{n}^\circ \text{ anos de vida útil do bem}}$$

Este cálculo indica o percentual de depreciação anual. Porém, o valor absoluto da depreciação anual é calculada da mesma forma. Basta substituir 100% pelo valor absoluto do bem:

*Um prédio de R\$ 1 milhão com vida útil de 20 anos, tem um custo de depreciação anual de 5% (100% do valor / 20 anos) ou R\$ 50 mil (R\$ 1.000.000/20). O valor absoluto da depreciação, ou seja R\$ 50.000, é o valor que aparece como despesa na*

### Conta de Resultados.

Depreciação é o custo que aparece na Conta de Resultados. Ela reduz o lucro e, conseqüentemente, os impostos que incidem sobre o lucro. Por isso, a Receita Federal determina como calcular a depreciação de um bem de acordo com o seu tipo.

Por ser um custo contabilizado na Conta de Resultados, e o valor de depreciação ser alto, uma empresa pode ter prejuízos, mas ter um fluxo de caixa positivo (porque o valor de depreciação efetivamente não saiu da caixa). Isto permite que a empresa sobreviva.

No exemplo a seguir, observe que a empresa com custo de depreciação tem um custo mais alto e, conseqüentemente, um lucro mais baixo (neste caso, zero). Mas como a empresa paga menos impostos, tem mais dinheiro em caixa que a empresa que não tem custo de depreciação.

 TABELA 16

EXEMPLO DO EFEITO DA DEPRECIAÇÃO NO FLUXO DE CAIXA		
ITEM	SEM DEPRECIAÇÃO	COM DEPRECIAÇÃO
Faturamento Líquido	R\$ 100.000	R\$ 100.000
Custos	R\$ 50.000	R\$ 50.000
Depreciação (não sai do caixa)	0	R\$ 50.000
Lucro	R\$ 50.000	R\$ 0
Impostos (20% do lucro)	R\$ 10.000	R\$ 0
Lucro Líquido	R\$ 40.000	R\$ 0
Em caixa	R\$ 40.000	R\$ 50.000

#### b) Provisões e reversões

Em vários casos é permitido fazer provisões, que são reservas para despesas futuras, como por exemplo 13º salário, devedores duvidosos, ações trabalhistas ou impostos. Se a despesa prevista não ocorrer (o devedor duvidoso acaba pagando a dívida) deve-se fazer uma reversão.

Por ser uma despesa contábil, a provisão

acarreta diminuição do lucro contábil e dos impostos pagos. No entanto, como não sai do caixa da empresa, não tem efeito no Fluxo de Caixa. Em caso de reversão acontece o contrário.

#### c) Financiamento, juros e amortização

Quando se contrata um financiamento são estabelecidas taxas de juros e a forma

da amortização (prazo, valor e data de vencimento das parcelas) do empréstimo. O financiamento e a amortização não aparecem na Conta de Resultados porque não são despesas, mas recursos que apare-

cem no passivo do Balanço. Só o pagamento de juros aparece na Conta de Resultados como despesa. A tabela a seguir mostra como esses itens discutidos são contabilizados:

 TABELA 17

COMO CONTABILIZAR OS BENS, FINANCIAMENTOS E PROVISÕES			
AÇÃO	EFEITO NO CAIXA	BALANÇO PATRIMONIAL	CONTA DE RESULTADOS
Compra de bens	Saída	Aumenta ativo de longo prazo	Não aparece
Depreciação de bens	Não sai	Reduz ativo de longo prazo	Sim, despesa
Financiamento	Entrada	Aumenta passivo	Não aparece
Juros sobre financiamento	Saída	Não aparece	Sim, despesa
Amortização financiamento	Saída	Reduz passivo	Não aparece
Provisão	Não sai	Depende	Sim, despesa
Reversão (de provisão)	Não entra	Depende	Sim, receita

A montagem do Fluxo de Caixa deve considerar, além do lucro líquido, todos os elementos que:

- a) Não entraram na conta de resultados:
- Investimento
  - Financiamento / amortização

b) Foram contabilizados no lucro líquido como despesa ou receita, mas na reali-

dade não saíram ou entraram no caixa.

- Depreciação
- Provisões e reversões

Para ilustrar usaremos um exemplo, porém, neste caso, diferente do exemplo padrão. Vamos supor que um empresário que possui um hotel já em operação esteja na seguinte situação:

 TABELA 18

EXEMPLO DE MONTAGEM DE FLUXO DE CAIXA	
O empresário teve um lucro líquido de R\$ 100.000	+ R\$ 100.000
A depreciação anual dos bens é R\$ 50.000	+ R\$ 50.000
Ele investiu num anexo de R\$ 100.000	- R\$100.000
Ele obteve um financiamento de R\$ 25.000 (carência de 1 ano)	+ R\$ 25.000
Ele fez uma provisão contra devedores duvidosos de R\$ 5.000	+ R\$ 5.000
Ele fez uma reversão de provisão referente a ações trabalhistas de R\$ 10.000	- R\$10.000
<b>TOTAL</b>	<b>+R\$ 70.000</b>

Ou seja, o fluxo de caixa é R\$ 30 mil a menos que o lucro líquido neste exemplo.

### 6. Especificação do Investimento

O investimento deve ser especificado em detalhes. Esta nem sempre é uma tarefa fácil, mas é essencial porque a primeira pergunta do investidor é: como podemos reduzir o investimento?

Como o investimento é pequeno no exemplo da operadora de um *tour*, vamos demonstrar o exemplo de uma pousada. Primeiro temos o custo do projeto, construção e decoração da pousada. A pousada vai ter 20 quartos com 3 camas cada, e ocupar 1.000 m<sup>2</sup>. Além disso vai ter um restaurante. Na tabela abaixo é mostrado o cálculo do investimento. Na última coluna tem-se a percentagem de depreciação anual. No caso da construção, estamos falando de um custo anual de 5% X R\$ 500.000 = R\$ 25.000 por ano.

Observe que a maior parte do investimento está na construção (R\$ 500.000 de R\$ 567.750). Uma redução de 10% no preço da construção paga quase todo o resto do investimento. O empreendedor deve saber negociar bem esta parte.



Além do custo para montar a pousada (ou qualquer outro projeto), deve-se verificar se há despesas pré-operacionais. No exemplo da pousada, precisa-se contratar e treinar empregados (e pagar salários antes da abertura), organizar um *famtour* para agências (ver capítulo *Elaboração do Produto de Ecoturismo*), etc..

O Fluxo de Caixa provisório também vai mostrar a necessidade de capital de giro. Se a empresa terá prejuízos nos primeiros anos de existência, o que é bastante comum, isso deve ser previsto. Por isso é necessário uma reserva de capital, caso contrário o empresário irá à falência.

Supondo que as despesas pré-operacionais serão de R\$ 50.000 e o capital de giro necessário para sobreviver nos primeiros dois anos também é de

R\$ 50.000, o empresário dessa pousada passará a precisar de um total de R\$ 667.750 para ter sucesso (v. Tabela 19).

### 7. Cálculo de Viabilidade Econômica

O cálculo de viabilidade econômica é utilizado para conciliar o risco de um empreendimento com o retorno esperado. O cálculo é sempre feito com base no Fluxo de Caixa, que considera: a) investimento inicial e b) fluxo de caixa da empresa em operação.

Voltando ao exemplo da operadora de um *tour* de 2D e 1N, o investimento dele foi:

• Computador / Fax	▶	R\$ 6.000
• Móveis / Material	▶	R\$ 5.000
• Dinheiro / tempo	▶	R\$ 29.000
• <b>Total</b>	▶	<b>R\$ 40.000</b>

O item dinheiro / tempo deve-se ao fato de que, no primeiro ano, o empresário não recebeu remuneração por seu trabalho, então fez um investimento pessoal, neste caso um pouco mais baixo do que o *pro labore* planejado a partir do ano 2.

Os três critérios de viabilidade geralmente usados são:

- Recuperação do investimento (*Payback*).
- Valor presente.
- Taxa interna de retorno.

A seguir apresentaremos cada um deles.

☐ **Recuperação do investimento (*Payback*).** *Payback* ou recuperação do investimento é o número de anos e meses para recuperar o investimento. No caso de nosso exemplo, o investimento inicial foi de R\$ 40.000 e ignoramos a depreciação do computador e dos móveis. No Fluxo de Caixa observe que nosso empreendedor só irá recuperar o investimento no quarto ano. O método *payback* de recuperação do investimento é um cálculo rápido para pequenos investimentos, mas não serve para investimentos maiores porque não considera o Fluxo de Caixa depois da recuperação do investimento.

TABELA 19

EXEMPLO DE ESPECIFICAÇÃO DO INVESTIMENTO						
ITEM	UN.	QTDE.	VALOR/UN. EM R\$	VALOR TOTAL EM R\$	VIDA ÚTIL ANOS	DEPRECIÇÃO ANUAL
Construção						
▶ Projeto Arquitetônico		1	10.000	10.000		
▶ Construção	m2	1000	500	500.000	20	5%
▶ Paisagismo	m2	500	20	10.000		
Móveis						
▶ Camas, colchões		60	250	15.000	10	10%
▶ Armários		20	300	6.000	10	10%
▶ Mesas, cadeiras		6/24	350	2.100	10	10%
▶ Sofás, poltronas		4	300	1.200	10	10%
▶ Balcão recepção		1	500	500	10	10%
Equipamentos						
▶ Computador, Impressora		1	3.000	3.000	5	20%
▶ Telefone (2 linhas), fax		2	1.500	3.000	5	20%
▶ Microondas		1	300	300	5	20%
▶ Geladeira, freezer		2	1.000	2.000	5	20%
▶ Fogão		1	500	500	5	20%
▶ Televisão, som		2	600	1.200	5	20%
▶ Ventilador teto		22	150	3.300	5	20%
▶ Chuveiros		22	50	1.100	5	20%
Outros						
▶ Cama, mesa, banho		80	60	4.800		
▶ Louças, talheres		50	15	750		
▶ Decoração			3.000	3.000		
<b>TOTAL</b>				<b>567.750</b>		

SEÇÃO 1  
4

TABELA 20

EXEMPLO DE CÁLCULO DE PAYBACK						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Lucro líquido*		-12.730	20.060	20.436	24.690	35.209
Fluxo de caixa	-40.000	-12.730	20.060	20.436	24.690	35.209
Cumulativo	-40.000	-52.730	-32.670	-12.234	12.456	47.664

NOTA \* Estes valores foram calculados de acordo com a Tabela 14.

O método *payback* de recuperação do investimento é um cálculo rápido para pequenos investimentos, mas não serve para investimentos maiores porque não considera o Fluxo de Caixa depois da recuperação do investimento.

- ❑ **Valor Presente** O Valor Presente parte do princípio que há um custo de oportunidade ao se investir num empreendimento. Quando você decide fazer um investimento, há uma variedade de opções no mercado: você pode depositar seu dinheiro em renda fixa, num fundo de ações ou em outro empreendimento. Se nosso empreendedor tivesse investido R\$ 40.000 em renda fixa, poderia ter ganho 15% por ano.

Para fazer a escolha certa, precisa-se descontar do valor do fluxo de dinheiro futuro a taxa de rendimento que se poderia ter em outro investimento. Geralmente a taxa de desconto usada é a da renda fixa (risco mínimo). A fórmula usada é:

Ou seja,  $(1 + \text{taxa de desconto})^{\text{expo-}} \text{enciado ao número de períodos} - \text{ou anos}$

$$\text{Valor Presente} = \frac{\text{Valor do Fluxo do Período}}{(1 + \text{taxa desconto})^{\text{número de períodos}}}$$

– em que se quer verificar o Valor Presente. Isto quer dizer que a taxa de desconto é cumulativa a cada ano. A uma taxa de 15%, a fórmula fica assim:

$$\text{Valor Presente Ano 1} = \frac{\text{Valor do fluxo do período 1}}{(1 + 15\%)} = \frac{\text{Valor}}{115\%}$$

$$\text{Valor Presente Ano 2} = \frac{\text{Valor do fluxo do período}}{(1 + 15\%) \times (1 + 15\%)} = \frac{\text{Valor}}{132\%}$$

$$\text{Valor Presente Ano 3} = \frac{\text{Valor do fluxo do período}}{(1+15\%) \times (1+15\%) \times (1+15\%)} = \frac{\text{Valor}}{152\%}$$

Assim, é preciso definir um horizonte, ou seja, o Valor Presente do fluxo de caixa futuro durante um período de 5 anos, 10 anos, e assim por diante. Veja como nosso exemplo, descontado a 15% por ano, durante 5 anos, chega a um Valor Presente Cumulativo de R\$ 9.157. Isso significa que o investimento do empreendedor rendeu R\$ 9.157 a mais que um investimento no mesmo prazo em renda fixa com taxa de 15%.

 TABELA 21

EXEMPLO DE CÁLCULO DE VALOR PRESENTE						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Fluxo sem desconto	-40.000	-12.730	20.060	20.436	24.690	35.209
Fluxo Cumulativo sem desconto	-40.000	-52.730	-32.670	-12.234	12.456	47.664
Valor Presente Fluxo com 15% de desconto*	-40.000	-11.070	15.168	13.437	14.116	17.505
Fluxo Cumulativo com 15% desconto	-40.000	-51.070	-35.901	-22.464	-8.348	9.157

 NOTA: \* Valores arredondados para a unidade.

- ❑ **Taxa Interna de Retorno** – Para saber a rentabilidade do investimento, usa-se a Taxa Interna de Retorno (TIR). Na tabela acima pudemos verificar que o rendimento é maior do que 15% ao ano em 5 anos, pois o Valor Presente indicou que meu rendimento foi de R\$ 9.157. A Taxa Interna de Retorno diz quanto é este rendimento e, por isto, é igual à taxa de desconto que faz o valor presente cumulativo chegar a zero. O cálculo é um processo interativo, ou

seja, aplica-se uma taxa de desconto e verifica-se o resultado: se o Valor Presente cumulativo é maior que zero, é preciso aumentar a taxa de desconto; se o Valor Presente cumulativo é menor que zero, é preciso diminuir a taxa até que o resultado aproxime-se de zero. Felizmente, no programa Excel do Microsoft Office existe uma fórmula para fazer isto (Fórmulas Financeiras TIR).

Veja na Tabela 22, usando o exemplo da Tabela 21, que, para se atingir o Valor Presente Cumulativo a zero, esta taxa é de 20,9%.

 TABELA 22

EXEMPLO DE CÁLCULO DA TAXA INTERNA DE RETORNO						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Fluxo sem desconto	-40.000	-12.730	20.060	20.436	24.690	35.209
Valor Presente do Fluxo com 20,9% de desconto	-40.000	-10.533	13.733	11.576	11.571	13.653
Cumulativo	-40.000	-50.533	-36.800	-25.224	-13.653	0

### 8. Benefícios Sociais e Ambientais Locais

Um investimento em ecoturismo de base comunitária visa beneficiar social e economicamente a comunidade local, assim como garantir melhor uso e conservação dos recursos naturais, principalmente áreas protegidas. Para se acompanhar se os benefícios de fato possuem impacto na comunidade, deve-se partir do ponto do diagnóstico. Ou seja, no momento do inventário (Ver capítulo *Levantamento do Potencial do Ecoturismo*) tem-se o ponto zero, antes do investimento econômico do ecoturismo. Ao passar por exemplo 5 anos, pode-se fazer um novo levantamento que dirá, em quantidade e qualidade, os benefícios introduzidos por esta atividade em termos ambientais, sociais e econômicos.

Economicamente, ao analisar um projeto deve-se fazer uma estimativa da renda adicional gerada pelo ecoturismo. O ecoturismo pode diversificar e ativar sobremaneira a

economia local. Para estimar o impacto econômico do negócio na comunidade, deve-se:

- a) **Identificar e calcular as fontes de renda para a comunidade, tais como:**
  - Salários locais (direto da Conta de Resultados).
  - Fornecedor de refeições (% do custo de alimentação na Conta de Resultados).
  - Fornecedor de transporte.
  - Fornecedor de artesanato e outros produtos típicos locais e também equipamentos diversos.
  - Participação no lucro.
- b) **Estimar a renda per capita da comunidade.**

O impacto econômico do projeto de ecoturismo pode ser deduzido calculando-

se o quanto a renda gerada pelo ecoturismo aumenta a renda per capita atual da comunidade. Para tanto deve-se estabelecer o ponto zero da situação sócio econômica por meio de um diagnóstico específico.

Os benefícios sociais da atividade podem também ser diversos. Como o ecoturismo demanda melhorias na infra-estrutura local, há geração de benefícios adicionais para a comunidade tais como:

- Postos de saúde.
- Melhorias no transporte e vias de acesso.
- Acesso a novas tecnologias (por exemplo, sanitário seco).
- Treinamento (diversificação do emprego).

Em termos ambientais, o ecoturismo pode vir a gerar mais recursos para a conservação de áreas naturais, tais como:

- Divisas (ingressos) nos parques públicos e reservas particulares
- Gerar recursos para fundo de conservação ou fundo para demandas da comunidade.
- Diminuir a pressão por extração de produtos naturais.

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

A decisão de investir ou não num projeto depende da avaliação do risco desse projeto e das outras opções de investimento. Os riscos percebidos são ligados às perguntas do início do capítulo:

- Um produto novo tem risco maior que um produto já conhecido.
- Um mercado novo tem risco maior que um mercado já conhecido.
- Gerentes sem experiência no ramo significam risco maior.
- Um empreendimento com altos custos indiretos tem menos flexibilidade e, portanto, maior risco que um empreendimento com baixos custos indiretos.

Além disso, há um risco geral próprio do país – Brasil – com seu histórico de instabi-

lidade econômica, ou em uma macro região, como é o caso do Mercosul. Deve-se também considerar eventos inesperados como incidentes políticos internacionais que refletem nos fluxos de turistas.

Além de considerar os riscos, há que se ponderar as diferentes opções de investimento. A princípio, ninguém investe num projeto que dá retorno menor que uma aplicação em renda fixa (antes do pacote fiscal de novembro de 1998, estava em 10% real ao ano; em 1999 estava em 15%; em 2000 continuou em torno de 15%). Para investimentos de risco no Brasil, as taxas de retorno desejadas são de, no mínimo, 25% para empresas com experiência no ramo.

Para projetos de ecoturismo de base comunitária, a análise de viabilidade deve reconhecer que:

- O investidor, na realidade, é um incentivador e nem sempre busca a mais alta rentabilidade para seu dinheiro.
- O projeto de ecoturismo pode (e deve) ter outros efeitos, como um aumento na renda da comunidade ou a conservação de áreas naturais prioritárias.

Por essas razões, a taxa interna de retorno exigida pode ser mais baixa que para um projeto puramente comercial, mas de preferência deve ser maior que o rendimento da renda fixa. De qualquer forma, vale a pena considerar outras alternativas de investimentos para escolher aquela com melhor relação risco / retorno. Nem sempre o ecoturismo é o melhor investimento. Este momento de decisão é extremamente importante pois deve-se levar em conta outros pontos abordados neste Manual, como por exemplo, o inventário de oferta turística, a geração de impactos ambientais ou a melhor vocação profissional e estratégica da comunidade e da região. Por exemplo pode-se preferir investir em um manejo florestal comunitário, visando desenvolver produtos certificados, pois atende à vocação da comunidade, possui mais fácil acesso aos mercados, possui variada oferta de áreas

para serem exploradas e melhor acesso a treinamentos.

Como foi dito no começo deste capítulo, nosso objetivo não é o de formar economistas. O estudo de viabilidade econômica é complexo, tornando-se mais complexo de acordo com o tamanho do negócio ou à medida em que ele cresce (mais produtos, mais clientes, maiores investimentos, mais pessoal, infra-estrutura etc.). Portanto, recomenda-se enfaticamente que uma pessoa com conhecimento específico na área econômica seja encarregada da elaboração do estudo de viabilidade econômica ou pelo menos acompanhe regularmente seu desenvolvimento enquanto o negócio é planejado, implementado e gerenciado nos seus primeiros anos. Os tópicos tratados neste capítulo ajudam o leitor do Manual a entender como se calcula a viabilidade econômica e lhe dão instrumentos para que

possa acompanhar o trabalho de um profissional e assegurar-se de que seus cálculos estão corretos.

#### V. MAIS INFORMAÇÕES

As mais importantes fontes de apoio para empreendedores de turismo no Brasil são:

- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa - SEBRAE - <http://www.sebrae.com.br> (cada estado tem um SEBRAE cujo endereço na Internet é o mesmo acima acrescido da UF ao nome "sebrae", antes do ponto, por exemplo, [www.sebraedf.com.br](http://www.sebraedf.com.br))
- Instituto Brasileiro de Turismo - Embratur <http://www.embratur.com.br>
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC - <http://www.senac-nacional.br/>





## 5. Infra-estrutura de apoio ao ecoturismo

Waldir Joel de Andrade  
Johan van Lengen  
Anna Paula Costa Santos

### I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo é prestar orientação a projetos de ecoturismo para a adoção de tecnologias alternativas na implantação de infra-estrutura e equipamentos. São abordadas também questões como geração de energia, tratamento de detritos e aproveitamento de recursos e paisagem naturais.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

Nas últimas décadas, tem-se observado que o consumidor está mais atento para negócios que respeitam o meio ambiente. Assim, produtos que apresentam soluções tecnológicas socialmente e ambientalmente adequadas tendem a agregar valor à sua qualidade e conquistar maiores faixas de mercado. No caso do turismo, um número crescente de viajantes tem procurado ambientes menos alterados, em busca de contato mais direto com paisagens naturais ou manifestações culturais representativas.

O ecoturismo reflete essa nova realidade. Para atender a tal público, o empreendedor deve estar atento não só ao lugar onde irá instalar-se, à forma de receber, hospedar ou conduzir seus clientes, mas principalmente deve proporcionar a maior interação e integração possíveis entre os visitantes e entre esses e a natureza.

Para isso, pode-se valer de atividades contemplativas, esportivas e educativas que proporcionam maior contato com a natureza, além de investir no uso equilibrado e adequado dos espaços e materiais, no

aproveitamento das condições físicas e da mão-de-obra local, entre outros.

Assim, as estruturas e equipamentos de apoio para a adequada implantação do ecoturismo, tais como edificações em hospedagem, recepção ao visitante e áreas de camping e suas respectivas construções para tratamento de resíduos líquidos e sólidos, geração de energia e captação e tratamento de água, devem demonstrar uma filosofia e se inspirar numa conduta ecologicamente corretas. O aproveitamento equilibrado dos espaços e a integração com o ambiente do entorno, além de proporcionar ao hóspede ou cliente uma sensação de bem-estar, demonstram as intenções e atitudes das pessoas envolvidas com o empreendimento. Da mesma forma, as questões ligadas ao saneamento podem demonstrar mais do que uma preocupação imediatista com a saúde, mas uma visão mais abrangente de qualidade ambiental e de vida.

Este capítulo aponta o emprego de algumas técnicas e ecotécnicas (aquelas que minimizam o impacto ambiental negativo) no planejamento e implantação de infra-estrutura e equipamentos para as atividades ecoturísticas. O emprego das mesmas no planejamento arquitetônico de estruturas, na construção, geração de energia e saneamento básico contribui para um melhor aproveitamento dos recursos naturais e para a manutenção da qualidade ambiental. Muitas dessas técnicas também contribuem para a economia nos custos mensais de operação do empreendimento, tornando-se um ponto importante no plano de viabilidade econômica.

Na Caixa de Ferramentas a seguir, são abordadas formas práticas de proporcionar maior interação entre homem e ambiente natural, por meio do uso adequado de ecotécnicas. Também será apresentado o conceito de ecopousada (*Ecolodge* – ou refúgio ecológico), as várias formas de *camping* e outras estruturas necessárias às atividades ecoturísticas.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Nesta seção serão apresentadas brevemente diversas técnicas alternativas que podem ser aplicadas na construção de infraestrutura voltada para o ecoturismo. Um detalhamento mais aprofundado da aplicação de cada técnica escapa à abrangência deste capítulo, mas são indicativos na tomada de decisão neste campo. E como complemento, sugere-se a contratação de especialistas em seus diversos assuntos.

Neste capítulo serão abordados os seguintes tópicos:

1. *Critérios sustentáveis para ecopousadas (Ecolodges).*
2. *Integração casa, pessoa e ambiente.*

3. *Uso de material local e geração de empregos.*
4. *Saneamento adequado.*
5. *Sistemas alternativos de geração de energia.*
6. *Áreas de acampamento.*
7. *Equipamentos complementares.*

#### 1. Critérios sustentáveis para ecopousadas (Ecolodges)

Consideramos que o principal tipo de construção gerado para fins de ecoturismo é a ecopousada e, assim, apresentamos algumas considerações específicas para este tipo de estrutura. Uma ecopousada pode ser definida como um estabelecimento turístico de pequeno porte, localizado em ambientes naturais privilegiados, e que adota os princípios ecoturísticos.

A qualidade ambiental, a valorização da cultura e da mão-de-obra local são questões sempre vinculadas a esse tipo de empreendimento.

Para efeito de ilustração, apresentamos algumas diferenças entre uma ecopousada e uma pousada ou hotel convencionais, observadas no quadro a seguir:

☐ QUADRO 1

DIFERENÇAS ENTRE ECOPOUSADAS E POUSADAS/HOTÉIS	
ECOPOUSADA	POUSADA/HOTEL
Pequena área construída em relação à área verde.	Pode ter praticamente toda a área construída.
Incentiva a culinária local.	Não incentiva, necessariamente, a culinária local.
Valoriza mão-de-obra local.	Mão-de-obra especializada ou de grandes centros.
Proporciona lazer e educação.	Proporciona lazer.
Construção mais rústica.	Construção mais luxuosa.
Estabelecida necessariamente em local com atrativos naturais e/ou culturais.	Maior flexibilidade para a localização.

Os princípios de sustentabilidade que devem ser aplicados em uma ecopousada podem ser sintetizados como "estruturas construtivas que otimizam espaço, paisagens,

materiais, equipamentos e mão-de-obra, formando um sistema funcional que minimiza o impacto ambiental na implantação e no consumo de recursos naturais na sua operação".

**☐ QUADRO 2**

<b>DIRETRIZES PARA A SUSTENTABILIDADE DE UMA ECOPOUSADA <sup>(1)</sup></b>	
<p style="text-align: center;"><b>DURANTE O PLANEJAMENTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Definir um zoneamento do terreno e da área de uso intensivo (estacionamento, construções etc) e das áreas de proteção, procurando estabelecer reservas naturais próprias protegidas sob a forma de Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN);</li> <li>☐ Respeitar os locais legalmente protegidos, tais como Áreas de Preservação Permanente (APP's) (p. ex. ninhais e beira de rios e lagos, encostas de morros) e Reserva Legal;</li> <li>☐ Ter atenção especial para o uso de áreas extrativistas, recreativas e agrícolas da comunidade local e, principalmente, de áreas indígenas ou protegidas;</li> <li>☐ Planejar as edificações e os equipamentos para que tenham identidade com a arquitetura e estilos regionais;</li> <li>☐ Planejar as construções para melhor aproveitamento das condições solar e eólica, de forma a propiciar conforto aos visitantes;</li> <li>☐ Usar fontes alternativas de produção de energia (solar, eólica etc) e de água;</li> <li>☐ Proteger a qualidade dos recursos hídricos, planejando os sistemas de abastecimento e de tratamento e lançamento adequado de efluentes líquidos;</li> <li>☐ Possuir tratamento de resíduos sólidos (coleta seletiva, reciclagem, disposição adequada, produção de composto orgânico etc);</li> <li>☐ Ter inventários de flora e fauna e também dos recursos culturais atrativos, proporcionando trilhas e equipamentos para atividades tais como: caminhadas, cavalgadas etc.</li> <li>☐ Envolver a comunidade local, tornando-se uma alternativa econômica local e/ou regional;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Valorizar a cultura local / regional na arquitetura, gastronomia, artesanato, folclore, produtos de consumo etc;</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>DURANTE A IMPLANTAÇÃO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Adotar práticas de mínimo impacto ambiental durante sua construção;</li> <li>☐ Utilizar mão-de-obra local e mutirão comunitário;</li> <li>☐ Adotar o uso de tecnologias tradicionais locais;</li> <li>☐ Utilizar materiais locais, porém de fontes sustentáveis ou reciclados;</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>DURANTE A GESTÃO / OPERAÇÃO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Buscar a eficiência na conservação e administração de água e energia;</li> <li>☐ Orientar os funcionários e clientes para a redução da demanda de água e energia;</li> <li>☐ Reduzir o consumo de qualquer material evitando o desperdício, e quando possível, implantar métodos de reutilização e reciclagem;</li> <li>☐ Disponibilizar informações e recomendações ambientais aos clientes por meio de guias e cartilhas;</li> <li>☐ Treinar funcionários com atividades de educação ambiental;</li> <li>☐ Promover a integração e interação entre os visitantes e as comunidades locais receptoras;</li> <li>☐ Monitorar todas as atividades do empreendimento para controle de eventuais impactos ambientais e/ou culturais.</li> </ul>

(1) – Compilado pelo editor, com base em Salvati, 2002

Uma ecopousada deve estar, obrigatoriamente, localizada em ambiente que proporcione maior contato dos hóspedes com a natureza, ou com os aspectos culturais de uma comunidade e, para tanto, pode:

- Buscar cenários de beleza natural,
- Buscar regiões com atrativos naturais e culturais, ou
- Buscar locais com potencial para o desenvolvimento de atividades ecoturísticas (caminhadas, contemplação da natureza, esportes radicais, entre outras).

A arquitetura de uma ecopousada deve valorizar as belezas naturais e as características culturais do local onde está instalada. Além disso, outras questões importantes a serem destacadas são:

- Identificar espécies vegetais nativas, para a recomposição de áreas alteradas e para o projeto de paisagismo;
- Pesquisar o patrimônio histórico do lugar, buscando referências técnicas e artísticas;
- Buscar equilíbrio entre a paisagem de entorno e a instalação;
- Garantir a segurança de hóspedes e funcionários;
- Priorizar o conforto ambiental (aproveitamento da luz, ventilação e calor naturais);
- Pensar na proporção entre o volume da obra e seu entorno;
- Refletir na infra-estrutura a filosofia de conservação ambiental presente no turismo ecológico.

A adoção de alguns destes procedimentos permitirá ao produto de ecoturismo, no caso a ecopousada, adquirir maior confiabilidade e competitividade no mercado e garantirá o seu comprometimento com a conservação ambiental, enquanto reduz custos, principalmente nos gastos com energia e na geração de resíduos poluentes.

Mas estes aspectos não são únicos fatores determinantes para a decisão de se investir em uma ecopousada. Assim, uma

pesquisa de mercado, a análise de legislação restritiva e um plano de viabilidade econômica, entre outros pontos abordados em capítulos específicos neste Manual, devem ser atentamente considerados.

Os elementos tratados nos tópicos abaixo também são aplicáveis a qualquer construção, particular (casas, edifícios, etc.), comercial (restaurantes, hotéis, lojas, etc.) ou comunitária (escola, centro social, etc.).

## 2. Integração casa, pessoa e ambiente

### ZONEAMENTO E LOCALIZAÇÃO

O zoneamento inclui o planejamento de todas as áreas de uso, de acordo com a utilização a que se destinam: área de chegada, estacionamento, hospedagem, refeições, serviço e manutenção. Não menos importantes são as áreas de lazer, que devem incluir trilhas, locais para a prática de esportes de aventura, mirantes e outros, de acordo com o potencial da área.

Na escolha do local devem ser consideradas o tamanho e a declividade do terreno, procurando observar a drenagem da água em dias de chuva. Deve-se evitar grandes movimentações de terra (aterro e corte), aproveitando a declividade natural do terreno para criar níveis no projeto das edificações.

Observar uma distância adequada de locais de uso tradicional das comunidades, assim como dos pontos de atração, evitando conflitos de usos (ruídos, impacto visual etc.).

Por fim, deve-se planejar as facilidades de acesso e estacionamento, procurando evitar distâncias consideráveis do ponto atrativo principal.

### ORIENTAÇÃO

Durante a fase de projeto, deve-se pensar que a orientação dos cômodos deve proporcionar conforto climático aos seus usuários. Na visita ao local observar atentamente a origem predominante dos ventos e a posição do sol. Geralmente os povos

locais conhecem muito bem essas orientações. Por exemplo, a posição dos ventos fortes e das chuvas devem ser considerados para orientar a casa (ou os quartos) em uma posição mais abrigada.

Nas regiões abaixo da linha do Equador, a face sul é a que recebe menor insolação, permanecendo mais fria e úmida. A face leste recebe os primeiros raios do sol e a face norte o maior número de horas de insolação por dia. Por exemplo, dormitórios orientados para a face leste recebem os primeiros raios de sol, fator importante nas regiões mais frias, como nas montanhas. Em lugares mais quentes, os dormitórios podem estar voltados para a face sudoeste, evitando o calor excessivo pela manhã ou o sol direto da tarde.

Áreas de lazer devem ser orientadas de acordo com sua função. Uma piscina deve estar localizada entre as faces leste e norte, aproveitando o maior número de horas de insolação possível. Quando a intenção for aproveitar a beleza do pôr-do-sol, o jardim ou o mirante devem ser orientados preferencialmente para a face oeste. Áreas que geram calor (cozinha, lavanderia) devem ser orientadas para a face sul, evitando o acúmulo de calor. A face sul pode ser aproveitada também para jardins ou para algumas aberturas da construção que venham a refrescar o ambiente da pousada.

#### ☐ CLIMA E CONFORTO

Em arquitetura existem duas formas de projetar: uma passiva e outra ativa (Lengen, 1996). Projeto ativo é aquele que, considerando funcionamento e estética, propõe a instalação de equipamentos mecânicos que proporcionem conforto ambiental aos ocupantes dos prédios (aquecimento, ventilação etc.).

O projeto passivo considera as condições climáticas locais, proporcionando conforto por meio de ventilação natural, materiais apropriados e escolha atenta das plantas que darão abrigo do calor e da chuva. A localização correta em relação à

topografia, vegetação e direção predominante dos ventos pode tornar qualquer espaço interno confortável. Terraços e varandas proporcionam abrigo confortável sem isolar o hóspede da paisagem. No ecoturismo, recomenda-se o projeto passivo, pois prioriza a interação harmoniosa entre o ambiente e a área construída.

#### ☐ PAISAGISMO

A atenta observação da paisagem do terreno onde será construída a ecopousada, e da região onde se insere, permite identificar o conceito a ser aplicado no paisagismo do entorno da construção. O aproveitamento natural de pedras, riachos, árvores frutíferas, ornamentais ou de sombra são o primeiro passo para um projeto integrado à natureza. Para o paisagismo de entorno, busque na comunidade pessoas com vocação em jardinagem e que conhecem os exemplares da flora local melhor adequados para seu projeto. E procure não fugir dos padrões da natureza existentes no ecossistema local.

### *3. Uso de material local e geração de empregos*

**O** ecoturismo desenvolve-se principalmente em lugares afastados dos grandes centros urbanos, onde as comunidades são pouco populosas e conservam valores e tradições importantes para a manutenção do equilíbrio sócio-econômico. Nesse cenário, a implantação de qualquer empreendimento, mesmo pequeno, apresenta um forte potencial de interação, negativa ou positiva, com a comunidade e com o meio ambiente.

Algumas ações podem potencializar os impactos sócio-ambientais positivos e mitigar os negativos advindos dessa nova atividade. Por exemplo, uma ecopousada pode gerar novos empregos para a população local, não somente na fase de construção, mas também na operação. E para minimizar os custos de implementação pode-se utilizar

dos métodos de mutirão comunitário, onde todos se beneficiam com a economia de recursos.

Um programa de educação para o trabalho comunitário pode, e deve, ser parte do processo de implantação de um empreendimento ecoturístico. Para tanto, todas as etapas do processo de implantação e operação devem contar com o envolvimento da comunidade. A valorização da mão-de-obra local estimula os moradores a aprender novas técnicas e ofícios (ver capítulo *Programa de Capacitação Comuni-*

*tária*). Quando um dos objetivos é envolver mão-de-obra e comunidades locais e, mais que isso, contribuir para melhorar a qualidade de vida local, o método de construção e os materiais devem ser escolhidos cuidadosamente.

#### ☐ SELEÇÃO DO MÉTODO DE CONSTRUÇÃO

Todo desenvolvimento de infra-estrutura voltada para a prática do ecoturismo deve considerar a possibilidade de uso de ecotécnicas, principalmente porque em grande parte não são técnicas muito complicadas. Pode-se identificar se uma técnica de construção é uma ecotécnica por meio da verificação de algumas características.

Para cada fase da obra, fundação, estrutura e vedação, deve-se escolher a melhor técnica em função da realidade local (técnicas e materiais existentes e condições do terreno). Por exemplo, casas totalmente de pedras são comuns em algumas regiões e apresentam uma estética atraente para o turismo.

Para a construção dos diversos componentes de uma edificação deve-se levar em conta as suas diferentes funções. As fundações suportam a construção e devem ser elaboradas com materiais bem resistentes, tais como pedras e madeiras. As estruturas (ou colunas) suportam o peso das paredes e telhados e podem ser feitas de madeira. As paredes são necessárias para vedar espaços e, assim como os telhados que cobrem a



#### COMO IDENTIFICAR ECOTÉCNICAS:

*Para reconhecer uma ecotécnica, é preciso responder afirmativamente às seguintes questões:*

- A nova técnica auxilia na redução de consumo de insumos?
- A nova técnica vai satisfazer às necessidades básicas das pessoas, tais como abrigo, alimentação, saúde e educação?**
- A construção vai empregar mão-de-obra e materiais da região?
- Na aplicação desta técnica, as pessoas da região têm iniciativa própria e são orientadas por pessoal local?**
- A nova técnica leva em conta os valores tradicionais da comunidade?
- A técnica é simples e permite a participação criativa das pessoas?**
- A técnica prevê uso racional de materiais, originários de fontes sustentáveis e de baixo impacto no ambiente?
- Essa técnica melhora a estética das edificações e valoriza a paisagem do ambiente ao seu redor?**

construção, pode-se utilizar as mais variadas técnicas e materiais.

Ambientes específicos como a várzea amazônica, onde o regime de cheias impede a construção direto no solo, devem ser, efetivamente, objeto de uso de técnicas locais.

#### ☐ SELEÇÃO DE MATERIAIS

Sempre que possível, deve-se privilegiar o uso de materiais locais, reduzindo itens externos ou industrializados ao mínimo indispensável. Por exemplo, atualmente existem novos métodos de construção que barateiam e reduzem o uso de cimento sem comprometer a segurança e a estética. A mistura de cimento com terra, chamado de solo cimento, é uma técnica eficiente. No caso do uso de madeiras uma opção é obtê-las a partir de reflorestamentos (*Pinus* e *Eucalyptus* são bons materiais para construção) ou, melhor ainda, de florestas certificadas pelo selo FSC (Forest Stewardship Council).

O uso de materiais tradicionais ou abundantes da região, como bambus, madeiras, pedras ou materiais construídos por técnicas locais, como tijolo adobe, assim como o uso de materiais devolutos de outras construções ou demolições, são exemplos de como minimizar o uso de recursos na construção ou de como otimizar a reciclagem de materiais.

#### ☐ PRODUÇÃO OU EXTRAÇÃO LOCAL DE COMPONENTES – PARTICIPAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL E SEU TREINAMENTO

A maior parte dos componentes e materiais usados na construção em geral são produzidos em outras regiões e trazidos para o canteiro de obras. Esta prática está começando a ser alterada. Por exemplo, já se adota a prática da produção local de tijolos, utilizando-se prensas manuais. Outro exemplo é o "plasmo", que é o desenvolvimento da argamassa armada ou ferrocimento. No plasmo se usa cimento, areia e bolsa ou rede de plástico (como por exemplo as utilizadas em

sacos de laranja) para a produção do tijolo. As peças são montadas a partir de placas delgadas, podendo ser montadas para produzir diversos elementos comuns às moradias como por exemplo caixas d'água, filtros, lajes e escadas pré-moldadas, painéis para tetos, lavatórios, pias, tanques, prateleiras e sanitários secos (Lengen, 1996).

Uma outra opção é a extração local de material, desde que observadas as normas legais. A madeira é um dos exemplos mais comuns. Apesar de oferecer menor durabilidade, a economia na compra e fretamento de materiais pode justificar o seu uso. Além disso, o emprego de madeira em construções pode ser mais adequado à arquitetura e tradição locais, proporcionando ambientes mais "naturais", e pode facilitar a contratação de mão-de-obra local.

O uso ou produção local de materiais proporciona uma série de vantagens:

- a) Possibilita construções a um custo mais reduzido.
- b) Permite que os construtores sejam os próprios proprietários.
- c) Permite o aprendizado de novos ofícios.
- d) Promove a geração de novos empregos.
- e) Reduz impactos ambientais negativos.
- f) Colabora para o aumento de auto-estima e cidadania entre os membros da comunidade.

#### ☐ GERAÇÃO DE EMPREGOS

Nas técnicas indicadas, a comunidade se beneficia diretamente com o uso de mão-de-obra e materiais locais e aprimoramento de tecnologias construtivas, que podem ser posteriormente empregadas para benefício próprio ou como ofício.

### 4. Saneamento adequado

#### ☐ ÁGUA: CAPTAÇÃO, TRATAMENTO E ARMAZENAMENTO

Nascentes ou minas são formadas por águas subterrâneas que em determinado



ponto do terreno afloram à superfície. Pelo fato de se infiltrarem pelo terreno, as águas passam por um processo natural de purificação. Mas aquelas armazenadas no subsolo sujeitam-se à contaminação e poluição ao brotarem à superfície. Assim, o principal cuidado com relação às nascentes é um bom sistema de captação.

**a) Captação:**

Quando a nascente está em terreno inclinado a captação torna-se mais fácil. O correto é fazê-la em um sistema fechado, ou seja, captar a água antes que ela apareça na superfície. Caso não seja possível, deve-se procurar uma forma que atenda às necessidades de abastecimento, de qualidade da água e de mínimo impacto.

☐ QUADRO 3

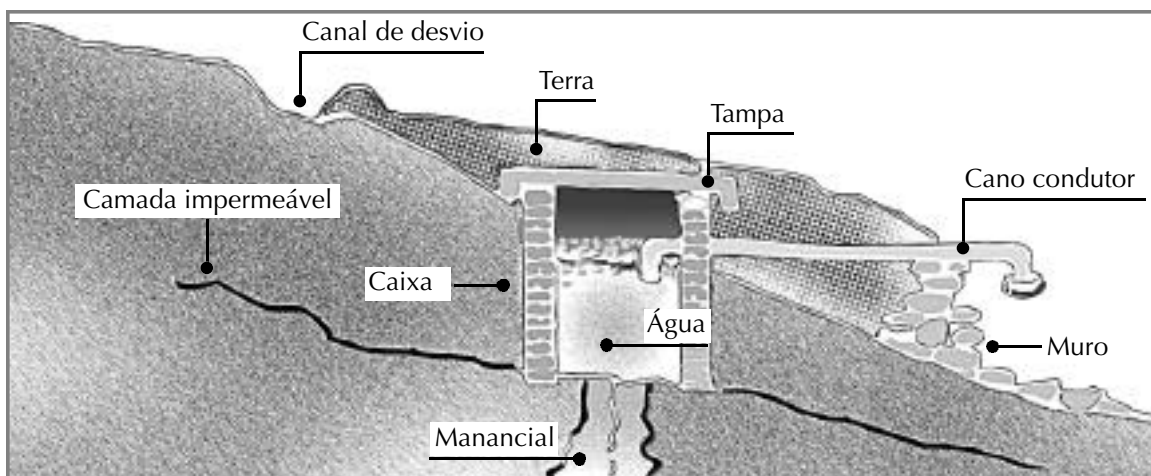
SEÇÃO 2  
5

**CAPTAÇÃO DE ÁGUA EM NASCENTES**

**Como fazer a captação de água em uma nascente:**

- remove-se o lodo e a terra até encontrar a camada impermeável;
- constrói-se uma caixa com paredes de argamassa e um revestimento de cimento e areia;
- coloca-se um cano de saída;
- a caixa deve ser coberta com uma tampa;
- cava-se um canal de drenagem para desviar a água da chuva;
- cobre-se a tampa e o cano com terra. Na saída do tubo faz-se um muro para apoiá-lo.

✍ FIG. 1 – PROTEÇÃO DE NASCENTES



☐ QUADRO 4

**FUNCIONAMENTO DE BOMBA CARNEIRO**

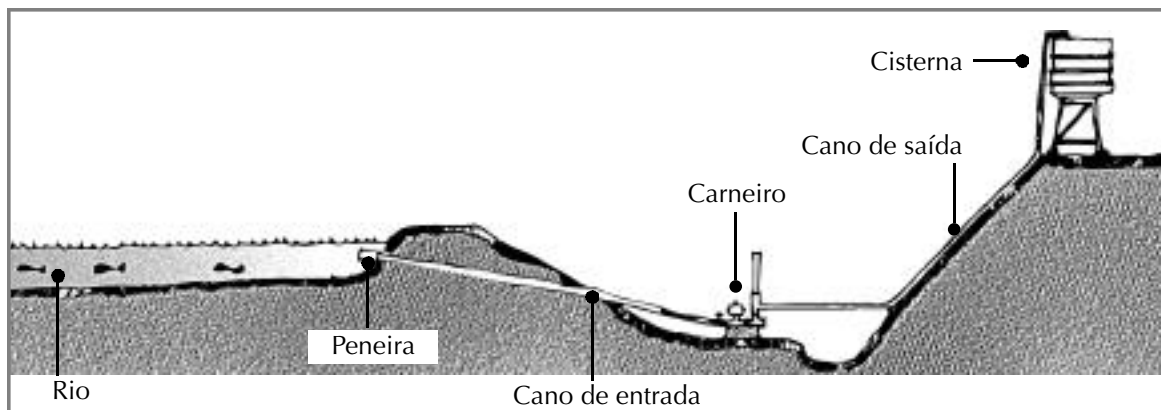
**Para adução de água com sua própria energia  
– quando o rio apresenta pouca queda – pode-se construir uma bomba  
para elevar a água por força mecânica denominada bomba carneiro.**

▶ Como funciona uma bomba carneiro:

Por exemplo, com uma queda d'água de 2 metros, o carneiro terá um cano de entrada de 8 metros. Com esta queda pode-se subir água a uma distância de 20 metros, numa quantidade de 200 litros por dia. Se quisermos subir mais alto, por exemplo, 40 metros, só chegarão 80 litros por dia. Deve-se ajustar o batimento para que trabalhe bem lentamente, e o nível do rio deve estar sempre acima do cano de entrada, para que nunca entre ar nele. A água que sobe pelo cano, depois de passar por algumas válvulas, é impulsionada até o tanque de armazenamento. A pressão da água no cano de entrada faz a primeira válvula bater, forçando a água a subir.

SEÇÃO 2  
5

✍ FIG. 2 – ADUÇÃO DE ÁGUA



**b) Armazenamento**

Nas regiões com longos períodos de seca, recomenda-se a construção de cisternas para armazenar a água da chuva, coletada pelas calhas do telhado. A cisterna deve estar próxima da casa e longe de potenciais fontes de poluição, como latri-

nas, estábulos e fossas. Deve ainda ser coberta para evitar a entrada de poeira e insetos. O tamanho da cisterna depende da duração da seca e do consumo diário de água. Uma cisterna é composta basicamente de 3 elementos (veja quadro na página seguinte):

☐ QUADRO 5

COMPOSIÇÃO DE UMA CISTERNA

➤ **Área de captação:**

Corresponde à cobertura das construções rurais, podendo ser de diferentes tipos de materiais, como telhas, laje de concreto, sapé e outros.

➤ **Sistema de filtragem:**

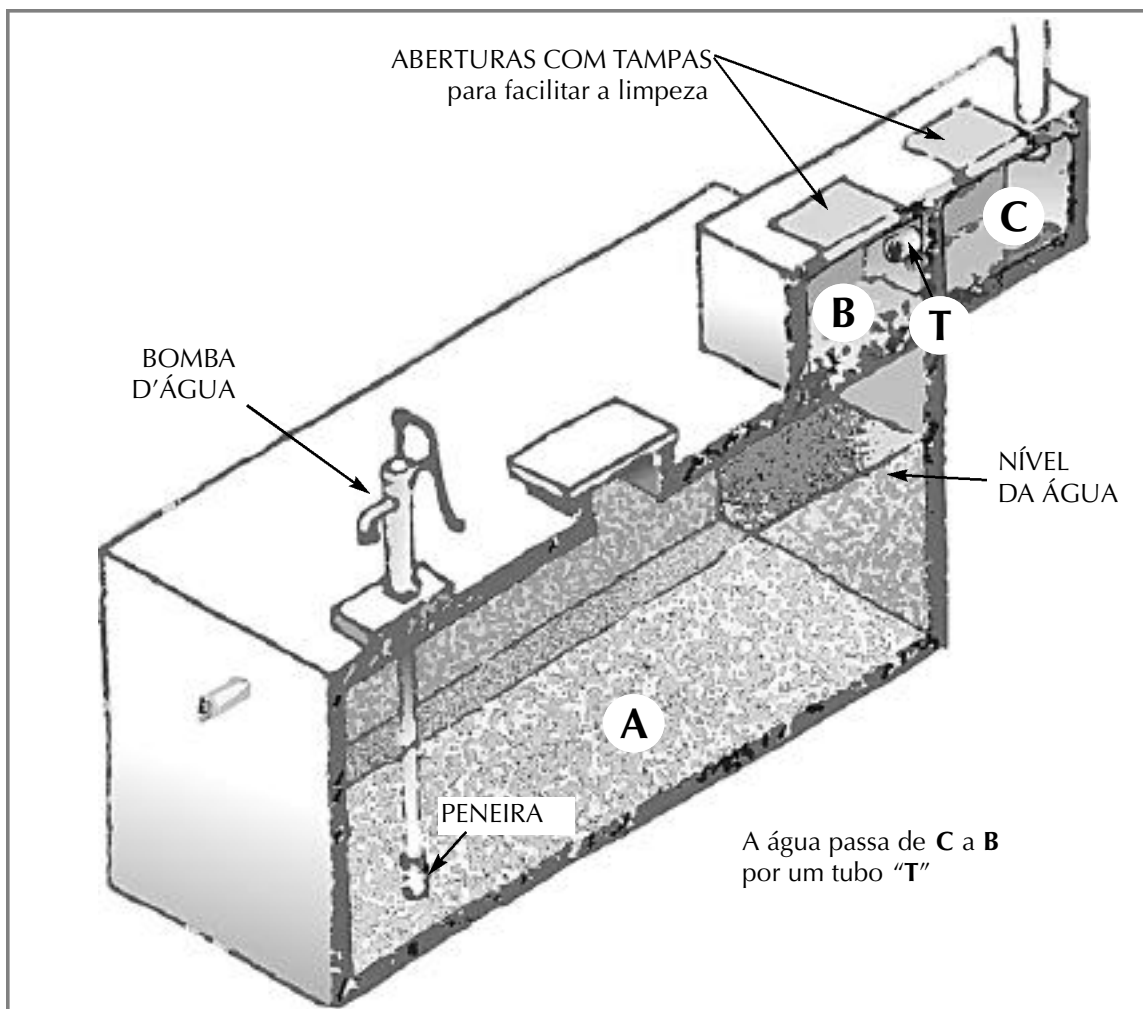
Para garantir a boa qualidade da água, as cisternas devem ser dotadas de filtros e de um tanque de sedimentação, que deve ser limpo de vez em quando para retirar o lodo do fundo. Os filtros são compostos de camadas de pedras (brita ou seixo rolado), carvão vegetal, areia grossa e fina, superpostas nessa ordem, de baixo para cima.

➤ **Tanque de armazenamento:**

Construído sobre o solo, semi enterrado ou totalmente subterrâneo. Em sua construção, a alvenaria pode se substituída por outros materiais, como lona plástica, tela de arame e argamassa de cimento e areia e sika (produto líquido impermeabilizante).

SEÇÃO 2  
5

✍ FIG. 3 – ELEMENTOS DE UMA CISTERNA



**c) Tratamento**

Existem sistemas simples para a purificação da água. O destilador solar é recomendado para regiões com pouca água e muito sol, pois purifica a água salgada ou poluída. Dependendo do tipo de construção

e das condições do clima, um destilador com uma bandeja de um metro quadrado purifica entre quatro e nove litros de água por dia. Sistemas montados na cisterna – gotejamento automático de cloro e sistema de filtro de carvão ativado – também são eficientes na purificação da água.

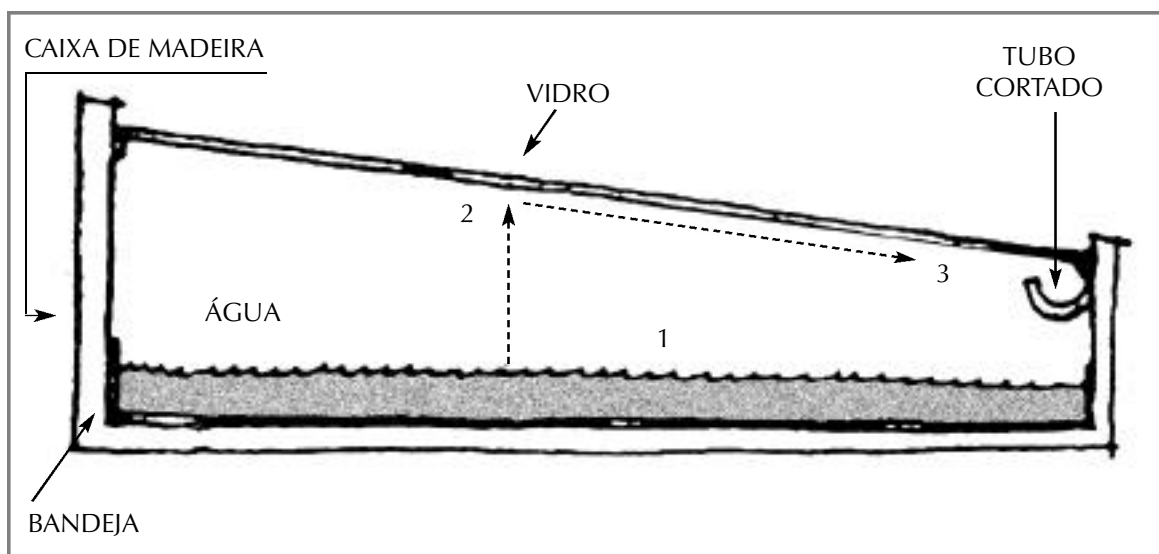
☐ **QUADRO 6**

**FUNCIONAMENTO DE DESTILADOR SIMPLES**

- Um destilador simples pode ser feito com uma bandeja ou um tabuleiro dentro de uma caixa de madeira com tampa de vidro.
- A caixa é mais alta de um lado para que as gotas possam correr para o lado mais baixo.
- A caixa deve ser bem vedada em volta da bandeja.
- Dependendo do tipo de construção e das condições do clima, um destilador com uma bandeja de um metro quadrado purifica entre quatro e nove litros de água por dia.
- Os raios do sol esquentam a água que evapora, quando o vapor chega ao vidro ele condensa e as gotas d'água escorrem pelo vidro (por causa da inclinação) até um tubo, cortado pelo meio.
- As gotas correm por este tubo, que deve estar inclinado até uma jarra, do lado de fora da caixa.

SEÇÃO 2  
5

✍ FIG. 4 – FUNCIONAMENTO DO DESTILADOR SOLAR



☐ QUADRO 7

**MONTAGEM DO DESTILADOR SOLAR**

**Como fazer um destilador solar:**

A **BANDEJA** é feita com uma chapa metálica de 130 x 90 cm.

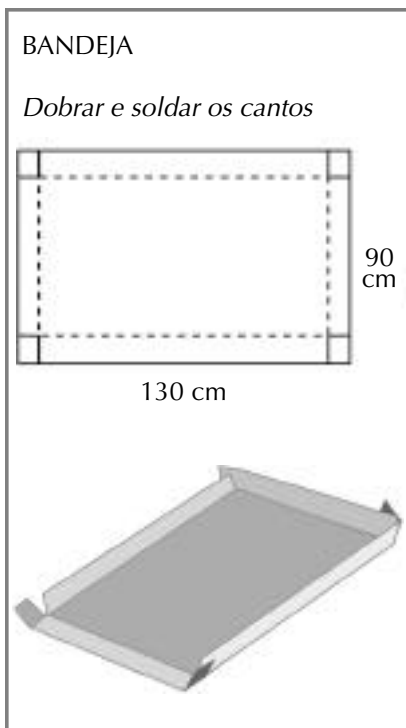
- ▶ Fazer as bordas com 5 cm e soldar bem os cantos.
- ▶ Pintar a bandeja por dentro de preto fosco e envolvê-la por fora com material isolante. Pode ser isopor (1 polegada de espessura), fibra de coco ou serragem.

Fazer uma **CAIXA COM COMPENSADO**. O lado mais baixo da caixa tem um cano cortado ao meio (de comprido) que sai por um dos lados da caixa. Por dentro a caixa deve ser pintada de branco.

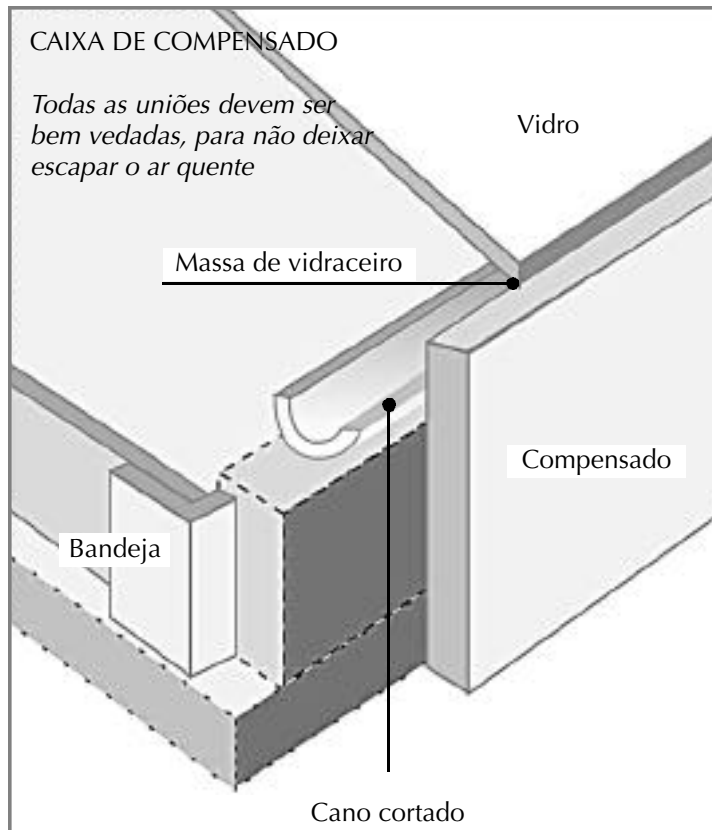
- ▶ Coloca-se um outro cano para a entrada da água não potável.
- ▶ Por cima, coloca-se o vidro (bastante limpo) com massa de vidraceiro.

SEÇÃO 2  
88

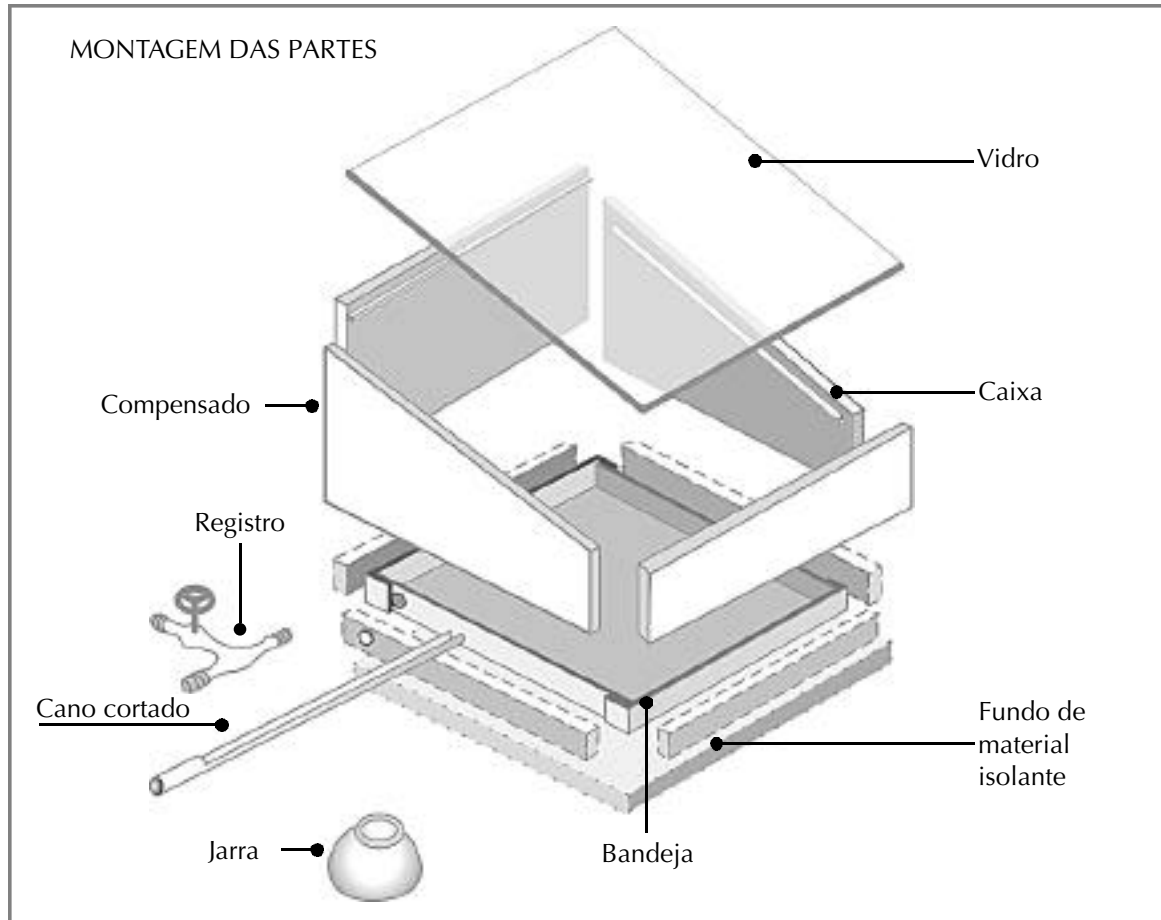
✍ **FIG. 5.1**  
DESTILADOR SOLAR



✍ **FIG. 5.2**  
DESTILADOR SOLAR



**FIG. 5.3**  
DESTILADOR SOLAR



SEÇÃO 2  
8

**ATENÇÃO:** Todas as emendas do destilador devem ser bem unidas para que o ar quente não escape.

**ERROS MAIS COMUNS:** nível da água muito alto (+ que 5 cm) / vidro muito alto / vidro com pouca inclinação / poeira no vidro / destilador na sombra.

**d) Tratamento de efluentes**

A necessidade de uma fossa provém da falta de esgotamento sanitário que requer suprimento de água encanada nas residências. Uma das inconveniências do esgoto é a falta de destinação correta do efluente e do lodo (ambos contaminados), comprometendo os lençóis freáticos e a saúde pública.

Para escolher qual tipo de sanitário utilizar, deve-se considerar:

- ☒ A quantidade de água disponível e;
- ☒ Se os dejetos serão usados como adubo.

A seguir são descritas algumas formas de tratamento de efluentes.

☐ **QUADRO 8a:**

**FORMAS DE TRATAMENTO DE EFLUENTES**

*Situações em que há transporte hídrico*

▲ **Utilização de Aguapé**

Trata-se de planta aquática que em tanques artificiais isolados, funciona como filtro biológico, recuperador de nutrientes lixiviados, matéria-prima para composto orgânico e até para a alimentação animal. Não deve ser utilizada em corpos abertos de água ou mesmo lagos que não sejam exclusivamente destinados ao tratamento de efluentes visto sua rápida proliferação (quanto mais sujo o ambiente, maior a proliferação). Em caso dos componentes poluidores possuírem alto teor tóxico, deve-se evitar o uso do excesso de biomassa da planta para adubo ou alimentação animal.

▲ **Fossa Absorvente**

É utilizada em locais servidos de água encanada, mas que não possuem sistemas de esgotos. Sua utilização é de curta duração, pois as paredes se contaminam facilmente.

▲ **Tanque Imhoff**

É composto de dois tanques: um para sedimentação e outro para digestão. A comunicação entre os dois é feita por uma fenda que dá passagem ao lodo.

▲ **Fossa Séptica**

É um tanque enterrado, fechado e impermeável, que recebe todo material procedente de sanitários, bem como água de banheiros, lavatórios, tanques e pias. É um tanque de sedimentação e digestão. O líquido escoar continuamente no sentido horizontal, permitindo que os materiais em suspensão se depositem no fundo. Dessa forma, o material recebe um tratamento compatível com a simplicidade e custo da fossa. Deve-se lembrar que esse sistema não purifica o esgoto, apenas reduz a carga orgânica a um grau de tratamento aceitável em determinadas condições.

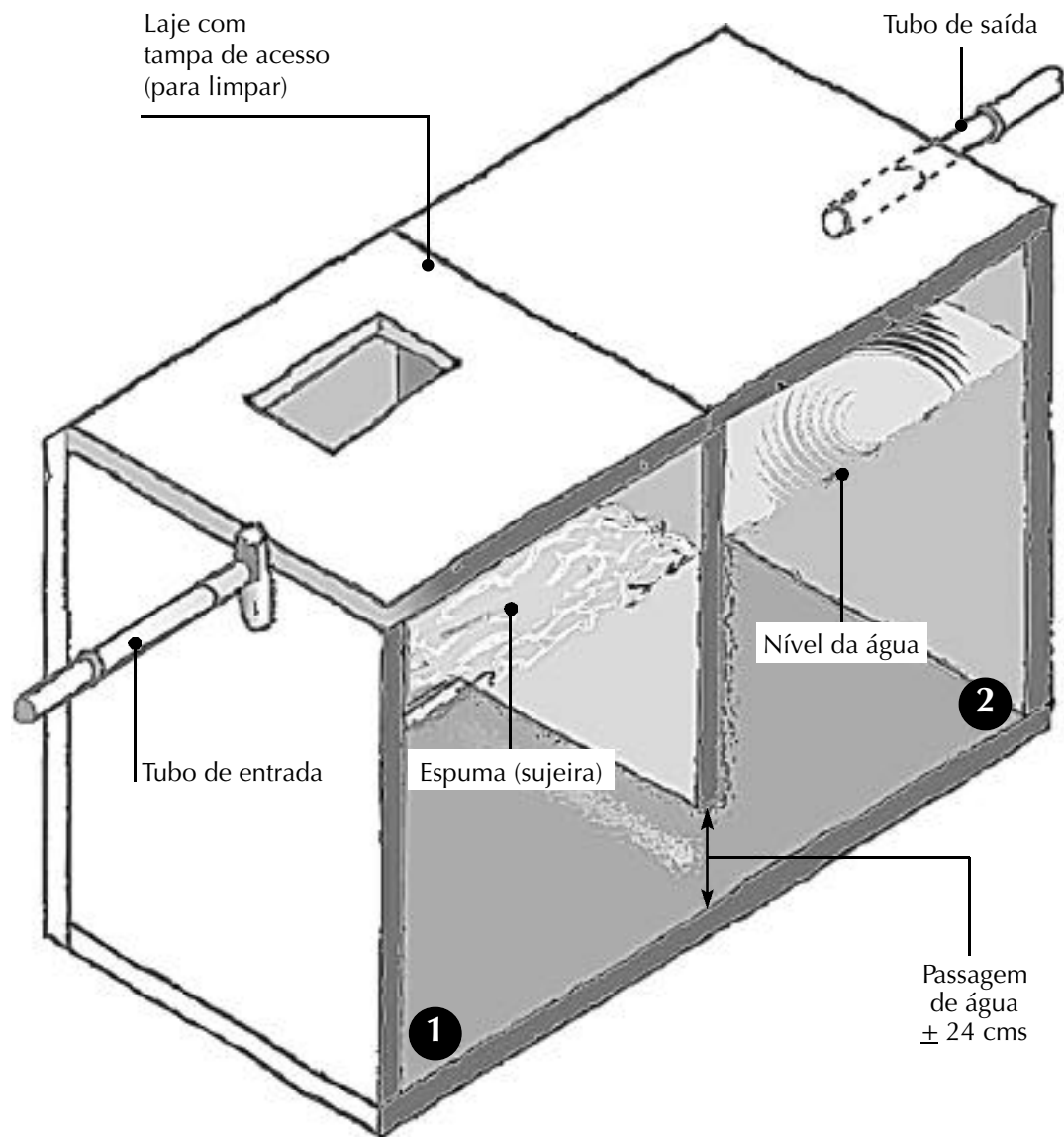
Existem basicamente três tipos de fossa séptica: câmara única, câmaras em série, câmaras sobrepostas. As de câmara única e em série apresentam a mesma eficiência de remoção de matéria orgânica, porém a câmara em série é utilizada quando se dese-

ja um efluente com baixo teor de sólidos suspensos. As fossas de câmaras sobrepostas são recomendadas para melhorar a digestão do lodo, fornecer maior flexibilidade operacional ao sistema e aumentar a eficiência de remoção da matéria orgânica.

FIG. 6

FOSSA SÉPTICA

(de duas câmaras)



A água suja entra em **1** e passa para a câmara **2**, deixando a sujeira flutuando na câmara de entrada.

Dimensões (aproximadas) da fossa: 1,00 m X 2,00 m X 1,20 de altura, para residência.



☐ QUADRO 8b

FORMAS DE TRATAMENTO DE EFLUENTES

*Situações em que não há transporte hídrico (fossa seca)*

- ▶ **Fossa Seca ou Privada Higiénica**  
 Consiste em uma escavação aberta no solo, devidamente protegida, distante do lençol freático pelo menos 1,5 m, com plataforma de piso e abrigo ou casinha, situada a pelo menos 15 metros do poço de abastecimento e na parte mais baixa do terreno.
- ▶ **Fossa Negra**  
 É a fossa seca que está a menos de 1,5 metro do lençol freático. É uma solução condenável, por contaminar o solo e a água, apesar de ser a fossa mais encontrada no meio rural. Só pode ser tolerada se o abastecimento não for do próprio lençol que está sendo contaminado e, quando construída, deve estar a mais de 45 metros de distância dos suprimentos de água. Também deve estar localizada na parte mais baixa do terreno.
- ▶ **Fossa Tubular**  
 É a fossa seca com diâmetro menor (ao invés de 0,90 m, mede cerca de 0,40 m).
- ▶ **Bason**  
 O princípio de funcionamento deste sanitário seco é o mesmo da compostagem, onde os dejetos animais são misturados ao lixo orgânico, sendo então decompostos por bactérias aeróbicas que trabalharão transformando toda a mistura em adubo. No Bason, a câmara de compostagem, completamente impermeável em toda sua volta, fica sob o assento. O material decomposto após certo período de tempo, apresenta redução de 90% em seu volume total. Assim periodicamente, uma ou duas vezes ao ano, se esvazia o compartimento inferior do Bason, podendo seu conteúdo ser incorporado ao solo, pois já está transformado em adubo de excelente qualidade. Vantagens: grande redução no uso de água potável, eliminando-se a necessidade de um sistema de tratamento de esgoto. (*Ilustração na página seguinte*)

SEÇÃO 2  
5

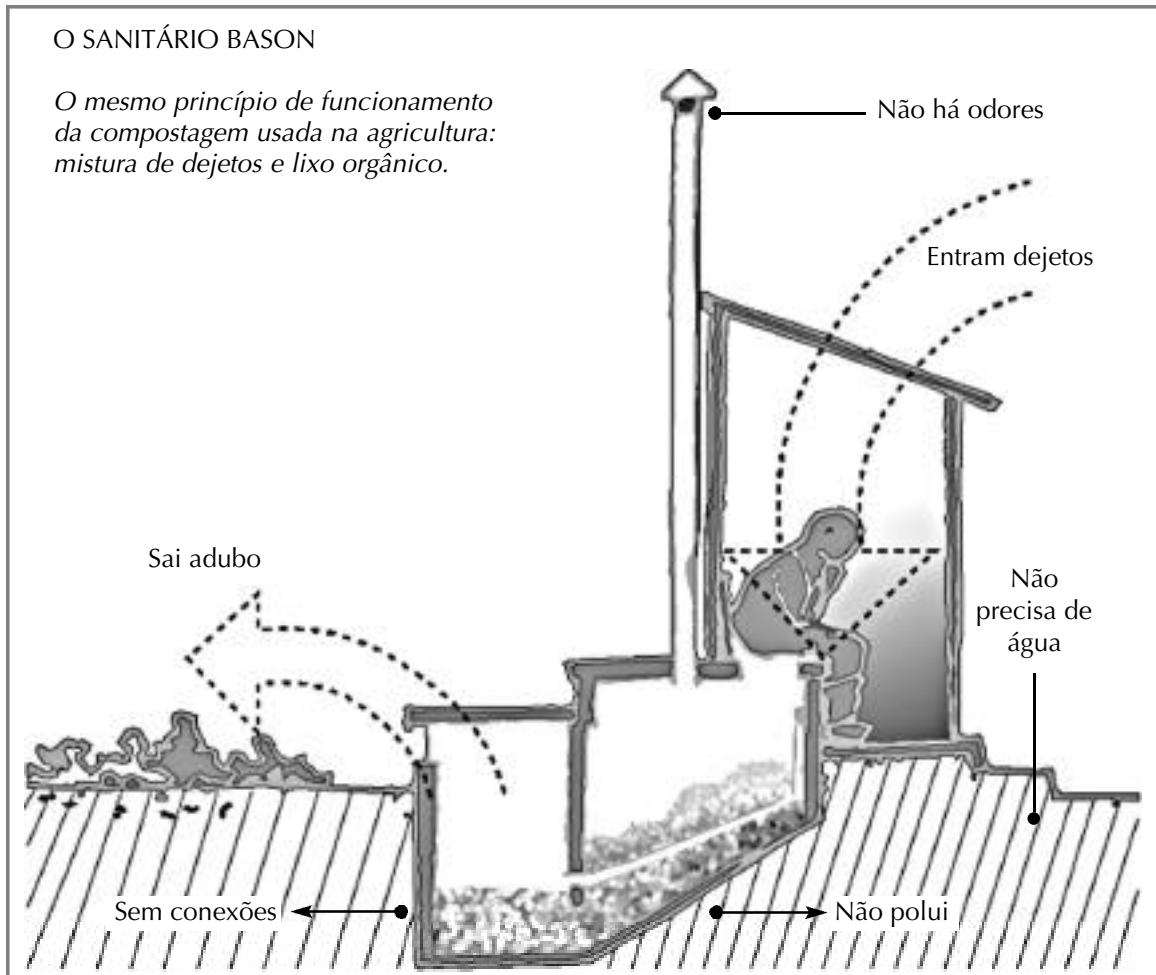
e) **Tratamento de resíduos sólidos**

No turismo, o setor de hospedagem é o maior consumidor de recursos naturais e materiais diversos, e também o maior gerador de resíduos. No ecoturismo, principalmente os pequenos empreendimentos do ramo hoteleiro, geram resíduos equivalentes aos domiciliares, porém em maior escala. São resíduos orgânicos e inorgânicos não perigosos. O dono de uma pousada, ou ecopousada, consciente dos problemas ambientais gerados pela disposição inadequada dos resíduos sólidos, pode, e deve, buscar alternativas para que os resí-

duos gerados tenham tratamento e/ou destino adequado.

Do ponto de vista ambiental, lixo e reciclagem devem ser palavras sempre associadas. Portanto, o primeiro passo é implantar a coleta seletiva, facilitando a reciclagem e a compostagem (ver quadro a seguir). A coleta deve ser feita da seguinte maneira: plásticos, papéis, alumínio, vidro e restos de alimento são coletados em recipientes separados. A partir daí, pode-se até pensar em um programa de educação ambiental, que envolva não somente o seu negócio, mas também a comunidade de entorno ou outros empreendedores locais. A coleta seleti-

FIG. 7



va pressupõe um programa de tratamento e reaproveitamento dos resíduos. Então, o lixo terá três possíveis destinos:

☒ **Compostagem** - Os restos de alimentos coletados podem passar pelo processo de compostagem, produzindo adubo orgânico a ser vendido, cedido para a comunidade ou utilizado na propriedade. Existem técnicas apropriadas para obter um composto de boa qualidade. Portanto, para empregar essas técnicas torna-se necessária a orientação de técnico especializado.

☒ **Reciclagem** - Plásticos, alumínio, metais, papéis e vidros são reciclados ou mesmo reutilizados. Todos os materiais

não aproveitados devem seguir para um aterro sanitário.

☒ **Disposição em aterro sanitário.**

Na página seguinte apresentamos de forma resumida as características das principais formas de tratamento de resíduos sólidos.

### 5. Sistemas alternativos de geração de energia

☒ **FOTOVOLTAICO**

O sol é a fonte primordial de energia, responsável por todas as formas de vida na terra. A transformação dessa energia gratui-

☐ QUADRO 9

FORMAS DE TRATAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

➤ **Aterro Sanitário**

Local onde são dispostos os resíduos sólidos, após tratamento adequado do solo, que deve ser impermeabilizado com sistema de drenagem para o chorume, evitando a contaminação do lençol freático. Nele podem ser depositados os resíduos inertes e não inertes. Os resíduos perigosos, como químicos (baterias), só podem ser dispostos em locais ou aterros específicos. Importante destacar que os aterros controlados devem ser o destino final da maioria dos resíduos, pois os outros métodos freqüentemente apresentam alguma escória.

➤ **Incinerador**

Local onde é feita a queima controlada dos resíduos sólidos. Esse processo transforma a maioria dos resíduos orgânicos e dos resíduos perigosos que não podem ser depositados nos aterros, como por exemplo os resíduos hospitalares. Porém, a incineração libera gases poluidores, e alguns tóxicos, devendo-se usar com ponderação.

➤ **Usina de Compostagem**

Local onde o lixo orgânico é separado do inorgânico e transformado em composto que pode ser usado como adubo ou ração. Esse método, além de proporcionar o reaproveitamento de material orgânico, reduz a quantidade de lixo depositado nos aterros e, pelo processo de separação dos resíduos, acaba por induzir o processo de reciclagem. Os resíduos são dispostos em pequenas pilhas, periodicamente mexidas, para que haja aeração do material, evitando a decomposição anaeróbica e produtos indesejáveis. Após dois ou três meses obtém-se o composto, material escuro, solto e leve, que é utilizado como adubo, fornecendo nutrientes (matéria orgânica) ao solo.

➤ **Reciclagem**

Método que promove a reutilização e transformação dos resíduos sólidos inertes, como alumínio, plástico, vidro e papel. A reciclagem, assim como a compostagem, pode diminuir significativamente o volume de resíduos nos aterros sanitários. Além disso, reaproveita matéria-prima, muitas vezes derivada do petróleo, e reduz o consumo de matéria-prima, energia elétrica e água dos seus processos produtivos, contribuindo para um melhor aproveitamento e conservação dos recursos naturais.

ta, não poluente e inesgotável em energia elétrica está ao alcance de todos. As placas solares de silício convertem diretamente luz do sol em eletricidade, que é armazenada em baterias para manter o sistema funcionando à noite ou em dias nublados.

A energia é utilizada para iluminação, telecomunicação, bombeamento d'água e

na maioria dos eletrodomésticos. Entretanto, não deve ser utilizada para refrigeração, pois a quantidade de energia necessária é bastante elevada e conseqüentemente o custo de produção da energia fica muito alto. Enquanto o acesso à tecnologia e seus altos custos não permitirem a ampla utilização do sistema fotovoltaico, para total pro-

dução de energia com adequada relação custo-benefício, é sugerida a utilização de energia fotovoltaica combinada com outro tipo, formando um sistema híbrido (fotovoltaica mais eólica ou hidráulica).

Um sistema fotovoltaico é composto de placas solares, baterias, regulador de carga e, quando necessário, um conversor de 12 para 110Volts. A sua vida útil é comprovadamente de 25 anos, exceto o sistema de baterias que tem vida útil bem menor. Não possui peças móveis, é de fácil e imediata instalação e dispensa manutenção. Garante total independência de cortes, racionamento, aumentos de preços, elimina riscos de falta de energia elétrica e dispensa a utilização de combustíveis fósseis (diesel ou gasolina).

Uma placa fotovoltaica não deve ser usada para aquecer a água. É muito comum confundir um coletor solar térmico (placa solar – ver item a seguir), que aproveita o sol para aquecimento de água, e uma placa fotovoltaica, que transforma a luz solar em eletricidade. É muito mais simples e barato aquecer a água usando diretamente um coletor térmico, ao invés de usar uma placa fotovoltaica para produzir eletricidade e depois transformá-la em calor.

#### ☐ PLACA SOLAR PARA AQUECIMENTO DE ÁGUA

Esse sistema consiste em placas solares com tubulações de cobre em seu interior, por onde circula a água a ser aquecida. O ideal é que as placas sejam fixadas sobre o telhado. O calor das placas expostas ao sol é transmitido para a água que circula em seu interior.

#### ☐ EÓLICO

A energia eólica é proveniente do aproveitamento do vento, que deve ser forte e constante para movimentar os moinhos. Embora não cause dano ambiental, tem o inconveniente de alto custo de instalação e apresentar baixo rendimento, sendo necessárias grandes estruturas para produzir



#### INFORMAÇÕES IMPORTANTES SOBRE PRODUÇÃO DE ENERGIA POR PLACAS FOTOVOLTÁICAS E CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA:

- ▲ A eletricidade produzida pelas placas é de 12 Volts em corrente contínua, que pode ser convertida para 110/220 Volts em corrente alternada.
- ▲ Para utilização em iluminação calcula-se uma placa para cada lâmpada tipo PL de 9 watts, que é suficiente para iluminar durante 15 horas.
- ▲ O custo de uma placa é de R\$ 600,00\*. Cada placa tem 36 células, que vão alimentar as baterias de 12 Volts. Para dimensionamento das placas, deve-se medir o consumo total em Ampères por dia. Geralmente os aparelhos trazem em suas especificações o consumo em Ampères.
- ▲ Para utilização em aparelhos de baixo consumo ampère/hora (iluminação, televisão, computador e rádio), o custo aproximado em células e acumuladores é de R\$ 5.000,00\*.

\* VALORES EM MEADOS DE 2000.

uma quantidade razoável de energia. Em locais voltados para o ecoturismo, deve-se considerar também o impacto visual que as grandes estruturas causam na paisagem. Assim como no caso dos sistemas fotovoltaicos, as grandes vantagens dos sistemas

☐ QUADRO 10

**EFICIÊNCIA DOS COLETORES SOLARES**

Cada pessoa utilizaria 100 litros de água por dia e cada coletor tem capacidade para aquecer 100 litros de água por dia, ou seja, para cada pessoa são 100 litros por dia e 1 coletor para cada pessoa. O coletor deverá ser direcionado ao norte magnético, ou no máximo a 34 ° à direita, que seria o norte geográfico. Existem dois sistemas disponíveis no mercado:

- ▶ **Termossifão** – depende da altura do telhado. Quanto mais alto, maior a eficiência.
- ▶ **Circulação forçada** – para utilização em casos de telhados mais baixos.

Para uma casa com 4 pessoas seriam utilizados 400 litros de água e o custo por sistema seria:

- ▶ **Termossifão** – R\$1.700,00
- ▶ **Circulação forçada** – R\$1.900,00

Em locais onde a incidência do sol é limitada, é aconselhável providenciar uma opção alternativa, que poderia ser a gás.

SEÇÃO 2  
5

eólicos são não gastar combustível e não poluir fisicamente o ambiente.

☐ HIDRÁULICO

A roda d'água é uma opção barata e útil para produzir energia. Numa pequena propriedade a roda d'água é suficiente para manter a iluminação da casa e o uso de eletrodomésticos. Este equipamento pode ainda acionar uma bomba de sucção, um moinho, um monjolo ou um picador.

☐ BIODIGESTORES

Um biodigestor é um depósito fechado onde se põe esterco e lixo com água. Seu funcionamento é um tanto trabalhoso, por isso, recomenda-se que só seja usado se a região não possuir fonte de energia elétrica ou a gás. Além disso, é preciso contar com um rebanho de animais para grande produção do esterco, usado para alimentar o biodigestor.

☐ FORNOS, FORNALHAS E LAREIRAS

O uso de fornos e lareiras para geração de calor também é um item a ser observado, pois quando mal dimensionados podem gerar desperdício de recursos, além de causarem poluição dos ambientes internos.

**COMO FAZER UM FORNO**

Por baixo das varetas do forno coloca-se carvão, retirado do fogo. O túnel entre o forno e a chaminé mede, em geral, 5 cm de diâmetro. Pode-se fazer um forno em conjunto com um fogão.

**Cuidados:**

- Depois de fazer os acabamentos, deve-se esperar mais dois dias para acender o forno.
- O cano da chaminé (ou cano de ventilação) não deve estar em contato com o madeiramento do teto. A chaminé deve ser limpa a cada seis meses, quando retiramos a brasa, para evitar incêndios.

☐ QUADRO 11

CONSTRUÇÃO DE UMA RODA D'ÁGUA

**Como fazer uma roda d'água**

MATERIAL NECESSÁRIO:

- ☐ 32 retângulos de madeira de 2 cm de espessura com 40 cm de comprimento por 23 cm de largura
- ☐ 32 sarrafos com 3 cm de espessura , 175 cm de comprimento e 5 cm de largura
- ☐ 2 chapas de ferro com 3 mm de espessura
- ☐ 32 parafusos zincados de 8 cm por 0,5 cm de espessura
- ☐ 32 parafusos zincados de 6 cm por 0,5 cm de espessura
- ☐ 1 eixo central de ferro maciço de 1,5 polegada com 3 m de comprimento
- ☐ 1 dínamo de caminhão
- ☐ 1 conjunto de polias

É aconselhável usar sempre madeira resistente, como a peroba, em qualquer parte da construção. Isso, bem como a pintura, aumenta a durabilidade da roda d'água. É preciso manter uma uniformidade nas dimensões das peças, para não criar um desequilíbrio no conjunto, principalmente nas pás. Você pode utilizar polias e correias trapezoidais mais baratas e fáceis de encontrar.

MANEIRA DE FAZER:

*Instalar firmemente no solo os troncos de eucalipto enterrados até 2 m de profundidade. Calcular um altura de 1,70 m a partir de um ponto dentro d'água do córrego, onde as pás tocarão a água. Medir uma distância de 2,70 m a partir de um ponto no centro dos troncos. O eixo da roda d'água será encaixado entre os dois e sobre as canaletas ou o córrego. Após cortar os 32 retângulos de madeira e os 32 sarrafos, para formar as pás da roda d'água fixar os retângulos nos sarrafos com os parafusos zincados de 6 cm por 0,5 cm de espessura. Prender as pás nas chapas de ferro com parafusos zincados de 8 cm por 0,5 cm de espessura, fazendo os furos para os parafusos na chapa de forma circular. Fixar com solda o eixo central às chapas, com as pás já presas, calculando uma distância de 1 m num lado a partir do ponto de fixação. Nesse lado maior do eixo irão presas as barras de ferro e a polia. Ajustar a cada três pás um reforço de sarrafos (iguais aos das pás). Esses reforços também fixarão, com parafusos, ferros colocados no lado maior do eixo (mãos francesas) que estarão soldados no eixo. Fixar a polia depois da solda e antes do limite do tronco. Apoiar o eixo nos troncos de eucalipto com rolamentos acoplados a mancais que deverão ser engraxados para que não haja fadiga precoce. Fixar dois parafusos, 1 de cada lado dos rolamentos, para não haver deslizamento do eixo na horizontal. A velocidade da roda d'água será a mesma do fluxo da água que a faz girar. Para a produção e armazenamento de eletricidade pode ser usado um dínamo de caminhão, que ligado ao conjunto das polias poderá carregar uma bateria de 12 Volts. Isso pode ser calculado a partir de uma velocidade de 14 rotações por minuto (rpm) na roda d'água, que seria transformada em 373 rpm no dínamo (0,5 HP-10 Volts). Desse modo a bateria seria carregada em menos de um dia e sua energia acumulada seria suficiente para a iluminação da casa e consumo de eletrodomésticos.*

☐ QUADRO 12

**CONSTRUÇÃO DE UM BIODIGESTOR DE BARRIL**

***Como fazer um biodigestor de barril***

Pode-se fazer um depósito com dois barris. Depois de algumas semanas colocando esterco e lixo orgânico, já haverá gás metano, que poderá ser utilizado para cozinhar. Um biodigestor de barril é composto por:

- a) barril de 200 litros (sem a tampa)
- b) barril de 120 litros (s/ o fundo)
- c) válvula de uma polegada
- d) mangueira
- e) coletor de sujeira
- f) válvula de escape da pressão
- g) queimador de gás

O coletor de dejetos é feito com uma lata de metal com tampa. No fundo da lata são soldados dois canos, um de uma polegada e outro de  $\frac{1}{4}$ . O lodo é recolhido por baixo e, de vez em quando, é retirado por cima.

A válvula de escape da pressão impede que ocorra uma explosão no barril, ela é feita com um frasco ou garrafa, de 20 cm de altura. Dentro, coloca-se um cano de  $\frac{1}{4}$  de polegada, em forma de T; enche-se o frasco com 20 cm de água e liga-se a mangueira em "T" às duas mangueiras de  $\frac{1}{4}$  de polegada.

O queimador é feito com um cano de  $\frac{1}{2}$  polegada e 50 cm de comprimento.

Em um extremo, solda-se um pedaço de cano de  $\frac{1}{4}$  de polegada para ligar a mangueira.

Deve-se colocar um parafuso com braçadeira na mangueira, para regular a chama.

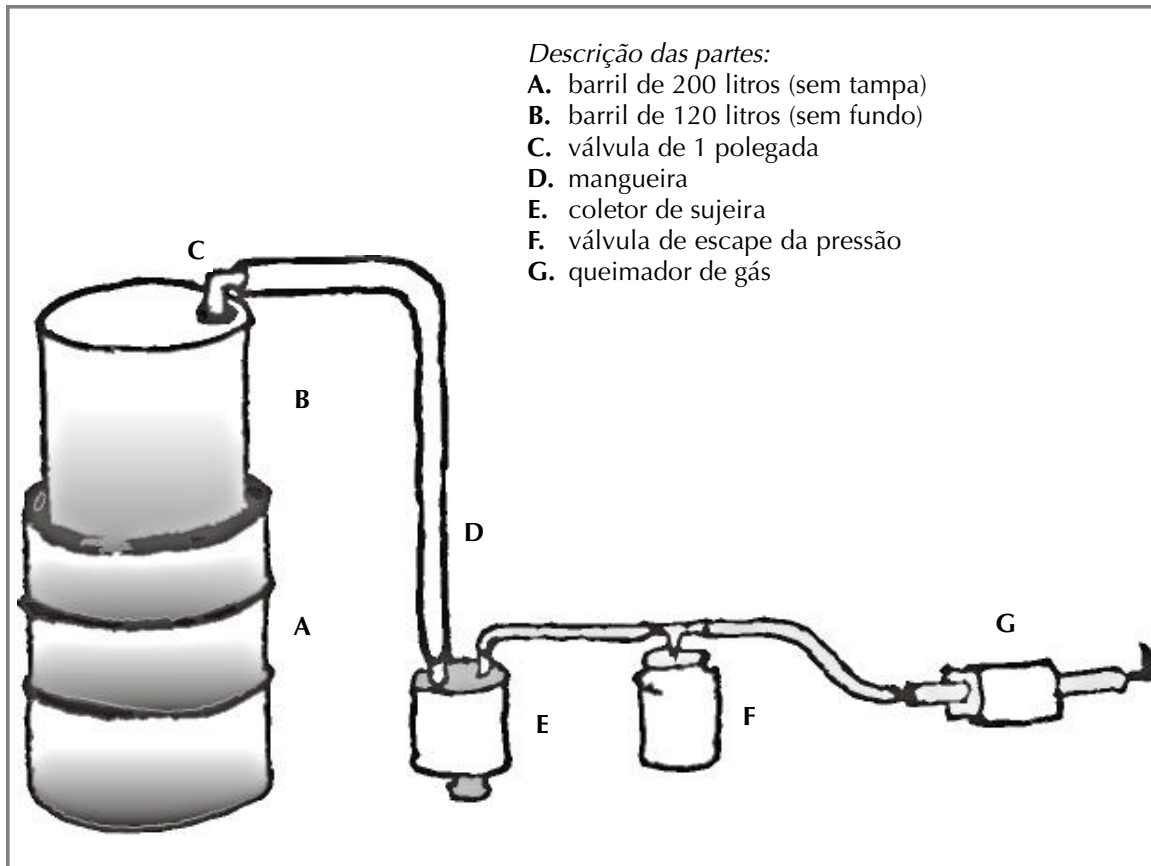
O cano passa por um bloco de argila, para que permaneça fixo.

**FUNCIONAMENTO DE UM BIODIGESTOR DE BARRIL**

*Para fazer o biodigestor funcionar, siga estes procedimentos:*

- Encha uma parte do barril com a mistura de algum composto em funcionamento. Sem essa mistura, o processo de decomposição levará vários meses. Encha o resto do barril com esterco e água quente;
- Abra a válvula e empurre o barril pequeno para baixo até o fim. Feche a válvula. Já não haverá ar no barril;
- Depois de algumas semanas o barril começará a ficar cheio de gás e subirá pouco a pouco;
- CUIDADO! Nunca queime a primeira quantidade de gás, pois se houver ar misturado haverá uma explosão. Então deixe escapar um pouco do primeiro gás. Empurre novamente o barril menor para baixo, feche a válvula e espere que suba novamente. Agora sim, estamos certos de que não há ar misturado ao gás;
- Para queimar o gás, abra o parafuso um pouquinho e acenda um fósforo perto do cano de saída. Pode ser que não acenda logo. Deixe escapar o gás e espere mais uma semana para acumular mais.

 **FIG. 7 – UM BIODIGESTOR DE BARRIL**



### COMO FAZER UMA LAREIRA

Uma lareira é composta por: caixa ou câmara de fogo, coifa, duto e chaminé. A lareira deve ficar numa parede interna, para não perder o calor. Se for bastante usada, pode ser embutida uma serpentina na chaminé para esquentar a água.

Importante salientar que as dimensões da lareira devem ser definidas de acordo com o volume do ambiente a ser aquecido. As laterais e os fundos devem ser ligeiramente inclinados, para que o calor do fogo não suba todo pela chaminé e seja refletido para o espaço do cômodo para aque-

cê-lo melhor.

Para que a fumaça saia pela chaminé e não se espalhe pelo ambiente, fazemos uma “prateleira” na base da chaminé.

Outros modelos de lareira, mais alternativos, também podem ser utilizados. As lareiras de barro, por exemplo, produzem muito calor usando pouca lenha. São feitas de barro misturado com pedaços de cerâmica triturada.

Também pode-se fazer uma lareira de barril, onde em um barril de 120 litros faz-se uma porta para colocar a lenha e retirar as cinzas e uma abertura para a fumaça, onde deve-se soldar um cano de lata.



Os erros mais comuns na construção de uma lareira:

- ▲ escolha do material a ser utilizado;
- ▲ fumaça espalhada por falta de câmara de fogo;
- ▲ chaminés mal dimensionadas.

## 6. Áreas de Acampamento

O segundo tipo principal de infra-estrutura de apoio ao ecoturismo que merece atenção especial é a área de acampamento ou *camping*. A principal finalidade de uma área de acampamento é criar uma atmosfera que possibilite experiências positivas para o turista, no que se refere aos aspectos físicos, sociais e psicológicos. Para tanto, deve-se levar em conta a capacidade da área para sustentar o uso planejado com mínimo desequilíbrio e degradação do ambiente.

### □ CLASSIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE CAMPING

Com base no trabalho de J. A. Wagar, elaborou-se uma classificação de acordo com a realidade brasileira, baseada nos padrões de uso pelos visitantes:

#### a) **Área de camping para Viajantes em Trânsito:**

Área planejada para o visitante de uma noite. Deve satisfazer necessidades como banho, lavagem de roupa, depósito de lixo e alimentação. Como geralmente o visitante faz uso de um veículo, a localização deste tipo de área de *camping* deve ser próxima à rodovia principal. Não há preocupação com planejamento de atividades ou programas, uma vez que a intenção do viajante é apenas se hospedar de maneira simples, em íntimo contato com a natureza, com conforto e segurança.

#### b) **Área de camping Central:**

Área planejada para oferecer uma gama de serviços, lembrando que o visitante usa a área como um quartel-general, daí saindo (geralmente com o veículo) para passeios de um dia, retornando para o pernoite. Deve

estar localizada o mais eqüidistante possível dos diversos atrativos da região e também satisfazer necessidades como banho, lavagem de roupas, alimentação, aquisição de mercadorias (por exemplo, deve possuir um mini-mercado). Ao mesmo tempo que há necessidade de um desenvolvimento físico razoável do local, deve-se manter o máximo possível suas características naturais originais.

#### c) **Área de camping de Longo Prazo:**

Assim como o *camping* central, este também é planejado para oferecer uma gama de serviços para acomodar visitantes, só que por períodos de tempo mais extensos. A ênfase desse tipo de *camping* está centrada nas atividades inerentes ou associadas à área, tais como pesca, contemplação, natação, caminhadas curtas, escaladas, práticas esportivas, atividades lúdicas, etc.. O *camping* e suas proximidades são o centro das atividades. Como no *camping* central, a manutenção de um ambiente natural é bastante desejável.

#### d) **Área de camping Selvagem :**

Este tipo de *camping* é desenvolvido para oferecer um mínimo de facilidades básicas, pode ser planejado para permitir o acesso de veículos motorizados, muito embora na maioria das vezes seja localizado em áreas desprovidas de estradas para atrair os aventureiros praticantes de caminhadas, cavalgadas, canoagem, ciclismo de aventura, etc.. O planejamento é baseado em mínima alteração do local e baixos custos de manutenção e proteção. As facilidades devem limitar-se ao preparo de locais para barracas, mesas e bancos rústicos para piquenique, local para fogueira protegido por um círculo de pedras, banheiros rústicos com fossas adequadas e abastecimento de água potável. Este é o chamado *camping* de mínimo impacto.

### □ TIPOS DE ÁREAS DE CAMPING

Abaixo são apresentadas cinco sugestões de projetos para áreas de acampamento

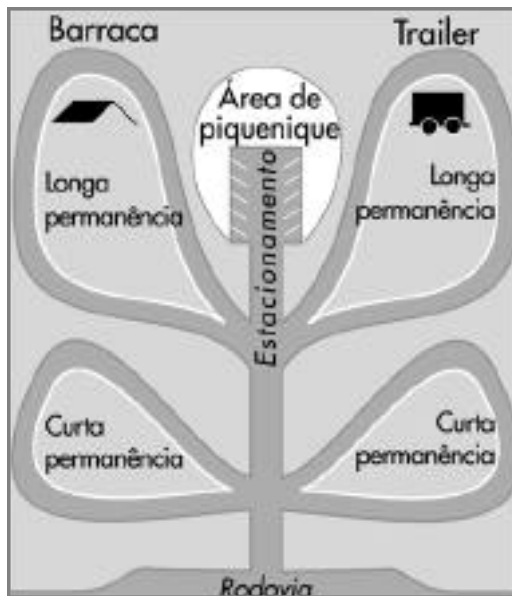
(Juvenbille, 1976). As figuras correspondentes encontram-se na seqüência.

**a) Multi-loop:**

Pode ser utilizado para *camping* do tipo central, longo prazo e para viajantes em trânsito (figura 8).

✍ FIG. 8

CAMPING TIPO MULTILOOOP



✍ FIG. 9

PARA VIAJANTES EM TRÂNSITO



**b) Para viajantes em trânsito:**

O modelo apresentado na figura 9 pressupõe uma expansão futura.

**c) Selvagem para mochileiros:**

O modelo da figura 10 é uma sugestão para apoio a visitantes trilheiros (mochileiros).

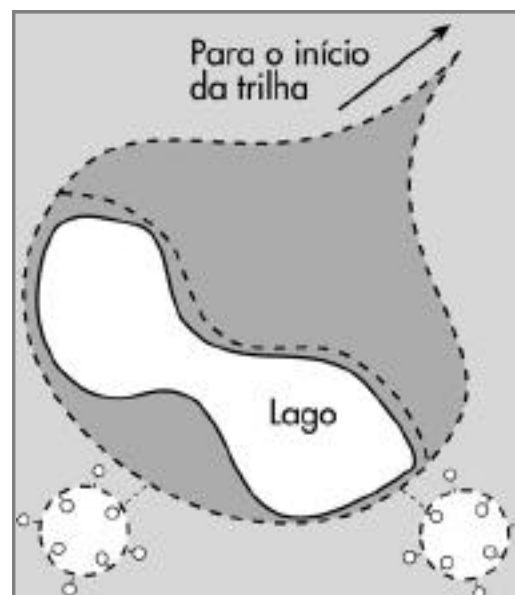
**d) Para grupos:**

Apresenta-se um modelo para grupo único e um projeto conceitual de *camping* para multi-grupos (figuras 11 e 12).

**e)** Apresenta-se ainda uma área específica para *trailer* (figura 13) e um projeto de uma unidade padrão para se instalar uma barraca e estacionar o respectivo veículo (figura 14).

✍ FIGURA 10

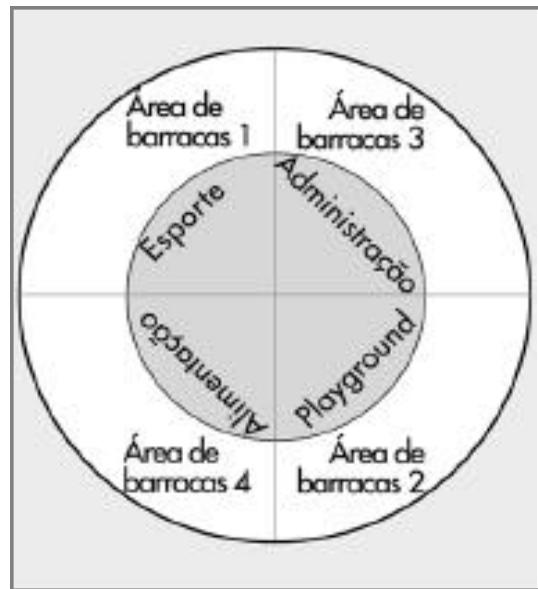
SELVAGEM PARA MOCHILEIROS



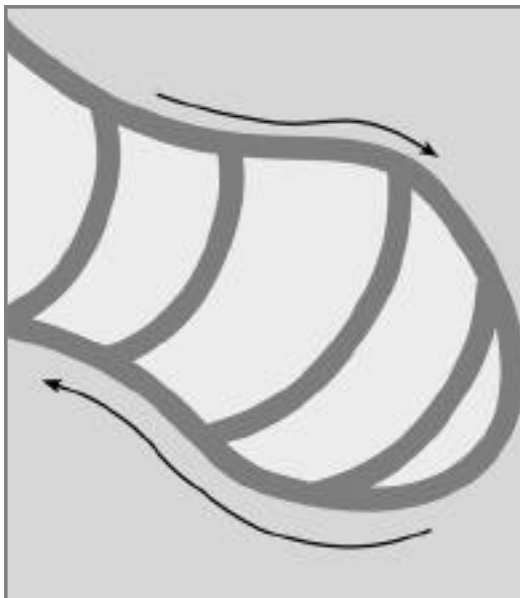
**FIGURA 11**  
CAMPING PARA GRUPO ÚNICO



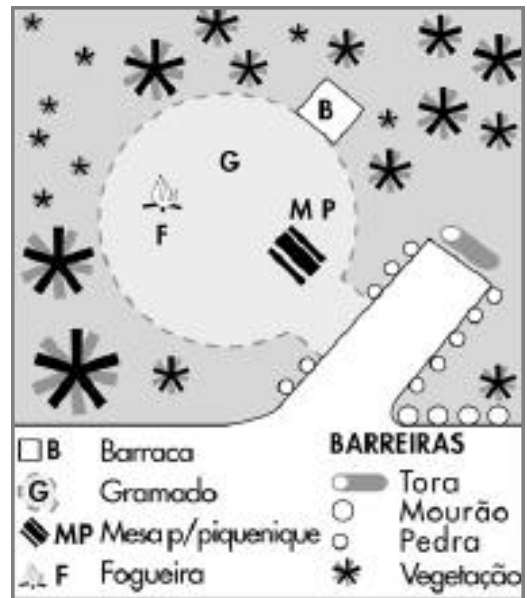
**FIGURA 12**  
CAMPING PARA MULTIGRUPOS



**FIGURA 13**  
ÁREA TIPO LOOP. PARA TRAILER



**FIGURA 13**  
UNIDADE PADRÃO PARA ÁREAS DE CAMPING



FATORES A SEREM CONSIDERADOS  
NA IMPLANTAÇÃO DE UM *CAMPING*

Os seguintes fatores devem ser levados em consideração quando do planejamento e implantação de uma área de *camping*.

**a) Seleção do local**

Deve-se observar fatores como tamanho da área, facilidade de acesso e privacidade para grupos individuais. Estima-se que para suportar 100 campistas é necessária uma área de 40 ha, considerando-se as construções administrativas (guarita, escritório, casa do guarda-*camping*), acomodações para campistas (área para estacionamento, barracas, banheiro e cantina), bem como áreas ao ar livre para atividades recreativas e educativas.

**b) Diversidade topográfica e ecológica**

A diversidade topográfica valoriza a paisagem e a ecológica favorece atividades educativas. Caso seja necessário algum tipo de nivelamento de terreno deve-se abdicar de maquinário pesado e optar-se por ferramentas convencionais.

**c) Inclusão ou proximidade de atrativo natural e ou cultural.**

**d) Utilidades e comunicações**

Deve-se atentar para o abastecimento e distribuição adequados de água, tratamento de efluentes, abastecimento de energia elétrica ou a gás, tratamento de resíduos sólidos (lixo), madeira para fogueira etc. Com relação à comunicação externa, deve-se considerar a possibilidade de serviços telefônicos e de correio. É também importante observar a proximidade com pontos de abastecimento de hortifrutigranjeiros para cantina e campistas.

7. Equipamentos Complementares

**A**lém dos elementos principais de infra-estrutura mencionados em mais detalhes nos pontos acima, há outros elementos, ou

tipos de infra-estrutura e equipamentos que, ao serem implementados, valorizam locais ou empreendimentos voltados ao ecoturismo. Abaixo apresentamos brevemente os mais comuns.

OBSERVATÓRIO

Originalmente utilizados para observação do céu, são locais especialmente designados por sua paisagem privilegiada e usados para observação de maneira geral, como um local estratégico em um parque, onde pratica-se a observação de aves.

MIRANTE

Por definição, entende-se como mirante um ponto elevado de onde se descortina amplo horizonte, possibilitando a apreciação de vistas panorâmicas. Pode ser um local desabrigado ou contar com pequena edificação ou torre de observação. Atualmente, mirantes especialmente construídos para observação de aves são bastante comuns. Em matas abertas ou fechadas, as estruturas devem ser discretas, camufladas e possuir pequenas janelas de observação.

QUIOSQUES

Qualquer tipo de edificação, em locais públicos ou privados, utilizados como abrigo, apoio às atividades recreativas, descanso, alimentação ou reunião de pessoas.

PASSARELAS PELA COPA DAS ÁRVORES  
(*Canopy walkway*)

Passarelas são pontes suspensas na altura da copa das árvores. São utilizados diversos tipos de materiais na construção, como madeira da própria região, preferencialmente de área de reflorestamento. Esse tipo de equipamento facilita a visualização de pássaros, primatas e outros animais que usam o "andar" superior da floresta, bem como flores e frutos de grandes árvores.

CENTRO DE VISITANTES

O Centro de Visitantes, seja em uma Unidade de Conservação ou em uma região onde a visitação pública é compatível, é um

espaço que concentra a coordenação das atividades de uso público. É uma estrutura de grande valor educativo, recreativo e informativo, capaz de orientar o ecoturista para um melhor proveito de sua visita.

Seu objetivo é receber, orientar, educar e conduzir o público, por meio de atividades de trabalho e comunicação. As atividades aí desenvolvidas devem despertar o interesse e sensibilidade do público para o trato com as questões ambientais. Um Centro de Visitantes pode possuir um conjunto de componentes. Segue abaixo a descrição de alguns:

**a) Sala de recepção e informação:**

Espaço onde o visitante receberá breve orientação sobre as atividades e serviços oferecidos pelo Centro ou pela unidade de conservação ou região em geral.

**b) Sala de exposições ou museu:**

Destinada a informar o visitante sobre as características da região de uma forma geral, sua fauna e flora, as culturas locais, por meio do uso de painéis, fotografias, objetos, animais empalhados, jogos interativos e outros recursos visuais que despertem o interesse do visitante.

**c) Auditório:**

Equipado com aparelhos audiovisuais (televisão, vídeo, projetor de slides, sistema de som etc.) para realização de palestras, conferências, apresentação de grupos teatrais, musicais, cursos comunitários etc. Na medida do possível, essa sala deve ter tratamento acústico. Pode também ser anexo ao Centro de Visitantes, ao ar livre ou coberto por tendas.

**d) Biblioteca:**

Com um acervo mínimo sobre a região e seu ecossistema, dispendo de serviços de consulta e empréstimo de livros, a biblioteca deve beneficiar principalmente as comunidades locais. Se possível, pode ter um arquivo de fotos e slides.

**e) Sala de monitores:**

Espaço de trabalho para o pessoal envolvido com a condução de grupos e monitoria ambiental, bem como com sua programação e coordenação.

**f) Venda de souvenirs:**

É recomendado que se destine um pequeno local para venda de camisetas, broches, bonés, adesivos, artesanato local, postais, fotos etc.. Inclusive como forma de gerar recursos para a manutenção do Centro e para os produtores locais.

**g) Sala de equipamentos:**

Sala com espaço suficiente para o acondicionamento de equipamentos e materiais utilizados no Centro. É recomendável o controle de umidade e temperatura.

**h) Outros:**

Deverá também prover facilidades como sanitários, bebedouros, lixeiras, depósito de materiais de limpeza. Se for o caso, pode ainda ter uma pequena cozinha para facilitar a alimentação dos funcionários do Centro.

**IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES**

A busca por tecnologias 100% eficientes, em termos de técnicas, materiais e mão-de-obra, é desejável mas pode se tornar um tarefa impossível, principalmente na questão energética. Se dentro de uma lista de ecotécnicas desejadas na implantação de seu projeto, a maior parte puder ser contemplada, já será um grande avanço. Mesmo se esta área não for o ponto forte do empreendimento, mas outros procedimentos estão sendo contemplados, com amplos benefícios para a comunidade ou para a conservação de áreas protegidas, seu projeto poderá ter status de sustentável.

É importante, então, enaltecer suas qualidades para os visitantes. Por exemplo, um pequeno quadro em lugar de destaque, demonstrando todas as suas ações na área,

com fotos e textos, pode vir a ser um elemento de educação do visitante e de valorização de seu projeto perante os concorrentes.

Por fim, o rápido avanço da tecnologia na área de ecotécnicas tende a reduzir os custos de materiais e de implantação.

□ ENTIDADES DE REFERÊNCIA:

O Instituto de Tecnologias Intuitivas e Bio-Arquitetura (TIBA), o Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado (IPEC), o Instituto de Permacultura da Bahia e o Instituto DOMO são entidades conceituadas, formuladoras e aplicadoras de técnicas alternativas para construção de infraestrutura e equipamentos de baixo impacto.

TIBA – Instituto de Tecnologias Intuitivas e Bio-Arquitetura

Rua Roquete Pinto, 20 A – Urca –  
Rio de Janeiro / RJ – 22.291-210  
Fones: (21) 2244-5930  
E-mail: [tiba@tiba.org.br](mailto:tiba@tiba.org.br)  
Home-page: [www.tiba.org.br](http://www.tiba.org.br)

IPEC – Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado

Fones: (62) 331 1529 ou  
(61) 353-2080  
E-mails: [ipec1@terra.com.br](mailto:ipec1@terra.com.br) e  
[recycle13@hotmail.com](mailto:recycle13@hotmail.com)

Instituto de Permacultura da Bahia

Contato: Marsha Hanzi  
E-mail: [hanzibra@svn.com.br](mailto:hanzibra@svn.com.br)

Instituto DOMO de Tecnologias Sustentáveis

Contato: Maurício Lima  
E-mail: [institutodomo@yahoo.com.br](mailto:institutodomo@yahoo.com.br)  
Fone: (61) 9975-7075

**V. BIBLIOGRAFIA**

ANDRADE, Waldir Joel de, *et al.*. 1998. Eco-Técnicas. In Curso de Formação de

Guarda-Parque para Unidades de Conservação. São Paulo: SENAC.

BATALHA, B. H. L. 1989. Fossa Séptica. CETESB, 2ª Ed. Série Manuais. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente de São Paulo.

BORGES, J.M & SANTOS, O dos. 1979. Programa de Construções em áreas Silvestres. Mimeo.

CARUANA, R. s.d. Critérios de Arquitetura para o Turismo Ecológico no Brasil. Trabalho apresentado no curso de Pós-Graduação em Ecoturismo do SENAC. São Paulo: s.ed.

CEDEC. 1997. Consumo, Lixo e Meio Ambiente. Edição especial. São Paulo: CETESB.

CETESB. 1991. Tratamento de Resíduos Sólidos. Compêndio de Publicações. São Paulo: CETESB.

FERNANDES, J.R.C & PANZARINI, L.V.. 1998. Pousadas. Trabalho apresentado no Curso de Formação de Guarda Parque/SENAC. São Paulo: s.ed.

IBDF-MA/FBCN. 1982. Plano de Uso Público do Parque Nacional do Iguaçu. Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal/Fundação Brasileira para Conservação da Natureza: Brasília, DF.

JUBENVILLE, A.. 1976. Campground planning. In Outdoor recreation planning. University of Wyoming. W.B. Saunders Company: Philadelphia, USA.

LENGEN, JOHAN VAN. 1996. Manual do arquiteto descaço. Rio de Janeiro: Tibá e Papéis e Cópias.

PALEY, M.C & CARMO, P.M et alli. 1997. Proposta de Implementação da Agenda 21 para o Município de São Paulo \* Resíduos Sólidos. Trabalho apresentado no curso de Especialização em Engenharia de Controle da Poluição Ambiental da Faculdade de Saúde Pública/USP. São Paulo: faculdade de Saúde Pública.

EDITORES. 1998. Não deixe o calor da lareira escapar. In Arquitetura & Construção. Revista mensal. São Paulo: Editora Abril, julho, 56-59p.



# 6. Implantação e manejo de trilhas

Waldir Joel de Andrade

SEÇÃO 2  
6

## I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo é apresentar subsídios para a capacitação em técnicas de levantamento, mapeamento, implantação e manutenção de trilhas, observando-se as peculiaridades do ecossistema e da cultura local.

## II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

A principal função das trilhas sempre foi a de suprir a necessidade de deslocamento. No entanto, pode-se verificar que ao longo dos anos houve uma alteração de valores em relação às trilhas.

De simples meio de deslocamento, as trilhas surgem como novo meio de contato com a natureza. A caminhada incorpora um novo sentido e recebe um grande número de adeptos.

Atualmente uma das principais atividades em ecoturismo é a caminhada em trilhas e suas variantes. As trilhas oferecem aos visitantes a oportunidade de desfrutar de uma área de maneira tranqüila e alcançar maior familiaridade com o meio natural. Trilhas bem construídas e devidamente mantidas protegem o ambiente do impacto do uso, e ainda asseguram aos visitantes maior conforto, segurança e satisfação. Terão papel significativo na impressão que o visitante levará sobre a área e a instituição que a gerencia.

Após mais de 50 anos de criação do primeiro Parque Nacional, o Brasil não tem ainda um sistema nacional ou estadual de

trilhas em unidades de conservação devidamente implantado.

As trilhas existentes, principalmente de longa distância, não recebem manutenção adequada, quase todas sofrem o problema de erosão e há pontos críticos com relação à segurança. Surgem não se sabe de onde e freqüentemente desaparecem, tomadas pelo mato, devido ao desuso. Algumas ainda apresentam bifurcações que não levam a lugar algum. Some-se a isso a constante ausência de mapas, sinalização e meios interpretativos.

Este capítulo oferece orientações para auxiliar técnicos, proprietários e gestores de unidades de conservação de todos os tipos a não incorrerem na mesma falha.

Com o desenvolvimento adequado de trilhas e o aumento da consciência de que trilhas em unidades de conservação ou outras áreas onde se pratica o ecoturismo não são apenas picadas improvisadas, espera-se que não só novas áreas sejam abertas de forma correta, mas também que seja remediada a situação das áreas desenvolvidas de forma incorreta.

## III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Esta seção tratará dos seguintes tópicos:

1. *Classificação de trilhas.*
2. *Impactos ambientais decorrentes da implantação e uso de trilhas.*
3. *Planejamento de trilhas.*
4. *Implantação.*
5. *Manutenção.*



### 1. Classificação de trilhas

Podemos classificar as trilhas quanto à função, forma e grau de dificuldade.

#### □ Quanto à função

As trilhas são utilizadas em serviços administrativos – normalmente por guardas ou vigias, em atividades de patrulhamento (a pé ou a cavalo) – ou pelo público visitante, em atividades educativas e/ou recreativas. Nestes casos, podem ser divididas em trilhas de curta distância, as chamadas "trilhas interpretativas" (*Nature Trails*) ou de trilhas selvagens e de longa distância (*Wilderness Trails*).

Trilhas de curta distância apresentam caráter recreativo e educativo, com programação desenvolvida para interpretação do ambiente natural. Já as de longa distância valorizam a experiência do visitante que busca deslocar-se por grandes espaços selvagens, como as viagens de travessia pela região. Um exemplo clássico em nosso país é a travessia Petrópolis – Teresópolis, através do Parque Nacional de Serra dos Órgãos, no Rio de Janeiro. Lembra-se que a interpretação ambiental deve ocorrer nos dois tipos acima citados, mudando-se apenas os meios (ver capítulo *Interpretação Ambiental*).

#### □ Quanto à forma

##### a) Trilha Circular

A trilha circular oferece a possibilidade de se voltar ao ponto de partida sem repetir o percurso no retorno. Pode-se também definir um sentido único de uso da trilha, o que permite que o visitante faça o percurso sem passar por outros visitantes no sentido contrário (FIG. 1).

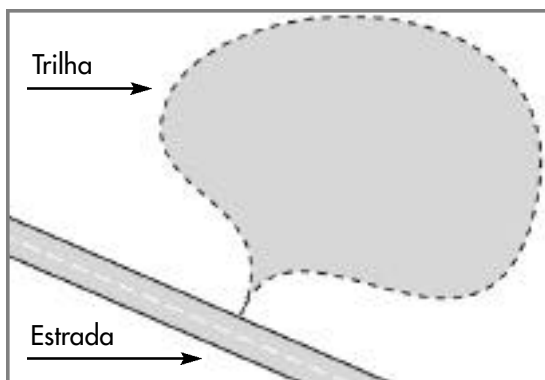
##### b) Trilha em Oito

Essas trilhas são muito eficientes em áreas limitadas, pois aumentam a possibilidade de uso desses espaços (FIG. 2).

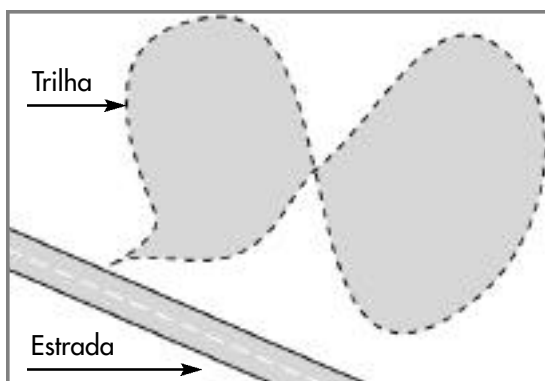
##### b) Trilha Linear

Esse é o formato de trilha mais simples e comum. Geralmente seu objetivo é conectar

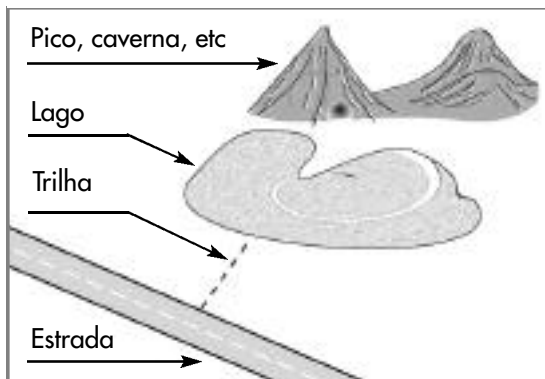
✍ FIG. 1 – Trilha circular



✍ FIG. 2 – Trilha em oito



✍ FIG. 3 – Trilha linear

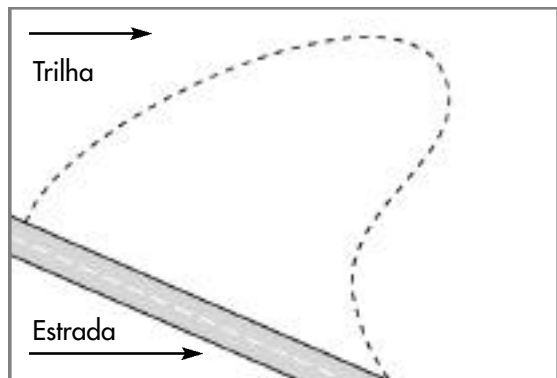


o caminho principal, quando já não é o próprio, a algum destino como lagos, clareiras, cavernas, picos etc.. Apresenta as desvantagens do caminho de volta ser igual ao de ida e a possibilidade de passar por outros visitantes no sentido contrário (FIG. 3).

##### d) Trilha em Atalho

Esse tipo de trilha tem início e fim em diferentes pontos de uma trilha ou caminho

 **FIG. 4** – Trilha em atalho



principal. Apesar do nome, o objetivo na trilha em atalho não é “cortar caminho”, mas sim mostrar uma área alternativa à trilha ou caminho principal (FIG. 4).

□ *Quanto ao grau de dificuldade*

Esse tipo de classificação é subjetivo, pois independentemente da presença de acidentes geográficos, de desníveis de altitude e da qualidade topográfica do terreno, o grau de dificuldade varia de pessoa para pessoa, dependendo do condicionamento físico e peso da bagagem (mochila) carregada. A classificação do grau de dificuldade de trilhas é distinto para trilhas guiadas e trilhas auto-guiadas (ver capítulo *Interpretação Ambiental*).

**a) Trilhas guiadas**

Geralmente a classificação para trilhas guiadas é elaborada utilizando-se combinações de letras (variando de A a E) e números (de 1 a 3), aquelas referindo-se ao nível técnico e estas à intensidade, não necessariamente nessa ordem.

Atualmente, no Brasil, esse tipo de classificação é usado por empresas especializadas em turismo de aventura, onde a maior parte dos programas dizem respeito às caminhadas. Em 1997 a Free Way Adventures, uma das maiores operadoras do Brasil, adotava a seguinte classificação:

- Quanto à intensidade:
  - A Leve

- B Regular
- C Semi-pesada

- Quanto ao nível técnico:
  - 1 Fácil
  - 2 Com obstáculos naturais
  - 3 Exige habilidade específica

Nos Estados Unidos, o *Mountain Travel* (1985) considera o seguinte:

- Quanto à intensidade:
  - 1 Fácil
  - 2 Moderada
  - 3 Difícil
- Quanto ao nível técnico:
  - A Fácil, é necessário apenas boa saúde.
  - B Requer atividade física como caminhada de 3 a 7 horas ao dia.
  - C Caminhadas equivalentes a B só que acima de 4.500m, o que requer melhor condicionamento físico.
  - D Grande condicionamento físico, com experiência básica de montanhismo.
  - E É necessária comprovada experiência de pelo menos três anos no tipo de expedição.

Como se pode ver, apesar de em ambos os casos se utilizar tanto letras quanto números para a classificação, a interpretação atribuída a cada um varia. Assim, é importante que ao adotar uma escala de classificação das trilhas quanto ao grau de dificuldade, anote-se os padrões adotados para cada nível da escala.

**b) Trilhas auto-guiadas**

Nos casos apresentados acima, deve-se considerar sempre a presença do guia. Quando isso não ocorre, nas caminhadas auto-guiadas, o grau relativo de dificuldade é outro. Tendo em vista essa possibilidade, apresenta-se uma classificação baseada na experiência e vivência deste autor junto a

grupos excursionistas nacionais:

- 1 Caminhada leve.
- 2 Caminhada semi-pesada.
- 3 Caminhada pesada.

Nessa classificação leva-se em conta o comprimento da trilha, características do relevo, necessidade ou não de acampar, características de sinalização e a existência de mapas ou roteiros.



6  
SEÇÃO 2

É importante indicar o grau de dificuldade das trilhas antes do início do passeio. No ato da venda deve-se deixar claro a indicação do grau de dificuldade. É possível também se demonstrar em um painel já no início da trilha e nos materiais de divulgação, como folhetos. Deve-se elaborar um croqui do percurso, do comprimento e do tempo para percorrê-la e o perfil das variações de altitude, para que o ecoturista saiba, além da distância a percorrer, o quanto vai subir e descer durante a caminhada.

## 2. Impactos ambientais decorrentes da implantação e uso de trilhas

As trilhas representam uma interferência do homem na natureza. Provocam tanto impacto físico como visual, sonoro e de cheiro. Ao mesmo tempo, restringem essa interferência a um único e delimitado itinerário. Usualmente, as trilhas para ecoturismo passam por ambientes naturais frágeis ou carentes de proteção. Os efeitos que uma trilha causa no ambiente ocorrem principalmente na superfície da trilha propriamente dita, mas a área afetada pode ser de um metro a partir de cada lado.

Há quatro elementos ambientais sob influência direta do uso de trilhas:

### a) Solo

Há pelo menos dois fatores de alteração do solo decorrentes da utilização de trilhas: compactação e erosão. O efeito do pisoteio produz um impacto mecânico direto, que resulta na exposição das raízes das árvores, causando riscos de doenças e quedas, e na diminuição da capacidade de retenção de ar e absorção de água, alterando a capacidade do solo de sustentar a vida vegetal e animal associada.

Erosão é um processo natural que causa graves problemas em áreas onde existem trilhas, principalmente em regiões montanhosas. A erosão depende do tipo de solo, da topografia e do padrão de drenagem da área. A alteração e eliminação da vegetação e o pisoteio facilitam o processo de erosão.

As trilhas alteram ainda o padrão de escoamento da água na região. Por estar com a superfície limpa, o solo absorve menor quantidade de água, por isto escorre com maior velocidade devido à ausência de obstáculos. A água provoca o deslocamento de partículas, aumentando a erosão. Quanto maior a inclinação do terreno, maior a velocidade da água e maior a quantidade de partículas deslocadas.

### b) Vegetação

A presença de uma trilha provoca mudanças na composição da vegetação ao redor. Quando uma trilha é aberta há alteração da luminosidade disponível, o que facilita o crescimento de plantas tolerantes à luz. O constante pisoteio na trilha acaba destruindo as plantas por choque mecânico direto e pela compactação do solo. A erosão do solo expõe as raízes das plantas, dificultando sua sustentação e facilitando a contaminação por pragas. Os caminhantes também trazem novas espécies para dentro do ecossistema, principalmente gramíneas e plantas daninhas em geral.

### c) Fauna

O impacto de trilhas em relação à fauna ainda não é bem conhecido. Provavelmente deve haver uma alteração no número de

indivíduos de cada espécie, isto é, um aumento no caso de espécies tolerantes à presença humana e uma diminuição para aquelas mais sensíveis. Quando é detectado um grave distúrbio potencial na fauna, tais como em refúgios ou áreas de ninhais, em decorrência do uso de trilhas, pode-se alterar o traçado ou mesmo fechar a trilha (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*). O fechamento pode ser total (a trilha deixa de ser usada) ou parcial (a trilha deixa de ser usada somente em períodos críticos, como épocas de reprodução). A multiplicação de trilhas pode ainda fragmentar a área, interferindo diretamente no deslocamento e na dinâmica das populações animais.

#### d) Outros fatores antrópicos

Lixo, incêndios, vandalismos e coleta de materiais são problemas comuns associados à utilização das trilhas. Os ecoturistas devem ser orientados a trazer de volta o lixo produzido durante a caminhada, evitar qualquer prática que possa provocar incêndios, bem como não coletar materiais naturais durante a caminhada e muito menos depredá-los.

O capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação* apresenta um método para manter os impactos causados pelo uso de trilhas em áreas naturais dentro de limites aceitáveis.

### 3. Planejamento de trilhas

#### □ Traçado

Um dos objetivos de trilhas de uso público em áreas naturais é manter o ambiente estável e proporcionar ao visitante a oportunidade educativa e recreativa, com segurança e conforto.

As trilhas devem encorajar o visitante a percorrê-las por serem reconhecidas como caminho mais fácil, que evita obstáculos e minimiza o dispêndio de energia. Para tanto, devem manter uma regularidade e continuidade de seu trajeto, porém sem monotonia, evitando ainda mudanças bruscas de

direção e sinalização. Obstáculos como pedras, árvores caídas e poças de lama devem ser prontamente corrigidos ou adaptados, pois provocam a abertura de desvios.

O planejamento de trilhas deve levar em consideração fatores como variação climática, em função das estações do ano; informações técnicas (levantamentos, mapas, fotografias, etc.) disponíveis sobre a região; a probabilidade de volume de uso futuro; e as características de drenagem, solo, vegetação, hábitat, topografia, uso e exequibilidade do projeto. Características históricas e culturais devem ser pesquisadas e ressaltadas, a fim de otimizar as informações e dar dimensão educacional às trilhas.

A concepção e desenho de uma trilha dependem também do acesso (como se chega até a trilha), necessidade de estacionamento (existência ou não e tamanho dos estacionamentos) e do tipo de uso que ela suportará (caminhada apenas, passeio a cavalo, bicicleta, grupos escolares, etc.). Antes de uma trilha ser traçada, o tipo de público-alvo preferencial deverá ser identificado (este aspecto deve ser refletido dentro do contexto de planejamento maior da área – ver capítulo *Planejamento Integrado* – e de planejamento para a interpretação ambiental – ver capítulo de mesmo nome).

Todos estes fatores influenciarão na capacidade de carga da trilha, que deverá ser definida para averiguar a viabilidade de se desenvolver a trilha. A capacidade de carga de uma trilha é a quantidade de visitas que ela pode suportar sem que isso gere impactos inaceitáveis ao meio ambiente (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*).

Tanto quanto possível, as áreas atravessadas pelas trilhas devem apresentar grande diversidade biológica, climática e topográfica. Um dos problemas do desenho de trilhas é a variação de nível, pois as subidas são prejudicadas pela erosão causada pela água. O sistema de drenagem deve assegurar que a água escoe pelas laterais da trilha, evitando que a direção da água seja a mesma da trilha.

Uma ascensão moderada pode ser conseguida por meio de um traçado em ziguezague, com curvas espaçadas, para que uma não seja visível de outra, de modo a evitar que as pessoas cortem caminho.



**PLANEJAMENTO DE UM SISTEMA  
DE TRILHAS EM UMA MESMA ÁREA**

Nos casos de unidades de conservação como parques, geralmente há potencial e necessidade de mais de uma trilha.

Mesmo que já haja várias trilhas em uso, a adequação e melhoria de trilhas existentes, e especialmente a abertura de novas trilhas, devem ser precedidas de um planejamento conjunto de toda a área, como um sistema de trilhas.

Assim, é possível propiciar o acesso a uma diversidade de públicos-alvo e a maior variedade de ambientes e atrativos da área, com possibilidade de realizar atividades diferentes sem que haja sobrecarga do ambiente ou conflitos entre visitantes devido aos objetivos de uso diversos (ver capítulo *Planejamento Integrado*).

**▲ Levantamento de trilhas**

Uma vez definido o traçado, deve-se realizar o levantamento da trilha, ou seja, a medição de diversas variáveis para toda a extensão da trilha. Os resultados do levantamento podem, por vezes, levar à necessidade de alteração do traçado da trilha.

O levantamento é feito por trechos da trilha, e geralmente envolve o trabalho de duas pessoas. Para definir o tamanho do trecho, uma das pessoas (A) coloca-se no começo da trilha e a outra (B) vai caminhando pela trilha até que:

- Haja uma mudança acentuada de direção na trilha, de forma a que A não mais possa ver B. Em locais descampados, é necessário que A imagine um ambiente

de mata, e pense se nestas circunstâncias ainda poderia ver B.

- Haja uma mudança acentuada de declividade (inclinação) na trilha, tanto ascendente (termina uma descida e começa uma subida; ou a trilha de ligeiramente inclinada passa a fortemente inclinada; ou ainda de fortemente inclinada passa a levemente inclinada) quanto descendente (termina uma subida e começa uma descida).

Quando uma ou ambas as condições acima ocorrerem, B interrompe a caminhada e A e B começam, no trecho delimitado, o levantamento das variáveis apresentadas abaixo. Ao terminar o levantamento do trecho, A coloca-se no ponto onde B estava, e este último caminha até a identificação de um novo trecho.

Este processo é seguido até que toda a trilha tenha sido percorrida e suas medidas levantadas. O levantamento envolve a medição das seguintes variáveis em cada trecho da trilha:

**a) Metragem**

Trata-se da distância entre os dois pontos A e B, medida com roda métrica (ver quadro a seguir), por vezes cinta métrica, e ainda em dois casos por estimativa no mapa. A metragem é necessária não só para conhecimento da extensão total da trilha, mas também para identificação e marcação de trechos de



**O QUE É RODA MÉTRICA?**

Roda métrica é um instrumento que facilita muito medições de distância. Constitui-se de uma roda com um odômetro e um cabo para ser empurrada pela pessoa que realiza a medida (como um carrinho). É adequada para este tipo de trabalho que não exige precisão absoluta das medidas de distância. Pode ser eletrônica ou mecânica.

trilha com características específicas, localização de necessidades de sinalização, de trabalhos de manutenção e marcação de pontos de parada para interpretação ambiental.

#### **b) Direção**

A direção de cada trecho é medida com uma bússola. Esta variável é de especial importância para a posterior plotagem da trilha (ou seja, para fazer o traçado da trilha em escala, geralmente necessário para uso em mapas, placas, etc.).

#### **c) Declividade**

A declividade (ou inclinação) de cada trecho é medida com um clinômetro, aparelho específico para se tomar este tipo de medida.

Esta variável é essencial para a determinação de vulnerabilidade à erosão, grau de dificuldade da trilha (ver tabela de relação entre declividade e vulnerabilidade a erosão, e entre declividade e grau de dificuldade, na Seção III.6.b – Determinação da Capacidade de Carga Real – do capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*) e descrição de trabalhos de correção na trilha (por exemplo, de acordo com a declividade de um trecho, deverão ser escolhidos determinados métodos de drenagem).

Em casos de extrema declividade (mais de 20%) deve-se estudar cuidadosamente a possibilidade de alterar o traçado proposto para a trilha ou adequá-la com soluções técnicas construtivas.

#### **d) Observações gerais**

Este campo é dedicado a anotações sobre condições de solo, pontos de interesse para a interpretação ambiental, conflitos de uso no local, necessidades de trabalhos de manutenção e outras informações que possam assessorar o diagnóstico da trilha.

Durante as medições deve ser feito o estaqueamento das trilhas a cada 100 metros e também a cada variação significativa de direção ou declividade na trilha (ou seja, a cada trecho medido).

O ESTAQUEAMENTO É NECESSÁRIO PARA O PLANEJAMENTO E MANUTENÇÃO DAS TRILHAS.

O estaqueamento facilita as etapas posteriores do trabalho, como o planejamento de intervenções corretivas de engenharia, postura da sinalização, montagem do sistema de monitoramento de impactos de visitação (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação*), marcação de pontos de parada para interpretação ambiental (ver capítulo *Interpretação Ambiental*).

Nos casos de trilhas ininterpretativas (de curta distância), o estaqueamento inicial, caso feito com material não resistente ao tempo e às condições locais de uso (por exemplo, passagem de veículos, animais domésticos, vandalismo, etc.) deve ser substituído por permanente a cada 100m, para facilitar o trabalho de manutenção das trilhas. Geralmente é suficiente utilizar estacas grossas de madeira (5cm de diâmetro), colocadas com boa profundidade no solo (com a base enterrada aproximadamente 15cm), com os números pintados com tinta óleo e envernizados. A utilização de materiais de boa durabilidade para as estacas evita a necessidade de substituição freqüente das mesmas.

EXEMPLO:

FORMULÁRIO PARA LEVANTAMENTO DE TRILHA

Trilha do Vale da Lua – Projeto Veadeiros

TRECHO	DIR.	DEC.	MET.	Dis.	OBSERVAÇÕES
0-1	195°	-10%	25,85	25,85	P-0: Paineis; croqui da trilha; legenda/regularizar o piso; 4 drenagens.
1-2	205°	-8%	63,68	89,53	Cancelar antiga trilha; replantar; bixel indicativo.
2-3	184°	-7%	11,49	101,02	Drenagem; regularizar o piso.
3-4	162°	-7%	16,81	117,83	Barreira no P-4.
4-5	193°	-5%	10,62	128,45	Barreira no P-5; drenagem antes do P-5.
5-6	158°	-7%	4,26	132,71	P-6: Cancelar bifurcação e replantar.
6-7	141°	-6%	28,20	160,91	Eliminar 20 m de trilha duplicada.
7-8	181°	-8%	20,72	181,63	Canaleta e drenagem; cancelar atalho à direita.
8-9	132°	-6%	7,84	189,47	Mureta (cimentar e replantar); canaleta de drenagem.
9-10	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...

Para se realizar o levantamento pode-se utilizar uma tabela conforme a apresentada acima, feita para a Trilha do Vale da Lua por participantes do Projeto Veadeiros, onde:

- TRECHO ⇒ Identificação da parte da trilha medida, definido pela distância entre duas estacas. A numeração é a das estacas.
- DIR. ⇒ Direção
- DEC. ⇒ Declividade
- MET. ⇒ Metragem do trecho em específico (p. ex. entre A e B)
- Dis. ⇒ Distância total desde o início da trilha
- OBSERVAÇÕES ⇒ Anotações sobre as características do solo, necessidades de intervenção corretiva na trilha, fragilidade ambiental etc..

Uma vez realizado o levantamento da trilha, de volta ao escritório, com auxílio de régua, transferidor e lápis, deve-se plotar o traçado da trilha em papel milimetrado. O produto final será o croqui da trilha, que é a base para seu monitoramento e divulgação.

☒ Obras

Devem ser consideradas como intervenções construtivas simples e de fácil manutenção que evitam o desgaste precoce da trilha. Madeiras caídas na própria região são materiais suficientes para sua implantação. Geralmente são três os fatores geradores de obras em trilhas: drenagem, sobreposição de corpos d'água e contenção de erosão, tratado em detalhes mais abaixo. Porém, outras obras podem vir a ser necessárias para garantir a segurança do visitante (corrimões e guarda-corpos) ou para

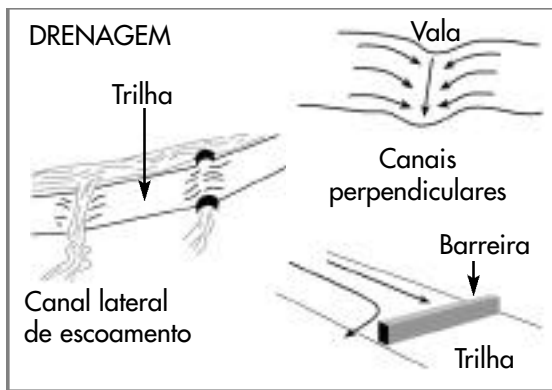
os meios interpretativos utilizados (*canopy-walkway*, passarelas, quiosques e mirantes).

**a) Drenagem**

Como a trilha altera o padrão de circulação de água no solo, algumas obras de reorganização da drenagem são necessárias.

Podem-se construir canais laterais de escoamento, canais que cruzam perpendicularmente ou diagonalmente a trilha (tanto em nível quanto por baixo da mesma) e valas ou barreiras oblíquas à superfície da trilha, para facilitar o escoamento da água (FIG. 5).

✍ FIG. 5 – Canais, valas e barreiras



**b) Sobreposição de corpos d'água**

Inclui a sobreposição de rios e riachos, bem como de locais alagados. No primeiro caso, as obras são basicamente de construção de ponte.

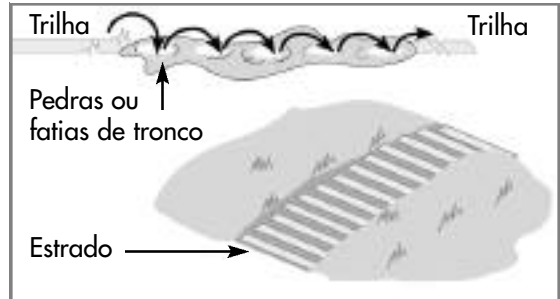
Para a ultrapassagem de alagados (FIG. 6) podem ser usados blocos de pedra e/ou "fatias" de troncos dispostos seqüencialmente. Outra opção são os tablados ou estrados, que permitem uma caminhada fácil e segura, transferindo a superfície de uso direto do solo para a madeira.

**c) Contenção de erosão**

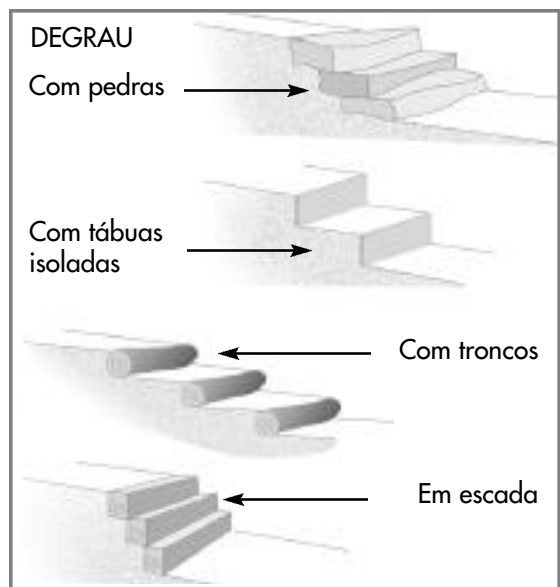
Dois tipos de obras podem ser aplicados na contenção de erosão: degraus e paredes, lembrando que elas devem ser implementadas junto com as obras de drenagem.

A construção de degraus é uma das mais difíceis obras em trilhas, e é solução somente quando não houver outra alternativa. Deve-

✍ FIG. 6 – Pedras ou troncos e tablados ou estrados para ultrapassagem de alagados



✍ FIG. 7 – Tipos de degraus utilizados em trilhas



se evitar longos trechos de degraus em linhas retas, e em terrenos ao lado de quedas abruptas (terrenos normalmente instáveis). É importante analisar o local da obra sob o ponto de vista de quem desce e de quem sobe.

Os degraus podem ser feitos com pedras, troncos e pranchas de madeira.

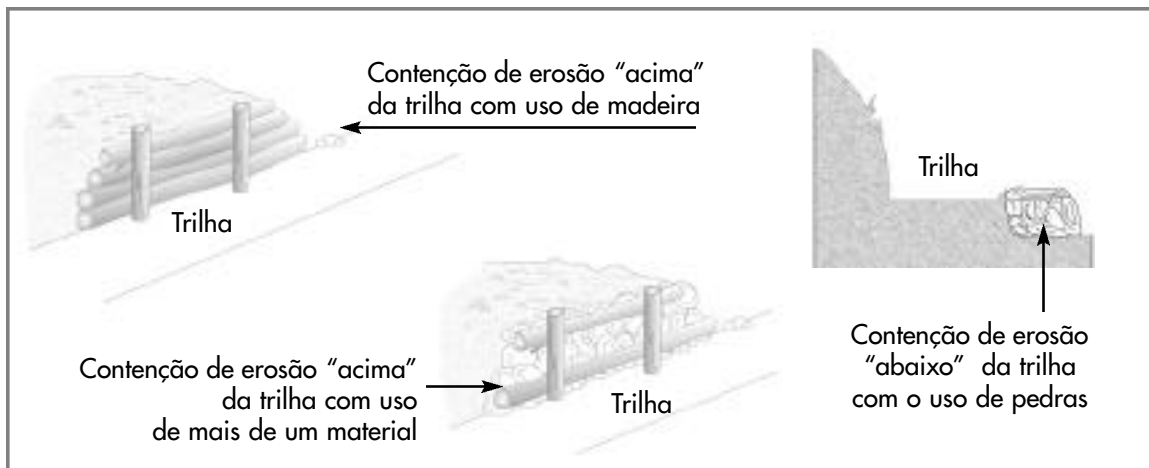
A construção de paredes de contenção em declives (FIGURA 8) tanto previne a erosão da trilha quanto a deposição de material carreado da encosta. Pode também ser feita de pedras, troncos ou com os dois.

☒ Sinalização

A sinalização de trilhas visa a segurança do excursionista e dos recursos da área. Isto



✍ **FIG. 8** – Paredes de contenção



6  
SEÇÃO 2

é especialmente importante em trilhas longas, que geralmente não recebem sinalização interpretativa (ver capítulo *Interpretação Ambiental*) ou mesmo estaqueamento. A sinalização deve ser sistemática, compreensível e à prova de vandalismo.

**a) Marcação a tinta**

Marca padronizada, utilizada para demarcar a trilha, colocada estrategicamente numa árvore ou pedra. Deve-se definir a forma e cor padrão para a trilha. As melhores cores são o azul, vermelho, amarelo, branco e laranja. É interessante adotar as cores primárias para a trilha principal e uma cor secundária para as trilhas secundárias. Tinta látex se presta bem a isso.

Os pontos a serem marcados – troncos de árvores ou pedras – devem ser raspados com escova de aço ou raspador de metal. Quando o traçado da trilha sofrer alterações, as marcações antigas devem ser eliminadas, para não confundir os excursionistas.

**b) Placas**

As placas devem ser dispostas ao longo da trilha, e informar sobre o nome da trilha, a direção, os pontos importantes, a distância, o destino etc. Podem ser confeccionadas em pedra, metal ou madeira. Esta última é a mais popular e atrativa e, se devidamente afixada, dificilmente será levada como souvenir por visitantes inescrupu-

losos. Na escolha do tipo de madeira deve-se levar em conta a durabilidade, facilidade de ser trabalhada, disponibilidade e custo. Uma placa de madeira de boa qualidade não possui nós e não empena.

As dimensões das placas são variáveis. As placas do início da trilha, por conterem mais informações, tais como mapas e orientações gerais, devem ser maiores. Forma, cor e tipo de letra devem ser padronizados. As letras podem ser entalhadas na madeira e a pintura deve distinguir o fundo, que pode ser pintado ou natural; nesse caso, deve-se aplicar verniz náutico ou automotivo, para proteger das intempéries.

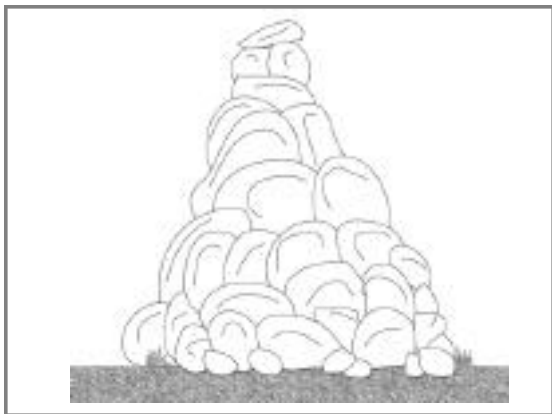
Para a instalação, utiliza-se poste de madeira tratada ou totem (pilhas de pedra). Não se deve fixar placas diretamente em tronco de árvores com o uso de pregos.

**c) Montes de pedras (Totem)**

Para se marcar as orientações de direção em trilhas que não possuem árvores, podem ser usadas pilhas de pedras, que são de fácil visualização. Também conhecidas como totens (FIGURA 9).

A distância entre os totens deve ser tal que o excursionista ao lado de um totem possa visualizar outros dois – o da frente e o de trás. Em locais sujeitos à neblina, recomenda-se a pintura das pedras do topo do totem para facilitar a visualização.

✍ FIG. 9 – Monte de pedra (Totem).



A SINALIZAÇÃO DEVE SER INTEGRADA VISUALMENTE AO MÉTODO INTERPRETATIVO ESCOLHIDO PARA A TRILHA.

A escolha do método de sinalização deve ser feita levando-se em consideração a escolha de método interpretativo para a trilha. Por exemplo, em uma trilha auto-guiada, com placas, a sinalização da trilha em si pode ser também em placas.

Por outro lado, em trilha auto-guiada com folheto, que exige a marcação clara de pontos na trilha onde o visitante deve parar e ler o folheto, a adoção do método de sinalização da trilha a tinta deve ser feita de forma a não conflitar com a marcação interpretativa.

Também é indispensável que os dois tipos de sinalização sejam integrados quanto a tamanho, estilo, cor, padrão de letra, materiais, modo de fixação. Os dois tipos de sinalização devem ser percebidos como um conjunto visual e gráfico únicos.

#### d) **Fitas**

Outra forma de se marcar o caminho são as fitas coloridas (plásticos são duráveis e não perdem a cor) amarradas nos galhos, em troncos de árvores ou arbustos, ou no alto de uma estaca de madeira ou ferro.

#### 4. Implantação

##### ☐ REVISÃO DO TRAÇADO PROPOSTO

O mais importante trabalho de instalação de uma trilha é feito em campo e deve contar com a assistência de técnicos para o desenho – como engenheiros civis – e de pessoas da região familiarizadas com as condições da área. Por vezes, as necessidades de intervenção física na área tornam inviável o traçado inicialmente proposto (por exemplo, quando exige a construção de estruturas demasiadamente caras), exigindo sua modificação.

O trabalho de instalação de trilhas pode ser feito pelos próprios responsáveis pela área desde que recebam treinamento adequado e assistência técnica para o desenho de soluções complexas, quando necessário.

##### ☐ FERRAMENTAS E ACESSÓRIOS

As ferramentas usadas variam de acordo com a área e o tipo de trabalho necessário. Deve-se sempre ter a ferramenta adequada para cada tipo de tarefa. As ferramentas mais comuns estão listadas abaixo. Também é recomendável ter à mão um kit de primeiros socorros.

**a) Foice e penado:** utilizados para abertura ou clareamento da trilha (roçada).

**b) Enxada e enxadão:** utilizados para regularizar o piso da trilha e abrir valetas de drenagem.

**c) Cavadeira:** para cavar buracos; podem ser de haste simples ou dupla.

**c) Machados:** são muito utilizados para cortar árvores e grandes galhos caídos e

para preparar mourões ou dormentes usados em degraus ou na contenção de paredes.

e) **Pé-de-cabra:** essencial no deslocamento de grandes pedras ou troncos.

f) **Serras:** são utilizadas para cortar galhos e árvores.

g) **Chibanca:** ferramenta para destocar os terrenos, com um lado para cavar a terra e outro para cortar as raízes e o tronco das árvores.

h) **Pá comum.**

i) **Pá reta ou vanga:** muito utilizada na construção de degraus.

j) **Baldes e carrinhos:** utilizados para transportes da terra, areia, etc..

c) **Kit com martelo,** prego, arame, barbante, pano (para secar os cabos das ferramentas em tempos úmidos e para limpar placas de sinalização), etc.

Deve-se salientar a necessidade de equipamentos de segurança dos trabalhadores, como óculos para a proteção dos olhos, luvas, capacetes, botas e roupas adequadas.

### 5. Manutenção

A manutenção de trilhas é extremamente necessária para prevenir e corrigir problemas como locais escorregadios e com lama, erosão, aparecimento de caminhos múltiplos e outros (ver capítulo *Monitoramento de Impactos de Visitação*)

Neste tópico estão a construção de melhorias, substituição periódica das placas de sinalização danificadas e “limpeza” ou “clareamento” de trilhas.

Uma trilha “limpa” é aquela onde um excursionista alto, com uma grande mochila, pode andar sem tocar folhas, árvores ou galhos. A trilha é fácil de ser seguida, pois o caminho é aberto e desobstruído.

A limpeza de trilhas, com a retirada de pedras, árvores e galhos caídos, permite que as mesmas sejam fáceis de seguir e agradáveis de usar. Pequenos obstáculos, como pedras, raízes e troncos caídos podem ser deixados pelo percurso, pois permitem ao visitante ter a sensação de dificuldade e de vencer obstáculos naturais, mantendo um aspecto de ambiente selvagem.

O material orgânico no solo não deve ser retirado, pois diminui o impacto mecânico e desagregador da chuva e impede a erosão, por evitar um rápido escoamento da água pela superfície. Manter a qualidade das trilhas facilita seu uso e dificulta seu fechamento.

A largura da trilha é variável, dependendo diretamente do terreno, da vegetação e do próprio uso. Deve-se sempre pensar que quanto menor a largura, menor será o pisoteio, conseqüentemente, menor o impacto ambiental.

Por ser um trabalho permanente, a manutenção de trilhas deve ser feita por equipe local, envolvida com o manejo da área visitada e devidamente treinada. O treinamento deve envolver todas as fases de planejamento e implantação de trilhas (ver capítulo *Programa de Capacitação Comunitária*).

### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

Um dos principais cuidados que se deve ter ao desenvolver uma trilha é o de desenvolvê-la com base em um público-alvo já identificado ou estabelecido. Ou seja, não só o traçado e os trabalhos desenvolvidos na trilha devem ser adequados para garantir a proteção ambiental e a valorização dos atrativos locais, como também devem buscar favorecer o acesso ao público identificado. Se durante o planejamento da área e da trilha – ver capítulo *Planejamento Integrado* – for constatada a necessidade de sua adequação para o uso por pessoas de terceira idade, o solo da mesma deverá ser limpo, nivelado e preparado, de forma a diminuir

as possibilidades de escorregamento, tropeço ou torção de pés.

As obras e sua implementação podem ser executadas utilizando-se materiais e mão-de-obra locais. Quanto menor o uso de materiais não naturais, menor a alteração do padrão visual dos elementos naturais.

Visitantes educados e informados contribuem para a manutenção de trilhas bem conservadas. Visite o site da Campanha Pega Leve! – Conduta Consciente em Ambientes Naturais para obter mais informações sobre como trabalhar com o visitante para este ser um agente contribuidor na conservação de trilhas ([www.pegaleve.org.br](http://www.pegaleve.org.br)).

#### V. BIBLIOGRAFIA

- AGATE, E. 1983. Footpaths; a practical conservation handbook. Wembley Press. Berkshire, Inglaterra.
- BELART, J. L. 1978. Trilhas para o Brasil. FBCN, Boletim nº 13, Vol 1, pp. 49-51. Rio de Janeiro, RJ.
- GRIFFITH, J. J., e VALENTE, O. F. 1979. Aplicação da técnica de estudos visuais no planejamento da paisagem brasileira. Brasil Florestal, nº 10, Vol 37, pp 6-14, jan/mar 1979. Brasília, DF.
- GRIFFITH, J. J. 1983. Análise dos recursos visuais do Parque Nacional do Caparaó.

Floresta, nº 14, Vol 2, pp. 15-21. Curitiba, PR.

GUILLAUMON, J. R. et alii. 1977. Análise das trilhas de interpretação. Instituto Florestal de São Paulo, Boletim Técnico, nº 25. São Paulo, SP.

PROUDMAN, R.D. 1977. AMC field guide to trail building and maintenance. Apalachian Mountain Club, S.L.P.

SCHELHAS, J, 1986. Construção e manutenção de trilhas. In: Curso de Treinamento e Capacitação em Gerenciamento de Parques e Outras Áreas. São Paulo, 22 nov. a 14 Dez., 1986. Instituto Florestal de São Paulo. São Paulo, SP.

SIMAS, E. 1983. Montanha e vida natural. Clube Excursionista Rio de Janeiro (Divulgação CERJ, 3). Rio de Janeiro, RJ.

USDA Forest Service. 1997. Trail Construction and Maintenance Notebook. Project Leader: VACHOWSKI, Brian. USDA Forest Service, Missoula Technology and Development Program. Billings, MT, USA.

WWF-Brasil. 2001. Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha: um exemplo de planejamento e implementação. [Coordenação: Sylvia F. Mitraud] WWF-Brasil, vol. 8. Brasília, DF.



## 7. Interpretação ambiental

*Jane Maria de Oliveira Vasconcelos*

### I. OBJETIVO

**E**ste capítulo tem o objetivo de orientar o desenvolvimento de programas educativos baseados na interpretação ambiental, conceito que estabelece critérios para uma ampla compreensão do ambiente natural. A partir desse conceito, busca a conciliação entre a satisfação do ecoturista e a conservação ambiental e cultural das áreas visitadas. Visa também promover mudanças positivas de comportamento dos turistas.

Além de propor o desenvolvimento de programas de interpretação ambiental em geral, o capítulo também orienta a interpretação ambiental em trilhas naturais. Caminhadas em trilhas são atividades das mais procuradas no ecoturismo e a existência de programas educativos por meio da interpretação ambiental torna-se muito importante.

Apesar deste capítulo apresentar-se mais direcionado para a interpretação da natureza, os conceitos e técnicas aqui desenvolvidos podem perfeitamente ser adaptados para ambientes e sítios histórico-culturais. Mesmo para locais onde se desenvolvem principalmente atividades de aventura e esportes radicais, programas educativos podem ser elaborados, conferindo ao projeto maior consistência e contribuindo para a compreensão da natureza. Na verdade, considera-se importante que toda e qualquer atividade turística empreenda programas educativos e informativos, que valorizem a integração cultural dos povos, em vez de ações estéreis do ponto de vista do conhecimento.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

O ecoturismo surgiu com a crescente demanda das pessoas por maior contato com os ambientes naturais, buscando nesses locais uma oportunidade de relaxamento, beleza e interação. Essa demanda, porém, ao mesmo tempo que representa uma reação positiva da sociedade à crescente concentração e turbulência das cidades, vem sendo fonte de alguns conflitos:

- ❑ De um lado, as áreas naturais contêm recursos raros ou únicos, geralmente frágeis e suscetíveis de perdas irreparáveis; não possuem estrutura e manejo adequados para o uso público recreativo.
- ❑ De outro lado, os visitantes encontram-se desvinculados e distanciados dos ambientes naturais, desconhecendo até seus mais simples processos, e não se dão conta de que cada uma de suas ações corresponde a um efeito ambiental. Não se sentindo como parte integrante do ambiente natural, o homem não percebe os efeitos de suas atitudes, ou, se percebe, não os avalia.

O ecoturismo, tendo como princípio o equilíbrio entre a utilização e a conservação das áreas naturais visitadas e conseqüentemente o desenvolvimento sócio-econômico local, deve buscar alternativas para a solução desses conflitos. O sucesso de um projeto ecoturístico depende de sua eficiência para conciliar a satisfação do visitante e

a conservação das áreas visitadas. Para tanto, o ecoturismo precisa influenciar atitudes e comportamentos, não podendo prescindir de atividades educativas.

**Educação Ambiental, conforme definição da UNESCO, 1987, “é um processo permanente no qual os indivíduos e a comunidade tomam consciência do seu meio ambiente e adquirem conhecimentos, habilidades, experiências, valores e a determinação que os tornam capazes de agir, individual ou coletivamente, na busca de soluções para os problemas ambientais, presentes e futuros.”**

Isso significa que os objetivos da educação ambiental estão diretamente relacionados com mudanças de valores e de atitudes, as quais necessariamente devem passar por reflexões a respeito da visão do ser humano sobre si mesmo, sobre seu ambiente e as relações entre o ambiente humano construído e o ambiente natural.

**Áreas naturais protegidas são locais ideais para implantação de programas educativos, uma vez que constituem fonte inesgotável de meios que facilitam o re-ligar do homem a seu ambiente.**

Atividades de Educação Ambiental, como parte dos programas de ecoturismo, devem levar os visitantes a uma compreensão e apreciação mais profunda dos recursos naturais e culturais das áreas visitadas, possibilitando comportamento mais consciente.

Porém, os ecoturistas buscam recreação saudável, relaxamento, inspiração... e não leituras e ensinamentos. Para conciliar a recreação e a educação, vem sendo desenvolvida desde o final do século passado a arte e a técnica da interpretação ambiental.

### 1. A Interpretação Ambiental como Instrumento de Educação

**A** Interpretação Ambiental ou da Natureza é uma forma estimulante de fazer com que as pessoas entendam o seu entorno ecológico. É bastante antiga e está intimamente ligada à história dos Parques Nacionais norte-americanos. Alguns desses Parques, no final do século passado, já estavam legalmente protegidos e contavam com os chamados naturalistas, “pessoas conhecedoras dos valores naturais do lugar e que acompanhavam grupos de excursionistas por trilhas e rotas, fazendo, com o seu entusiasmo, que o visitante vibrasse com suas mensagens” (Morales, 1989).

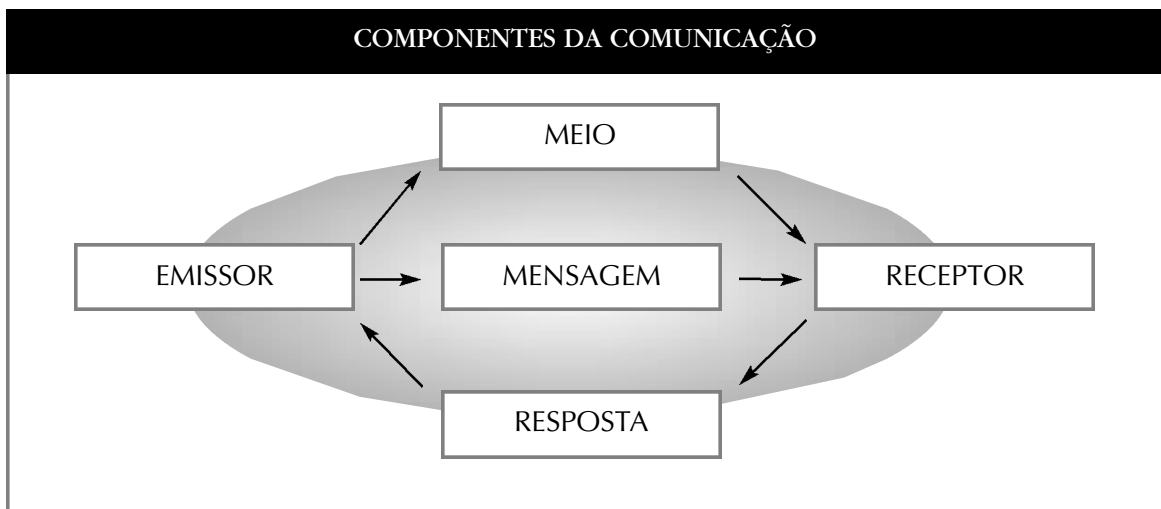
**Interpretação Ambiental é uma tradução da linguagem da natureza para a linguagem comum dos visitantes, fazendo com que os ecoturistas sejam informados em vez de distraídos, e educados, além de divertidos.**

As bases e a filosofia da interpretação só foram estabelecidas em 1957 por um dramaturgo e filósofo norte-americano, Freeman Tilden, através dos seguintes princípios:

- A interpretação deve relacionar os objetos de divulgação ou interpretação com a personalidade ou experiência das pessoas a quem se dirige.
- A informação, como tal, não é interpretação. A interpretação é uma forma de comunicação que vai além da informação, tratando dos significados, inter-relações e questionamentos. Porém, toda interpretação inclui informação.
- A interpretação é uma arte que combina muitas artes (sejam científicas, históricas, arquitetônicas) para explicar os temas, utilizando todos os sentidos para construir conceitos e provocar reações no indivíduo.

- O objetivo fundamental da interpretação não é a instrução, mas a provocação; deve despertar curiosidade, ressaltando o que parece, a princípio, insignificante.
- A interpretação deve tratar do todo em conjunto e não de partes isoladas; os temas devem estar interrelacionados.
- A interpretação deve ser dirigida para públicos e interesses determinados: grupos de escolas, adultos em férias etc.
- A linguagem interpretativa adota os componentes fundamentais da comunicação:

☐ QUADRO 1



O que diferencia a interpretação da simples comunicação de informações é justamente a forma como a comunicação é feita. Baseada em técnicas especiais de comunicação, a abordagem interpretativa provoca, cativa e estimula o visitante a observar objetivamente, pensar criticamente e agir conscientemente.

☐ **A abordagem Interpretativa**

A abordagem ou linguagem interpretativa caracteriza-se por possuir quatro características essenciais.

**a) Amena (a abordagem entretém)**

Entreter é manter a atenção da audiência. Consegue-se isso de variadas formas, conforme o meio utilizado. Uma exposição amena tem qualidades diferentes de uma palestra também amena. De um modo geral utiliza-se a informalidade, tom de voz amigoso, movimento, cores vivas, humor, música, interação. Mesmo não sendo um comunicador talentoso, o intérprete pode ser ameno.

**b) Pertinente (a abordagem tem significado e é pessoal)**

Para ser significativa, uma informação tem que relacionar-se com algo que já é conhecido, tem que fazer parte de um contexto já formado. Quando ouvimos ou vemos algo que não nos recorda nada, não encontramos sentido para essa informação. Para que informações novas façam sentido, ou tenham significado, utilizam-se exemplos, comparações, analogias, as quais servem de “ponte” com um conteúdo já conhecido ou com o cotidiano.

Uma informação é pessoal quando se relaciona com algo que é do interesse do indivíduo. As coisas mais interessantes são sempre as que envolvem o próprio indivíduo, sua família, sua saúde, seu bem-estar, sua qualidade de vida, seus valores, suas crenças, seus princípios e suas convicções.

Para que uma informação se torne pertinente, é preciso tanto que tenha significado quanto que seja interessante. Porém, uma informação pode ser significativa e não ser



interessante. Por isso é difícil, por exemplo, manter a atenção em um filme já visto ou num livro já lido. Uma boa técnica para tornar a informação mais pessoal é referenciá-la a situações já vividas pela audiência, como por exemplo:

- ☐ Pense na última vez que você...
- ☐ Alguma vez você já...
- ☐ Em um momento ou outro a maioria de vocês já...
- ☐ Nós, que entendemos o valor de uma floresta, sabemos que...
- ☐ Os pais que se preocupam com...

**c) *Organizada (a abordagem não requer muito trabalho da audiência)***

A informação organizada não requer muito esforço da audiência, é fácil de ser acompanhada. É mais fácil seguir uma informação se ela estiver organizada em categorias lógicas, como títulos e subtítulos, início, meio e fim.

Resultados de pesquisas demonstram que as pessoas têm capacidade para reter, em média, somente sete idéias novas de cada vez. Esse número pode variar entre cinco e nove, o que significa que alguns só podem manejar até cinco idéias novas. Portanto, as palestras, exposições, audiovisuais etc., serão mais interessantes e inteligíveis se forem organizadas em no máximo cinco idéias principais. Também é importante que a audiência possa facilmente distinguir os pontos principais e as informações secundárias.

Essas regras se aplicam a todos os tipos de apresentações, sejam faladas ou escritas, auditivas ou visuais.

**d) *Temática (a abordagem tem uma mensagem a ser comunicada)***

O tema é a idéia principal ou chave de qualquer informação. Quando uma apresentação tem um tema ela contém uma mensagem. Ao final de uma boa atividade de interpretação o público deve poder resu-

mi-la em uma só oração. Esta oração será o tema ou a mensagem que se pretende transmitir.

Muitas vezes, tópicos e temas são confundidos e isto dificulta tanto a elaboração dos conteúdos como a sua compreensão pelo público. Um tópico é o assunto que se quer tratar, como por exemplo: "A contaminação da água." O tema será a mensagem que se deseja passar, também chamada de moral da história, frase chave, idéia principal.

A mensagem pode ser simples como: "A contaminação da água está se transformando em um problema sério." Ou mais complexa, como: "A contaminação da água ameaça tanto a nossa saúde como nossa economia e há algo que todos podemos fazer com relação a isso".

Cada um desses temas trata de fatos e conceitos próprios e terão diferentes abordagens, mas os dois partiram de um mesmo tópico.

Muitas interpretações não alcançam os resultados esperados, porque são elaboradas e organizadas no nível do tópico e não do tema. Os tópicos, por serem muito amplos, não estabelecem um enfoque, uma direção. As apresentações baseadas em tópicos tendem a dizer tudo e nada ao mesmo tempo. No final ficam as perguntas "E daí? O que importa?".

O tema deve ser pensado em forma de uma oração completa, que expresse a mensagem que se deseja que o público entenda. As pessoas normalmente expressam-se de forma temática quando falam ao telefone ou contam uma piada.

**O tema funciona como um fio condutor, tanto para o planejador como para o público.**

Para o planejador, um tema bem definido por si só já indica as diferentes classes de informações necessárias, facilitando a investigação e busca destas informações (cinco idéias principais e informações de apoio).

Para o público, uma apresentação temática é mais fácil de ser compreendida,

principalmente quando o tema e as cinco idéias principais são explicitados desde o princípio. Isso confere um propósito, um sentido para a apresentação, facilitando a

organização das idéias.

Temas interessantes e motivadores devem estimular a observação, a ação e a reflexão.

**EXEMPLO:**

**COMO IDENTIFICAR E FORMULAR UM TEMA**

**1) Pense nos tópicos gerais relacionados aos seus objetivos:**

Alguns exemplos de tópicos gerais podem ser: Aves, Florestas, Rios, Erosão. Assim, o tópico principal pode ser:

*“Quero que minha apresentação (palestra, exposição etc.) seja sobre aves”.*

**2) Formule seu tópico em termos mais específicos:**

Alguns exemplos de tópicos específicos podem ser: Adaptações das aves para o vôo; As aves da floresta; A importância dos falcões e das águias. Por exemplo:

*“Mais especificamente, eu quero falar sobre as espécies de aves que estão desaparecendo”.*

**3) Agora expresse seu tema, completando a seguinte oração: “Depois da minha apresentação, quero que minha audiência compreenda que...”:**

Para o tópico "aves" alguns exemplos de temas podem ser: As aves formam um grupo muito interessante de animais devido às suas adaptações para o voar; As aves exercem importante papel na dispersão das sementes florestais; As águias e os falcões ajudam a controlar os roedores. Desse modo a formulação do tema pode ficar assim:

*“Depois da minha apresentação, quero que minha audiência compreenda que ‘as aves nativas de nossa região estão desaparecendo rapidamente’.”*

(Adaptado de Ham, 1992: p.37-40).

**II. CAIXA DE FERRAMENTAS**

Considerando que este capítulo apresenta orientações tanto para o desenvolvimento e realização de programas de interpretação ambiental em geral, como também para o desenvolvimento da interpretação ambiental em trilhas, esta seção do capítulo está organizada da seguinte forma:

*1. Como elaborar Programas Interpretativos para o Ecoturismo:*

- Planejamento.
- Implementação.
- Avaliação.

*2. Trilhas interpretativas:*

- Tipos de Trilhas Interpretativas.
- Como preparar a interpretação de uma trilha guiada.
- Como preparar a interpretação de uma trilha autoguiada.
- Modelos que se complementam.

1. Como elaborar Programas Interpretativos para o Ecoturismo

Todo programa educativo / interpretativo deve passar por 3 fases distintas:

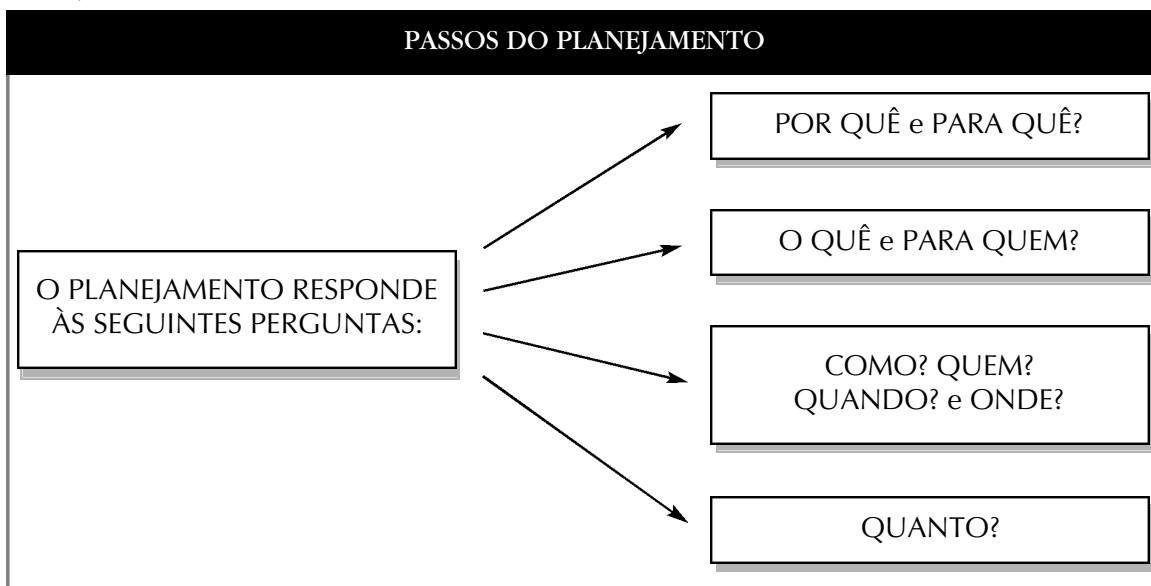
- Planejamento.
- Implementação.
- Avaliação.

O PLANEJAMENTO

O planejamento é um processo que define objetivos, examina diversas opções e alternativas e considera as conseqüências das propostas.

Para que os Programas (ou projetos) de Educação e Interpretação Ambiental sejam

QUADRO 2



**7** SEÇÃO 2

eficazes, recomenda-se que o planejamento seja fundamentado em sete passos básicos na sua elaboração:

- 1) Identificação das questões específicas a serem tratadas em cada local (**Por quê?**).
- 2) Identificação do público-alvo e suas necessidades (**Para quem?**).
- 3) Identificação dos objetivos ou resultados esperados para cada público-alvo (**Para quê?**).
- 4) Elaboração das mensagens a serem transmitidas para o público-alvo (**O quê?**).
- 5) Seleção das atividades, recursos, meios e métodos a serem utilizados na transmissão de cada mensagem (**Como? Quem? Quando? Onde?**).
- 6) Decisão sobre a possível integração de algumas atividades e prazos de execução (**Quando?**).
- 7) Avaliação dos recursos humanos e finan-

ceiros necessários e distribuição de responsabilidades (**Quem? Quanto?**).

É bom lembrar que o planejamento é uma atividade multi e interdisciplinar. Para responder satisfatoriamente a todas as questões e, como conseqüência, obter um bom plano educativo e interpretativo, é necessário contar com uma equipe de trabalho integrada e, sempre que necessário, buscar ajuda (apoio, informações, críticas) em outras instituições – ONGs, associações, universidades ou sindicatos. É importante que na equipe haja a participação de representantes da área natural e/ou cultural protegida, uma vez que os principais atrativos ecoturísticos a serem interpretados se encontram nessas locais.

A montagem de uma equipe especializada multidisciplinar pode representar um

grande investimento de recursos financeiros. As parcerias institucionais e a busca de voluntários são muitas vezes fundamentais para viabilizar a montagem de uma boa equipe. Também é possível valer-se de uma equipe “virtual”, ou seja, que pode ser consultada à distância. Neste caso, o principal cuidado de quem organiza a equipe é promover a real interdisciplinaridade do programa. Isto é, não basta ter informações de diferentes disciplinas, é preciso que elas sejam apresentadas de forma integrada. As salas de conversa (chats de bate-papo) da internet ou as listas de discussão em grupos por e-mails (mensagens eletrônicas), oferecem uma real possibilidade de trabalhar integradamente à distância com uma equipe multidisciplinar. Porém, para que isto seja possível, é indispensável que os integrantes da equipe “virtual” possuam algum conhecimento prévio sobre a área.

Ⓟ **Passo 1** – *Identificando as questões a serem tratadas (Por quê?)*

De modo geral, numa região com atrativos para o ecoturismo, as questões a serem tratadas em programas educativos são muito amplas e variáveis, mas devem sempre buscar a conexão das pessoas com o lugar. Podem estar mais diretamente voltadas para os visitantes, relacionando-se principalmente com o que se pretende (oportunidades) que estes usufruam, apreciem, conheçam e respeitem, ou direcionados para as comunidades visitadas, as quais precisam estar integradas no processo, inclusive nos esforços de conservação ambiental e cultural local.

Nem todas as oportunidades e questões ambientais e culturais poderão ser tratadas em programas educativos. Prioridades terão que ser estabelecidas de acordo com as necessidades do público e do ambiente, buscando-se a identificação de questões-chave. Algumas perguntas podem auxiliar nesse processo:

- a) Por que a área está sendo especialmente protegida?
- b) Quais os seus principais atrativos?

- c) O que seria mais importante que o público soubesse ou conhecesse?
- d) Quais atividades podem ser realizadas pelo público durante a visita?
- e) O que faria as pessoas sentirem-se mais envolvidas e conectadas?
- f) Quais os principais obstáculos à conservação e proteção dos atrativos?
- g) Quais os principais problemas ambientais da região?
- h) Quais as causas desses problemas?
- i) Existem soluções técnicas viáveis?
- j) Quais os comportamentos e atitudes impactantes por parte dos visitantes?
- k) E por parte dos visitados?



Algumas vezes as oportunidades educativas e interpretativas surgem a partir da identificação de problemas ambientais locais. É bom lembrar que as pessoas podem causar problemas por ações ou por omissões.

A escolha das questões-chave determinará as demais etapas do planejamento, ou seja: o público, o conteúdo, os métodos e os critérios de avaliação. Nessa fase, os planejadores devem reunir e compilar todas as informações já existentes sobre a região: inventários de atrativos e de recursos, levantamentos de flora, fauna, solos, hidrografia e outros, levantamentos sócio-econômicos, cadastros, avaliações e caracterizações, publicações científicas, teses, planos de manejo, plano diretor, lei orgânica etc..

Sempre que o atrativo ecoturístico estiver em uma área protegida, como um parque, um refúgio, uma APA ou uma RPPN, é fundamental saber quais são os objetivos de conservação da área e quais as suas propostas de manejo para uso sustentável. Se a área não tiver um plano de manejo, os objetivos que constam no instrumento legal de sua criação (lei, decreto, portaria), serão os seus objetivos de conservação.

Ⓟ **Passo 2 – Conhecendo o público (Para quem?)**

Após a definição das questões-chave a serem tratadas, deverão ser identificadas as pessoas ou grupos para quem o programa será desenvolvido, que constituirão o público-alvo do programa.

Quanto mais o público for conhecido, maior a possibilidade de ser desenvolvido um programa pertinente e envolvente. Esse conhecimento prévio facilita todas as demais etapas do planejamento, pois cada público terá características próprias e necessidades e interesses especiais. Um grupo de idosos, por exemplo, possui mais tempo livre, geralmente aprecia a oportunidade de interação e troca de experiências, mas pode ter menos mobilidade, audição e visão, necessitando de programas especiais.

Pode-se caracterizar o público quanto ao seu nível cultural, idade, procedência, motivação, atividades que deseja realizar na área e tempo disponível. Para identificar quais as características do público que visita uma área são utilizados registros já existentes, observações, entrevistas e questionários (ver capítulo *Levantamento do Potencial Ecológico – Inventário*).

Públicos específicos podem ser atraídos por meio de convites, eventos direcionados e divulgação de programas especiais.

Exemplos dos tipos de público a que os programas educativos e interpretativos podem destinar-se são:

- a) Visitantes em geral, crianças, idosos, estrangeiros;
- b) Montanhistas e praticantes de esportes radicais;
- c) Professores de diferentes níveis;
- d) Estudantes de vários níveis e disciplinas;
- e) Extensionistas e outros técnicos da região;
- f) Cientistas e pesquisadores;
- g) Comunicadores (rádios, TVs, jornais, ...);
- h) Administradores e funcionários da área protegida;

- i) Comunidades locais (urbanas e rurais);
- j) Líderes locais, associações etc...

Quando se está planejando para o ecoturismo, há uma tendência em eleger como público-alvo apenas os visitantes. Porém, os programas educativos que visam o desenvolvimento do ecoturismo de base comunitária devem tentar atingir a toda a comunidade envolvida, incluindo os vários tipos de visitantes, os vários grupos de visitados, os funcionários e administradores das áreas naturais/culturais atrativas e as comunidades do seu entorno.

É evidente que um único programa não poderá atender às necessidades desses diferentes públicos, pois cada um tem suas próprias características e peculiaridades. Mas, em alguns casos, bastam pequenas adaptações para que um mesmo programa possa ser dirigido aos vários tipos de públicos, tornando-o mais eficaz.

Ⓟ **Passo 3 – Estabelecendo objetivos (Para quê?)**

Nesta etapa é preciso estabelecer com clareza quais são os resultados esperados no final do programa educativo e interpretativo. Para cada público esperam-se determinados resultados ou objetivos que devem ser estabelecidos desde o primeiro momento, logo após a definição dos públicos.

Para que as pessoas sintam-se conectadas com o ambiente, percebendo as conseqüências de suas atitudes (ou falta de atitudes) sobre este ambiente, os objetivos do programa educativo poderão ser o aporte de novos conhecimentos, a sensibilização, motivação, desenvolvimento de habilidades e conscientização. Os objetivos devem representar alternativas viáveis (dentro do contexto específico de uma área) a serem adotadas para que os resultados esperados do programa educativo e interpretativo sejam alcançados.

Objetivos verificáveis facilitam o plano, organizam as ações e produzem resultados tangíveis.

**EXEMPLO:****A FORMULAÇÃO DE OBJETIVOS PARA PROGRAMAS EDUCATIVOS E INTERPRETATIVOS**

Um problema-chave identificado em determinada região foi a caça e captura de espécies ameaçadas de extinção e protegidas no parque. O público-alvo, diretamente envolvido com o problema (caçadores), foi identificado na comunidade do entorno. Poderiam também ser envolvidos no programa educativo públicos multiplicadores e formadores de opinião.

Os objetivos formulados foram:

1. *Conscientizar o público sobre espécies ameaçadas.*
2. *Possibilitar à comunidade do entorno do parque amplo reconhecimento das espécies da fauna regional ameaçadas e protegidas, bem como conhecimento da legislação protetora e das penalidades previstas.*

O objetivo 1 é de difícil verificação. O que se entende por “conscientizar” e como poderia ser medido? Espera-se só conscientizar ou melhorar a conservação das espécies ameaçadas com mudanças de comportamento? Quem é o público? As espécies ameaçadas são da flora e da fauna?

O objetivo 2 é mais específico e pode ser facilmente verificável. O reconhecimento pode ser medido antes e depois do programa. O público foi definido, podendo ser nomeado e qualificado. “Espécies da fauna regional ameaçadas e protegidas” estabelece o foco e torna o objetivo mais prático e viável. A informação sobre a legislação e penalidades é adicional e visa tornar a proteção mais efetiva.

(Adaptado de *Berkmüller, 1984: p.120*)

Ⓟ **Passo 4 – Escolhendo as mensagens (O quê?)**

A escolha das mensagens a serem transmitidas reveste-se de grande importância. É aqui que o Programa começa a ter conteúdo. Conhecendo o público-alvo e os resultados esperados decide-se o que será incluído ou excluído do Programa. Ou seja, quais mensagens farão com que os resultados esperados sejam mais facilmente alcançados. Torna-se necessário um profundo conhecimento da área a ser trabalhada e seus recursos.

A pesquisa é fundamental nesta fase do planejamento e nada pode substituí-la, por mais difícil e cansativa que possa parecer. Pode-se pesquisar em bibliotecas, arquivos, instituições públicas, museus, jornais anti-

gos e atuais, revistas especializadas, ONGs, pesquisadores ou especialistas, moradores da região, entre outros.

Também é preciso ouvir o público-alvo antes de decidir sobre a escolha das mensagens. Saber o que as pessoas pensam, no que acreditam e o que valorizam pode ser surpreendente e decisivo na escolha das mensagens (temas) e conteúdos mais adequados.

Uma boa forma de conhecer o que pensam as pessoas sobre determinados assuntos é a aplicação de questionários ou entrevistas, além da convivência.

De um modo geral, o conteúdo deve responder à pergunta “o que o público-alvo precisa saber, compreender e acreditar para mudar seu comportamento?”

EXEMPLO:

ESCOLHENDO AS MENSAGENS DO PROGRAMA EDUCATIVO E INTERPRETATIVO

Se belas paisagens e espécies raras de pássaros constituem-se no principal atrativo ecoturístico de uma região e estão desaparecendo em conseqüência do desmatamento praticado por moradores locais pelo sistema de corte e queima, essa é a questão-chave a ser tratada, tendo como principal público-alvo a população local.

Para que o objetivo – diminuir ou eliminar o desmatamento – seja alcançado, a mensagem precisa ser assimilada por esse público-alvo, envolvendo questões do seu interesse.

Nesse caso, seria mais fácil produzir a mudança de comportamento esperada utilizando uma mensagem que relacionasse, por exemplo, a inundação de áreas residenciais, como conseqüência do desmatamento da bacia hidrográfica.

O desaparecimento de espécies raras e a perda de belas paisagens podem ser menos importantes para este público e não deveriam ser o foco da mensagem.

(Adaptado de Wood e Wood, 1990: p. 18-19)

A escolha e o desenvolvimento do tema podem ser facilitados pelo uso de algumas técnicas:

- a) Tempestade de idéias.
- b) Tempestade de metáforas e analogias.
- c) Tempestade de comparações.

Essas técnicas auxiliam a remover a "blindagem cultural" que costuma envolver os objetos do dia-a-dia, criando novas possibilidades na forma de vê-los e de tratá-los. Para que sejam efetivas, é necessário que todas as idéias formuladas sejam registradas, sem julgamento prévio. Só depois é que se estabelecerão relações, fazendo-se então uma seleção.

Mesmo assim, muitas idéias poderão ficar em ebulição até serem destiladas aquelas que serão pesquisadas. Com base nessas informações, as idéias vão sendo elaboradas e o desenvolvimento do tema vai sendo delineado e ajustado.

Ⓟ **Passo 5 – Selecionando estratégias (Como? Quem? Quando? Onde?)**

Nesta etapa escolhem-se os meios, os métodos e as técnicas mais adequados para a transmissão das mensagens educativas e



PERGUNTAS QUE AUXILIAM A DEFINIÇÃO DE UM TEMA

- ▶ O tema está formulado como uma oração completa?
- ▶ O tema conta uma história importante sobre o local, podendo enriquecer a experiência do visitante? Ele tem significância ecológica ou histórico-cultural?
- ▶ Este é um tema com significado (*pertinente*) para o público ao qual se destina?
- ▶ Este é um tema de meu interesse? Tenho vontade de pesquisá-lo? (*Entusiasmo é contagioso!*)
- ▶ No final da atividade, o público poderá, com facilidade, identificar o tema desenvolvido?

(Adaptado de Regnier, Gross e Zimmerman, 1994: p.12)

interpretativas: a escolha das estratégias interpretativas. A estratégia será a forma de chegar até o público-alvo e eficazmente comunicar a mensagem do programa.

A seleção dos meios, métodos e técnicas, local e momento apropriados será feita de acordo com os tipos de mensagens (temas) que se quer transmitir e os tipos de público que se deseja atingir.

Respondendo à pergunta “onde e quando interpretar”, pensa-se logo nos locais ou áreas com os principais atrativos ecoturísticos. São locais que oferecem excelentes oportunidades para observar interações ecológicas e culturais, e devem ser utilizados pelo programa. Não se pode esquecer, porém, que a interpretação, como instrumento educativo, pode ser utilizada em inúmeros ambientes (auditórios, salas de aula, hotéis, pousadas, centros de informação, ônibus e outros) e para todos os tipos de público, atendendo às variadas necessidades e oportunidades.

Quando se decide “como fazer a interpretação”, muitos aspectos devem ser considerados. Por parte do público, é importante considerar suas limitações de tempo, de interesses e motivações.

Há também que se considerar diferentes capacidades: há pessoas que captam melhor as informações pela visualização, outras pela audição, algumas precisam “tocar”; mas de um modo geral, captam e retêm mais a informação quanto mais puderem utilizar seus sentidos.

Independente de suas características específicas, as pessoas demonstram gostar mais, em ordem de importância, de:

- Envolvimento sensorial.
- Humor.
- Novas informações inteligíveis.
- Intérprete entusiasmado.

E desgostam de:

- Leituras.
- Intérprete que fala muito.
- Programas técnicos.
- Apresentações longas e sem entusiasmo.

Quanto aos meios interpretativos, não existem fórmulas ou receitas para a sua escolha, nem para a sua utilização. As infor-

mações disponíveis foram aprendidas com a experiência prática em determinados locais e circunstâncias.

Resta ainda um largo campo para o uso combinado da técnica e da arte. O importante é encontrar a forma de comunicação mais clara, objetiva e adequada ao público que já se escolheu.

É sempre bom que se faça um levantamento prévio do que já existe na região em termos de estruturas, equipamentos, materiais, além de experiências anteriores.

Na escolha, devem também ser considerados os fatores limitantes como espaço, tempo de utilização e custos. Mas o mais importante é aliar a técnica com a imaginação, criando novas alternativas de utilização para as potencialidades do local que, ao mesmo tempo, atendam às necessidades do público, aumentando a sua satisfação.

#### a) **Meios Interpretativos comumente utilizados**

Os meios interpretativos podem ser classificados em personalizados e não personalizados. Os meios personalizados proporcionam uma interação entre o público e uma pessoa que é guia ou intérprete. São vantagens dos meios personalizados:

- ☒ Possibilitam comunicação efetiva entre visitante e intérprete.
- ☒ A presença e atuação do intérprete despertam maior interesse.
- ☒ A mensagem pode ser adaptada para diferentes públicos.

São desvantagens:

- ☒ Requerem o treinamento e a presença do intérprete.
  - ☒ Sua efetividade depende da habilidade do intérprete.
  - ☒ Atendem pequenos grupos.
- d) Geralmente têm de médio a alto custo, a longo prazo.

Os meios *não personalizados* são os que não utilizam pessoas diretamente, apenas objetos ou aparatos.



EXEMPLO:

MEIOS INTERPRETATIVOS PERSONALIZADOS

Os exemplos mais comuns de meios interpretativos personalizados são:

- Trilhas Guiadas** – passeios conduzidos por um guia ou intérprete, em caminhos preestabelecidos.
- Audiovisuais com Atendimento Pessoal** – filmes, projeções, amplificação de sons em que o intérprete está presente para explicar e responder perguntas, ou é o palestrante.
- Palestras ou Conferências** – em diversos estilos, onde o especialista traduz seus conhecimentos em linguagem compreensível para o público.
- Animação Passiva** – representação em forma teatral, sem contar com a participação direta do público: pode passar uma mensagem complexa, criando um clima de realismo, que torna a visita memorável e facilita a apreciação e a conscientização; os animadores precisam ser bons para conquistar o interesse do público; reconstruir cenários, roupas e objetos pode ser caro.
- Animação Ativa** – simulações, jogos, representações teatrais, utilização de instrumentos em que o público participa utilizando conhecimentos prévios ou adquiridos durante a visita à área: aprender fazendo é mais efetivo, é provocativo, estimula a exploração de várias facetas individuais, permite que o intérprete esclareça conceitos; o êxito depende, em grande parte, da reação das pessoas e requer tempo e pessoal treinado, sendo aplicável somente a grupos reduzidos.

EXEMPLO:

MEIOS INTERPRETATIVOS NÃO PERSONALIZADOS

Os exemplos mais comuns de meios interpretativos não personalizados são:

- Trilhas Autoguiadas** – caminhos preestabelecidos onde se utilizam folhetos, placas, painéis e gravações sonoras.
- Audiovisuais Automáticos** – podem fornecer informação de alta qualidade, criam uma atmosfera especial, com aumento da receptividade; são geralmente caros, requerem fonte de energia e controle permanente.
- Exposições** – objetos ou coleções que ilustram ou explicam um tema, tanto em interiores, em centro de visitantes, como em exteriores.

São vantagens dos meios não personalizados:

- ☞ São auto-explicativos.
- ☞ Estão sempre disponíveis.
- ☞ Garantem a transmissão da mensagem planejada.
- ☞ Atendem grande número de visitantes.
- ☞ Constituem forma rápida de educação.

São desvantagens:

- ☞ Não possibilitam o esclarecimento de dúvidas.
- ☞ A mensagem é dirigida para um público médio.
- ☞ É difícil manter o interesse do visitante.
- ☞ Estão sujeitos a vandalismo.

Uma análise sobre os meios interpretativos mais utilizados nos Parques da América Latina (Morales, 1992) apresentou os seguintes resultados:

- ▶ **Meios mais utilizados** – Centros de interpretação (ou de visitantes), palestras, publicações, painéis, exposições, mirantes, excursões com guias, trilhas autoguiadas e audiovisuais.
- ▶ **Meios menos utilizados** – Jogos ecológicos, saídas noturnas e museus.
- ▶ **Meios mais eficazes** – Os personalizados, como as trilhas guiadas e as palestras.
- ▶ **Meios de maior alcance** – Os não personalizados, como as trilhas autoguiadas e os centros de visitantes ou de informações.
- ▶ **Meios que precisam ser mais desenvolvidos** – Trilhas autoguiadas, atividades lúdicas (conhecimentos básicos de psicologia infantil), arquitetura em harmonia com o meio natural, técnicas de comunicação inovadoras, como teatro e representações, a participação por meio do uso dos sentidos, o planejamento e a regularização do ecoturismo, e as exposições temporárias.

Ⓟ **Passo 6** – *Integrando algumas atividades, estabelecendo prazos (Quando?)*

Nesta etapa do planejamento o quadro geral do plano já está montado e alguns

ajustes provavelmente se farão necessários. Prevendo, por exemplo, o desenvolvimento das várias atividades semelhantes para públicos diferentes, pode-se pensar em juntar esses públicos, integrando as atividades, aproveitando tempo e pessoal. Pode-se também decidir pela integração de atividades a outros programas já em andamento.

Essas decisões, porém, precisam ser bem analisadas para que não se perca qualidade, dificultando os resultados. Algumas atividades, principalmente aquelas dirigidas a um público muito específico, ou que tratam de questões muito localizadas, requerem um desenvolvimento especial e devem ser mantidas separadas das demais.

Depois dos ajustes feitos, torna-se então possível estabelecer um cronograma de atividades que conterà uma previsão para os prazos de desenvolvimento do programa, estabelecendo o início e o fim de cada uma das atividades. Se o programa estender-se por mais de um ano, é aconselhável montar um cronograma para cada ano.

A elaboração desse cronograma, além de facilitar a organização das tarefas, facilitará o planejamento do passo seguinte, que trata da previsão dos recursos necessários, e será fundamental para a posterior avaliação.

Ⓟ **Passo 7** – *Prevendo as necessidades, distribuindo responsabilidades (Quem? Quanto?)*

A previsão dos recursos necessários deve ser feita de forma bem realista. Um planejamento mal feito, nesse sentido, leva a improvisações que colocarão em risco o sucesso de todo o programa.

Dois fatores poderão ser limitantes e precisam ser seriamente considerados: os recursos humanos e os recursos financeiros.

As atividades educativas de interpretação requerem pessoal treinado e capaz, além da implantação dos meios interpretativos. Um bom educador/intérprete precisa ser inteligente, ter a capacidade e a vontade de relacionar-se com o público e requer capacitação especializada. Na execução de um programa desse tipo, normalmente são

necessárias várias pessoas (recursos humanos), sendo importante que se faça uma real previsão, deixando bem claro quem fará o quê, organizando as ações e a divisão de responsabilidades.

**a) Como fazer previsões realistas?**

Pode-se iniciar imaginando cada uma das atividades como se elas já estivessem em desenvolvimento, prevendo em detalhes (e anotando) tudo o que envolvem: pessoal (inclusive de apoio), transporte, alimentação, hospedagem, materiais de consumo e permanente, serviços, estruturas locais, construções etc.

Após montar essa lista para cada atividade, monta-se uma única lista final na qual todos os itens semelhantes devem ser agrupados, e cada item quantificado e orçado. Essa listagem final pode ser estruturada em forma de um cronograma financeiro, com base no cronograma de atividades. Muitas vezes o orçamento final extrapola todas as previsões e são necessários ajustes.

**b) Como enfrentar as limitações financeiras e de pessoal?**

Diante da escassez de recursos, tanto humanos como financeiros, é provável que o programa tenha que ser multi-institucional. Sendo assim, é importante que se estabeleçam claramente as responsabilidades de cada um dos parceiros. Algumas agências, instituições e ONGs poderão participar só com apoio de pessoal, outras com material e/ou recursos financeiros, outras com o local. Todos os parceiros devem ser bem-vindos, desde que assumam um real comprometimento na viabilização da sua parte.

Para suprir a necessidade de pessoal seria interessante vincular o programa de interpretação a um programa de capacitação (ver capítulo *Programa de Capacitação Comunitária*). Atualmente, existem muitas possibilidades de financiamento para um bom programa de educação ambiental, como o Fundo Nacional do Meio Ambiente. (FNMA) Sempre é importante que se busquem alternativas que tornem o progra-

ma total ou parcialmente auto-sustentável, tanto em termos financeiros, como organizacionais e operacionais.

☐ IMPLEMENTANDO O PROGRAMA

Com o planejamento concluído e os recursos assegurados, chega o momento da execução do programa. A implementação é o planejamento posto em prática, é o momento em que as idéias saem do papel e passam a ser testadas na prática. Uma das causas de problemas nessa fase é que geralmente a equipe que planeja não é a mesma que implanta.

Nesse processo é necessário muita sensibilidade por parte da equipe, para que os erros e os acertos sejam percebidos e os ajustes possam ser adotados. Também é importante perceber e saber aproveitar as novas oportunidades que surgem no processo. Uma boa estratégia é manter um registro de tudo o que acontece. Esse registro facilitará a análise, a reflexão, a avaliação e a tomada de decisões.

☐ AVALIANDO OS RESULTADOS ALCANÇADOS

Esta última fase do programa interpretativo é, na realidade, um processo contínuo, que tem seu início já na fase do planejamento. É por meio da avaliação que o plano poderá ser ajustado – reflexão na ação.

O processo de avaliação é um instrumento de controle que vai demonstrar se o tempo, o pessoal e os recursos estão sendo utilizados de forma produtiva, se os objetivos estão sendo alcançados, e também se o educador escuta e aprende com o público.

Um programa educativo e interpretativo, mesmo bem elaborado, não terá valor se não alcançar os resultados esperados. A avaliação possibilitará ainda conhecer e quantificar os resultados alcançados, previstos ou não no planejamento.

O modelo de avaliação denominado Planejamento-Processo-Produto (PPP) tem sido aplicado com sucesso em programas de

educação ambiental. Esse modelo envolve três etapas integradas, nas quais a avaliação é um processo permanente.

O Quadro 3 dá uma idéia desse processo de avaliação, exemplificando o que pode

ser avaliado e os tipos de decisões possíveis em cada uma das etapas. Quando os objetivos do programa forem claros e verificáveis, avaliar o seu produto fica bem mais fácil.

☐ QUADRO 3

MODELO DE AVALIAÇÃO (Pádua e Jacobson, 1993)		
PLANEJAMENTO	PROCESSO	PRODUTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necessidades</li> <li>• Participação da comunidade</li> <li>• Metas e objetivos</li> <li>• Avaliação dos recursos (humanos e materiais)</li> <li>• Suporte institucional</li> <li>• Orçamento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Métodos</li> <li>• “Design” e escolha das atividades</li> <li>• Estratégias (antes da visita; no local; após visita)</li> <li>• Treinamento de pessoal</li> <li>• Administração</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas e objetivos atingidos</li> <li>• Resultados esperados</li> <li>• Resultados não esperados</li> <li>• Uso dos dados para modificar ou reforçar o programa</li> <li>• Divulgação dos resultados</li> </ul>
<p><b>Decisões:</b> Estruturação do programa e do “design”</p>	<p><b>Decisões:</b> Mudanças e aperfeiçoamentos</p>	<p><b>Decisões:</b> Mudanças e melhorias futuras</p>
<b>RETROALIMENTAÇÃO</b>		

SEÇÃO 2  
**7**

Os produtos ou resultados alcançados, de um modo geral, estarão relacionados com:

- a) A conservação da área visitada.
- b) O nível dos impactos ambientais e/ou culturais e das mudanças de comportamento dos visitantes, visitados e comunidades do entorno.
- c) O grau de satisfação dos visitantes.
- d) A qualidade de vida dos visitados.

b) Questionários abertos ou fechados, com pré e pós-testes.

- c) Entrevistas.
- d) Depoimentos.
- e) Registros fotográficos.
- f) Filmagens.
- g) Gravações.
- h) Análises de impactos.

As técnicas de avaliação mais comumente utilizadas têm sido:

- a) Observações sistemáticas.

Testes piloto, especialmente planejados e monitorados, podem medir e demonstrar a eficiência do Programa.

QUADRO 4

**ELEMENTOS DE UM PROGRAMA DE EDUCAÇÃO/INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL QUE CONDUZEM AO SUCESSO**

**PLANEJAMENTO**

- Tem metas claras.
- Apresenta objetivos mensuráveis e realistas.
- Adota abordagem interdisciplinar.
- Identifica os públicos-alvo e os envolve no processo.
- Avalia as características sócio-educativas e econômicas dos públicos.
- Proporciona programas relevantes para a população local.
- Desenvolve o necessário suporte comunitário, organizacional, governamental e empresarial.
- Possui um plano orçamentário.
- Desenvolve um plano sustentável interno/organizacional.
- Desenvolve estratégias para problemas potenciais e resolução de conflitos.

**IMPLEMENTAÇÃO**

- Adota uma abordagem integrada.
- Usa efetivamente as organizações e associações existentes.
- Estimula a participação ativa e voluntária.
- Envolve criativamente participantes relutantes.
- É sensível à audiência.
- Proporciona contato direto com o ambiente natural e/ou cultural.
- Utiliza efetivamente ecossistemas/recursos/espécies chaves/sítios...
- Seleciona meios educativos apropriados.
- Utiliza eficientemente a mídia.
- Focaliza valores econômicos e culturais.
- Prevê incentivos para a conservação.
- Mantém a qualidade do programa prazerosa e informal.
- É flexível.

**PRODUTO (AVALIAÇÃO)**

- Avalia continuamente os componentes do programa.
- Utiliza mais de um método de avaliação.
- Utiliza efetivamente a retroalimentação para modificação do programa e criação de novos programas.
- Liga o programa com outros componentes da conservação, por exemplo, incentivos econômicos e culturais.
- Transfere o programa para o controle e suporte local.
- Desenvolve planos para a sustentabilidade a longo prazo.
- Dissemina amplamente seus resultados.

*(Jacobson, 1995)*

## 2. Trilhas Interpretativas

Caminhar, passear, escalar, excursionar longe do atropelo, da aglomeração e do tráfego de veículos é hoje em dia um dos passatempos favoritos de um grande número de pessoas. Muitas destas atividades são realizadas em trilhas em meio natural, principalmente em áreas protegidas. Trilhas são, além de tradicional meio de deslocamento, caminhos através do espaço geográfico, histórico e cultural que, atualmente, vêm sendo utilizadas como meio de contato das pessoas com o ambiente. E as trilhas interpretativas constituem-se num dos instrumentos educativos mais facilmente utilizados em programas de ecoturismo.

Diferentes estratégias estão sendo utilizadas para transformar a recreação em trilhas em oportunidades prazerosas de educação, traduzindo para o visitante os fatos que estão além das aparências, tais como leis naturais, interações, funcionamentos, história ou fatos que, mesmo aparentes, não são comumente percebidos. Têm o propósito de desenvolver nos usuários um novo campo de percepções, levando-os a descobrir um mundo ainda não conhecido. Mesmo para visitantes já experientes em caminhadas por trilhas em diversos ambientes e ecossistemas, como os montanhistas, programas interpretativos criativos e, de fato, focados na realidade local, serão apreciados.

Uma trilha interpretativa é um meio e não um fim. Deve ser planejada de acordo com os objetivos do programa interpretativo e as características e valores intrínsecos que o local oferece. O capítulo *Manejo de Trilhas* trata do planejamento, construção e manutenção de trilhas. A abordagem neste capítulo é voltada para a interpretação ambiental de trilhas.

### ☐ TIPOS DE TRILHAS INTERPRETATIVAS

#### a) **Trilhas guiadas**

São trilhas que requerem a presença de um intérprete treinado, que acompanha os

visitantes na caminhada, levando-os a observar, sentir, experimentar, questionar e descobrir os fatos relacionados ao tema estabelecido. A sua eficiência é influenciada pela capacidade do guia. Os temas podem variar conforme interesses e objetivos diversos.

#### b) **Trilhas autoguiadas**

São trilhas com pontos de parada marcados onde o visitante, auxiliado por placas, painéis ou por folhetos contendo informações em cada ponto, explora o percurso sem o acompanhamento de um guia.

##### ☒ *Trilhas autoguiadas com placas ou painéis interpretativos*

O tema é desenvolvido por meio de mensagens (textos, imagens, gravuras) gravadas em placas ou painéis, colocados em pontos estratégicos (pontos de interesse).

##### ☒ *Trilhas autoguiadas com folhetos interpretativos*

O tema é desenvolvido em um folheto explicativo, contendo referência aos pontos de parada na trilha. Os folhetos podem conter mensagens mais detalhadas do que as placas. Esse tipo de trilha comporta temas diferentes a serem utilizados nos mesmos pontos de parada, de acordo com o perfil e interesse do usuário/visitante.

##### ☐ *Como preparar a interpretação de uma trilha guiada*

O planejamento de uma trilha guiada começará sempre com o reconhecimento e pesquisa da área a ser interpretada, seja em que ambiente for. Conhecer bem a área, percorrendo muitas vezes o caminho, facilita a escolha dos possíveis temas, prepara para as possíveis perguntas e possibilita o melhor aproveitamento de fatos novos.

Durante este reconhecimento é sempre bom ir pensando tematicamente: “Quando as pessoas terminarem a caminhada gostaria que soubessem que...”.

Com base no conhecimento da área e do público e diante dos objetivos do programa, a planificação seguirá a regra 2-3-1 (prepara-se primeiro o corpo da apresentação, depois a conclusão, e por último a introdução), com cinco ou menos idéias

principais e uma abordagem interpretativa (amena, pertinente, organizada e temática).

As possibilidades de interpretação guiada variam de acordo com o local, o público e os objetivos propostos. Por exemplo:

- a) Um biólogo pode conduzir um grupo em uma trilha no interior de uma floresta e mostrar como as diferentes partes do ecossistema estão relacionadas.
- b) Um extensionista pode levar um grupo de agricultores a um campo demonstrativo, mostrando como a conservação do solo aumenta a colheita.
- c) Um guia pode demonstrar aos visitantes como funcionava uma antiga aldeia.

A interpretação guiada pode ocorrer ainda em edifícios e instalações, centros de visitantes, museus, centros históricos, cavernas, zoológicos, jardins botânicos, cemitérios, lavouras, parcelas experimentais de cultivo, estradas, rios, monumentos etc.

Mesmo com objetivos e conteúdos diferentes, todas essas caminhadas representam o mesmo tipo de desafio para quem as planeja e guia: criar consciência, incorporar apreciação e/ou sugerir uma nova maneira de pensar ou encarar algo. A organização da caminhada em etapas, com propósitos definidos (início, meio e fim), facilita a superação do desafio.

☐ QUADRO 5

**PARTES DE UMA CAMINHADA GUIADA  
E SEUS PROPÓSITOS**

- ☐ **Preparação para a saída:**
  - ▶ Apresentação do guia e saudação aos participantes.
  - ▶ Informação sobre a duração e grau de dificuldade da caminhada.
  - ▶ Informação e verificação sobre qualquer roupa ou equipamento necessários.
  - ▶ Recomendações sobre normas de conduta e de segurança.
  - ▶ No caso de trilhas extensas, abordagens sobre condicionamento físico e prática de exercícios de aquecimento e alongamento muscular.
  - ▶ Busca de cordialidade e clima amistoso.
- ☐ **Introdução** (*no local de saída ou próximo da primeira parada*):
  - ▶ Introdução ao ambiente (ecossistema) visitado.
  - ▶ Orientação sobre o tópico e o tema da caminhada.
  - ▶ Orientação sobre a organização do tema nas paradas, dando idéia de unidade (uma história em vários capítulos e não várias histórias).
  - ▶ Motivação para a participação.
  - ▶ Criação de expectativa e curiosidade.
- ☐ **Corpo** (*ao longo das paradas*):
  - ▶ Apresentação do tema em cada uma das paradas.
  - ▶ Transmissão de informações pertinentes ao tema, sem fugir das idéias principais;
  - ▶ Resposta às perguntas.
  - ▶ Transição de uma parada a outra sem cortes, mantendo a unidade e a expectativa.
- ☐ **Conclusão** (*última parada*):
  - ▶ Reforço da mensagem.
  - ▶ Relação entre o tema e as coisas vistas e discutidas ao longo do caminho.
  - ▶ Finalização, com agradecimentos do guia e da instituição pela participação.

☞ *O guia-intérprete*

*e o sucesso das caminhadas*

A imagem e o comportamento do guia-intérprete pode influir diretamente na resposta da audiência durante a atividade. De um modo geral, os guias podem ser enquadrados em quatro tipos de personalidades:

- △ **O policial** – Preocupa-se bem mais com a proteção do ambiente local do que com a interpretação, não confia na audiência e está sempre recordando as regras e fazendo recomendações.
- △ **A máquina** – Comporta-se como repeti-dor humano da mensagem, dizendo de memória todo o conteúdo da excursão, quase sem respirar.
- △ **O sabe-tudo** – É o recitador de dados e informações técnico-científicas, que aproveita a excursão para demonstrar tudo o

que sabe sobre aquele tópico e mais ainda.

- △ **O anfitrião** – Recebe sua audiência mais como convidados a participar de um evento especial, do que como ouvintes passivos, ouvintes insaciáveis ou ameaças ambientais. É o tipo de guia com maior êxito.

Independente de suas características de personalidade, um guia-intérprete é sempre um educador. Seu compromisso é fazer com que as pessoas conheçam, aprendam, se interessem e participem ativamente da conservação de seu ambiente natural e cultural. O melhor dos planos poderá não ter sucesso se o guia não atuar como um profissional intérprete.

☐ QUADRO 6

**COMO TORNAR UMA CAMINHADA MAIS DINÂMICA**

- ☐ Tenha à mão ajuda visual e material de apoio à comunicação para usar tanto nas paradas previstas como em oportunidades inesperadas (guias de campo, binóculo, lentes manuais, termômetro, trena, corda, mapas, fotos, desenhos, gravador, gravações, argila, amostra de solos, partes de animais e de plantas, fantoches, bonecos, artefatos) conforme o tema e o local a ser percorrido.
- ☐ Faça uso das prefigurações e do mistério, principalmente na transição entre as paradas.
- ☐ Incorpore atividades curtas em suas paradas, como medições, uso dos sentidos, jogos, adivinhações.
- ☐ Faça perguntas para envolver intelectualmente as pessoas no que você está fazendo. Elas servem para aumentar a atenção e podem ajudar em comparações, deduções, resoluções de problemas, demonstrações, avaliações.
- ☐ Envolve seu grupo na caminhada, estimulando cada um a usar todos os sentidos na busca de coisas que você possa não estar percebendo ou que lhes interesse.
- ☐ Se a sua caminhada for em um ambiente natural, não esqueça que esta é uma oportunidade para que as pessoas redescubram o seu lugar no mundo e aprendam sobre si mesmas. O papel do intérprete é o de assisti-las nessa descoberta.

*(Adaptado e ampliado de Ham, 1992: p. 147-149)*



□ *Como preparar a interpretação de uma trilha autoguiada*

O planejamento de uma trilha autoguiada também inicia-se pelo reconhecimento exaustivo da área: seus recursos, potencialidades, usos, limitações, problemas.

A interpretação autoguiada também pode ser feita em variados locais, devendo-se levar sempre em conta que as pessoas farão sua caminhada sem o acompanhamento de um guia. Portanto devem ser evitados locais naturalmente frágeis, suscetíveis a impactos e locais que possam representar riscos à segurança do público, como beiras de precipícios, autopistas, locais com plantas venenosas ou animais perigosos.

A opção pelo método autoguiado é uma alternativa interessante à medida que mantém as informações sempre disponíveis para o público, todos os dias e a qualquer hora. Não necessitando de um guia intérprete, torna-se mais barata que as atividades guiadas, apesar dos maiores custos iniciais. Também atende às necessidades de quem prefere usufruir de uma caminhada desacompanhado.

A caminhada autoguiada representa sempre um desafio para quem a planeja e implanta: atingir os objetivos recreativos-educativos, capturando a atenção e a imaginação da audiência, sem o auxílio de um guia.

Para a apresentação do tema (conteúdo, mensagens), em cada parada são geralmente utilizados dois tipos de meios: folhetos interpretativos ou painéis.

O folheto interpretativo apresenta um conteúdo para cada um dos pontos de parada, os quais são marcados por discretas e pequenas placas numeradas ao longo da trilha. Os visitantes param em cada um dos locais numerados e lêem no folheto o texto respectivo. Esses folhetos devem ser visualmente atrativos, de preferência bem ilustrados, e com textos curtos e de fácil leitura.

Para uma mesma trilha podem ser elaborados folhetos com diferentes temas, como história, cooperação entre seres vivos, relações animal-plantas, diversidade de for-

mas, tamanhos, texturas e cores, importância da água e muitos outros. Para um mesmo tema podem ser feitos folhetos adaptados para diferentes públicos, diferentes estações do ano, diferentes idiomas.

Os painéis ou placas apresentam diretamente o tema a ser lido em cada local, o que limita a quantidade de informação, geralmente muito resumida. A opção por essa forma de interpretação é mais adequada para locais que recebem grande número de visitantes, devendo ser evitada em zonas ou áreas consideradas mais primitivas, onde o guia tem papel fundamental.

O desenvolvimento do tema ao longo das paradas, tanto em forma de folhetos como em painéis, deve seguir os princípios da interpretação, adotando uma linguagem amena, pertinente (com significado e pessoal), organizada (não pode requerer muito trabalho da audiência) e temática (tem uma mensagem organizada a ser comunicada).

Deve também ser estruturada de forma a apresentar uma introdução, um corpo e uma conclusão, de forma resumida e atraente, contando em capítulos uma história que tenha mensagem, com início, meio e fim. Isso é o que distingue uma caminhada autoguiada interpretativa daquelas que só identificam uma miscelânea de coisas isoladas.

As informações de cada parada devem conter, em primeiro lugar, um título-tema, que expresse a idéia central da parada; já que a maioria das pessoas só lê os títulos. Se estes enfocarem apenas o tópico – “A agricultura”; “Erosão do Solo”; “Plantas Mediciniais” – transmitirão bem menos do que títulos-temas, tais como: “Nossas Vidas Dependem da Agricultura”; “Estamos Perdendo o Nosso Solo”; “A Floresta é Sua Farmácia”.

Assim, as informações devem ser organizadas para:

- a) Enfocar a atenção da audiência no detalhe que está sendo interpretado.
- b) Explicar o que é significativo ou importante de observar no detalhe.

c) Amarrar a explicação ao tema ou mensagem.

A planificação também deve ser cuidadosa quanto às relações existentes entre o conteúdo tratado em cada parada e o que pode ali ser observado. Quanto ao número de paradas, não existe um consenso. Alguns recomendam 15 a 18 paradas em 1 km, outros sugerem entre 20 a 30, e outros dizem

que 12 é um número ótimo. A prática demonstra que não se deve exceder 15 paradas, sendo 10 ou 12 um bom número. Mais importante do que o número é fazer com que cada parada seja clara, curta e envolvente. Obviamente que a definição do número de paradas envolve também os elementos da natureza a serem observados e quanto mais rica a biodiversidade, maiores as oportunidades de interpretação.

☐ QUADRO 7

DEZ CARACTERÍSTICAS DE UMA PARADA TEMÁTICA EFETIVA	
1.	Tem um título-tema (não só um título-tópico).
2.	Enfoca diretamente um fato visível e de interesse.
3.	Explica os fatos de forma rápida e interessante.
4.	Relaciona o tema da parada com o tema geral da caminhada.
5.	Contém menos de 65 palavras.
6.	Tem orações curtas, com menos de 20 palavras cada uma.
7.	Usa verbos simples e na voz ativa, sempre que possível.
8.	Apresenta uma linguagem familiar, sem utilizar termos técnicos.
9.	Utiliza recursos visuais para ilustrar a mensagem.
10.	Estimula a participação da audiência, sempre que possível (com perguntas ou sugestões de atividades ou buscas).

(Ham, 1992: p.314)

▷ **Utilizando algumas Técnicas da Comunicação Visual**

Um texto que seja realmente interpretativo é sempre resultado de inspiração, bem mais do que de técnica. Porém, algumas técnicas de comunicação visual podem torná-lo mais atrativo e interessante.

Tanto os folhetos como os painéis devem ter: unidade, ênfase, equilíbrio e cor.

Para que se tenha unidade, todos os elementos (moldura, tipos de letra, cores, formas, linhas, ângulos, ilustrações) devem ser consistentes entre si, formando um conjunto harmônico.

Quando se deseja atrair a atenção para um título, uma idéia, uma ilustração, estes podem ser enfatizados ou salientados dentro do conjunto por meio de tamanhos, formas ou cores diferenciadas.

O equilíbrio está associado à distribuição espacial dos diferentes ‘pesos’ visuais com a qual se obtêm simetrias ou assimetrias.

Não existem critérios para a escolha das cores, mas de um modo geral utiliza-se um esquema cromático, formado por uma cor predominante e outras cores (uma, duas, raramente três) que ressaltam a predominante, harmonizando-se com ela. Deve-se atentar para não se utilizar cores fortes que agridem a paisagem de entorno.

Cuidado especial deve ser dispensado à escolha da forma e distância das letras, de símbolos e uso de gráficos. De um modo geral é recomendado o uso de letras minúsculas. Letras maiúsculas só devem ser utilizadas em títulos com poucas palavras. A variação do tamanho das letras – alturas e larguras – facilita o reconhecimento e a

memorização das palavras em forma de textos. Também os espaçamentos entre as letras, palavras e linhas, podem facilitar ou dificultar a leitura.

Quanto ao material a ser utilizado na montagem dos painéis, devem ser consideradas basicamente as relações entre a durabilidade, o custo e a estética.

O tamanho dos painéis (incluindo seu suporte) e a sua localização precisam estar adaptados ao ambiente, formando um conjunto harmônico.

Para as áreas naturais protegidas como unidades de conservação federais, o IBAMA editou um manual que estabelece as normas e padrões a serem seguidos nas placas de sinalização e de interpretação.

▷ *Métodos que se complementam*

Os diferentes tipos de trilhas interpretativas apresentam vantagens e desvantagens. O ideal seria poder contar, no mínimo, com os três tipos básicos de interpretação para cada trilha. Os painéis oferecem permanentemente uma orientação resumida para as descobertas do público. Os folhetos, já com maiores detalhes, podem ser distribuídos para grupos ou pessoas interessadas. Em datas e horários preestabelecidos um guia-intérprete poderá estar à disposição para o acompanhamento de grupos previamente inscritos.

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

A interpretação ambiental oferece caminhos que facilitam a conexão entre as pessoas e seus ambientes. Utilizada de forma eficiente, viabiliza os objetivos educativos do ecoturismo de forma prazerosa, conciliando a recreação com a educação.

Porém, não existem fórmulas mágicas. Todas as orientações existentes auxiliam muito na tomada de decisão, mas é fazendo que realmente se aprende. Mesmo porque cada local é único e requer soluções apropriadas.

O grande objetivo é fazer com que o ecoturismo resulte em benefícios para todos os

envolvidos, de forma que cada vez mais pessoas se re-liquem ao seu ambiente, aprendam a avaliar as conseqüências das suas ações e possam tomar decisões conscientes.

É importante lembrar que abordagens de educação ambiental em projetos de ecoturismo iniciam-se com programas voltados para a comunidade local, inserem-se no planejamento dos produtos, executam-se na venda aos ecoturistas e consomem-se durante os programas de visitaçao.

#### V. BIBLIOGRAFIA

Muitos textos, dados e exemplos utilizados no capítulo foram retirados das publicações a seguir, as quais também são recomendadas como leituras complementares.

- BOO, Elizabeth. 1992. The Ecotourism Boom: Planning for Development and Management. WWF and WHN. Technical Paper Series. Washington, DC, USA.
- BERKMÜLLER, Klaus. 1984. Environmental Education about the Rain Forest. University of Michigan Press. Ann Arbor, MI, USA.
- \_\_\_\_\_. 1981. Guidelines and Techniques for Environmental Interpretation. University of Michigan Press. Ann Arbor, MI, USA.
- CORNELL, Joseph. 1996. Brincar e aprender com a natureza: um guia sobre a natureza para pais e professores. SENAC. São Paulo
- SERRANO, Célia [org]. 2000. Educação pelas Pedras: ecoturismo e educação ambiental. Chronos. São Paulo.
- FAO. 1989. Informe del Taller Intemational Sobre Interpretacion Ambiental en Áreas Silvestres Protegidas. Anais, 6 a 12 de Diciembre de 1988. FAO/PNUMA. Santiago, Chile.
- HAM, Sam H. 1992. Interpretacion Ambiental. Una Guia Practica para Gente con Grandes Ideas y Presupuestos Pequeños. North American Press.

- Golden, , CO, USA.
- IBAMA. 1994. Programa Nacional de Educação Ambiental - 1994 a 2000. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), versão preliminar. Brasília, DF.
- JACOBSON, Suzan.K. 1991. Evaluation Model for Developing, and Assessing Conservation Education Programs: Examples from Belize and Costa Rica. In *Environmental Management*, nº 15, Vol. 2, pp. 143-150.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Conserving Wildlife Intemafional Education and Communication Approaches*. Columbia University Press. New York, NY, USA.
- MILANO, Miguel S. 1993. Unidades de Conservação: Conceitos Básicos e Princípios Gerais de Planejamento, Manejo e Administração. In *Manejo de Áreas Naturais Protegidas*. Curso, 24 a 28 de maio de 1993. UNILIVRE. Curitiba, PR.
- MILLER, Kenton. 1980. *Planificación de Parques Nacionales para el Ecodesarrollo en Latinoamérica*. FEPMA. Madrid, Espanha.
- MORALES, Jose. 1989. Un Recorrido por la Interpretación. In *Informe del Taller Internacional sobre Interpretación Ambiental en Áreas Silvestres Protegidas*. 6 a 12 de diciembre de 1988. FAO/PNUMA, série Informes. Santiago, Chile ,p.54 a 60.
- NATIONAL PARKS AND CONSERVATION ASSOCIATION. 1988. *Interpretation: Key to the Park Experience*. NPCA. Washington, DC, USA.
- O'DONOGHUE, R.B. e TAYLOR, J. 1988. *A Handbook of Evaluation Techniques for Environmental Interpretation*. Team Ungani Valley Project.
- PÁDUA, Suzana M. 1991. *Conservation Awareness Through an Environmental Education School Program at Morro do Diabo State Park, São Paulo, Brazil*. Dissertação de Mestrado. University of Florida, USA.
- \_\_\_\_\_. 1994. *Conservation Awareness through an Environmental Education Programme In the Atlantic Forest*. In *Brazil Environmental Conservation*. nº 21, Vol. 2, pp. 145-152.
- PIRES, Paulo.S. 1993. *Turismo em Áreas Naturais Protegidas*. In *Manejo de Áreas Naturais Protegidas*. Curso, 24 a 28 de maio de 1993. UNILIVRE. Curitiba, PR.
- SHARPE, G. W. 1976. *Interpreting the Environment Outdoor Recreation*, John Wiley and Sons. New York, NY, USA.
- SPANGLE, P., e PUTNEY, A. D. 1974. *Planificación de Programas Interativos*. FAO. Santiago, Chile.
- TABANEZ, Marlene. F., e CONSTANTINO, E.P. 1986. *Análise da Freqüência à Floresta de Recreação e Educação Ambiental de Assis*. Boletim Técnico do Instituto Florestal. São Paulo, nº 40: 54 -76, edição especial.
- \_\_\_\_\_, e MACHADO, S.I.P. 1992. *Percepções da Comunidade sobre a Estação Experimental de Assis*. Revista do Instituto Florestal. São Paulo, no 4: 1144 -1152.
- TAKAHASHI, Leide. 1995. *Estabilidade do Ecosistema x Recreação*. Universidade Federal do Paraná (fotocópia). Curitiba, PR.
- TRAPP, S., GROSS, Michael., e ZIMMERMAN, . 1994. *Signs, Trails and Wayside Exhibits.- Connecting People and Places*. UW-SP Foundation Press. University of Wisconsin , USA.
- UNEP. 1988. *People, Parks and Wildlife - Guidlines for Public Participation ín Wildlife Conservation*. Case Studies in Kenia. UNEP. Nairobi, Kênia.
- VALADARES-PÁDUA, C. e PÁDUA, Suzana. *Um Programa Integrado de Conservação da Natureza: Pesquisa, Educação e Envolvimento Comunitário*. IPE. Piracicaba, SP.
- VASCONCELLOS, Jane Maria de O. 1996. *Bases Gerais de Educação Ambiental e Interpretação da Natureza*. In: *Manejo de Áreas Naturais Protegidas: Teoria e Prática*. Curso, 19 de maio a 02 de junho de 1996. UNILIVRE. Curitiba e Guaraqueçaba, PR.
- \_\_\_\_\_. 1998. *Avaliação da Visitação*

Pública e da Eficiência de Diferentes Tipos de Trilhas Interpretativas no Parque Estadual Pico do Marumbi e Reserva Natural Salto Morato. Tese de Doutorado em Ciências Florestais, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, PR.  
WOOD, David S. e Wood, Diane W. 1990.

Como Planificar Un Programa de Educación Ambiental. WRI. Washington, DC, USA.  
ZABALETA, P. de B., MOLINO, C. H. e DIAZ, A. P. 1991. Resposta Educativa a la Crisis Ambiental. CIDE. Madrid, Espanha.

## ANEXO

### MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA

#### 7 SEÇÃO 2

Abaixo apresentamos dois dos diversos materiais interpretativos elaborados pela parceria entre o WWF-Brasil e IBAMA para o projeto de Uso Recreativo do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha.

O primeiro refere-se aos textos contidos nas placas na Trilha dos Golfinhos, auto-guiada. O segundo diz respeito aos textos que compõem o folheto Ecossistema Marinho, com abordagem interpretativa da riqueza da vida marinha e também destacando as espécies de golfinhos e tartarugas, dois dos projetos conservacionistas lá executados.

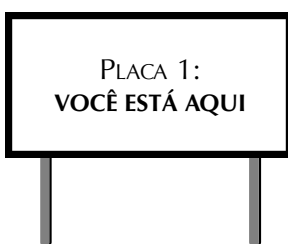
Esses textos serviram de base para elaboração final de folhetos e placas e são apenas um indicativo de como foi preparado o material.

Os textos das placas e do guia temático marinho foram depois modificados em sucessivos processos de edição, seja para adequação ao tamanho dos materiais, seja por questões de linguagem, seja por necessidade de complementar ou eliminar informações.

#### SISTEMA DE PLACAS INTERPRETATIVAS

##### TRILHA DOS GOLFINHOS

*Trilha auto-guiada com placas de interpretação, sinalização, advertência e segurança*



##### PLACA 1: VOCÊ ESTÁ AQUI

***Seja bem-vindo***

***Aqui começa a Trilha dos Golfinhos***

*Características:*

- △ caminhada guiada das 5:00 às 8:00 horas
- △ caminhada livre das 8:00 às 17:00 horas
- △ percurso circular com 2,2 km de extensão
- △ baixo nível de dificuldade

*Principais atrativos:*

- △ observação dos golfinhos, aves e outros animais;
- △ acesso à Praia do Sancho, com banho e mergulho livres
- △ acesso à trilha Sancho-Porcos

Lendo as placas, ao longo do caminho, você terá oportunidade de conhecer um pouco mais sobre os animais que vivem neste Parque. São mamíferos, répteis e muitas aves, terrestres e marinhas. Para conhecê-los melhor preste atenção em todas as características do ambiente, pois tudo está relacionado, nada existe de forma isolada.

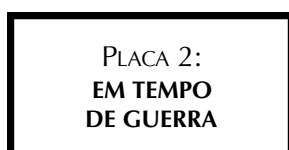
Durante sua caminhada observe as normas do Parque, principalmente:

- caminhe somente na trilha

## ANEXO

MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL  
DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA

- respeite o ambiente e todas as formas de vida
- não perturbe os animais, caminhe em silêncio
- não alimente os animais
- não danifique a vegetação
- não retire nada do ambiente
- ajude a manter o Parque limpo



PLACA 2: **EM TEMPO DE GUERRA** (à direita da atual área de estacionamento do Sancho, atrás da cerca)

Esta edificação era uma bateria, de artilharia de costa, durante a II Guerra Mundial. Esta bateria foi construída com pedras em grande parte retiradas do Forte São João Batista dos Dois Irmãos. Durante a guerra, esta região da ilha, chamada de Quixaba, era habitada por cerca de 3.000 soldados, entre brasileiros e americanos.



PLACA 3: **AS AVES TERRESTRES** (na trilha dos Golfinhos)

Neste caminho você poderá ir conhecendo as aves terrestres que habitam a ilha: arribações (*Zenaida auriculata noronha*), cocorutas (*Elaenia spectabilis*); cebitos (*Vireo gracilirostris*).

As arribações constroem seus ninhos nos galhos das árvores mais altas, como o mulungu e a gameleira. Isto parece ser uma adaptação local para proteger os ovos contra os ataques do lagarto-teju, pois no continente seus ninhos são feitos no chão.



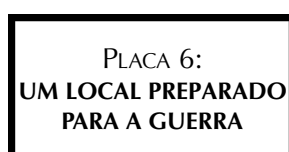
PLACA 4: **ÁREA DE RECUPERAÇÃO FLORESTAL** (+ ou - 160m)

Aqui já existiu uma densa Floresta Atlântica Insular. Agora ela está sendo recuperada com o plantio das espécies de árvores mais características da floresta original. Por ser uma floresta insular, isolada do continente, sua recuperação natural, sem o auxílio de uma intervenção humana, seria bastante difícil. Participe deste esforço respeitando este berçário natural.



PLACA 5: **ÁREA DE RECUPERAÇÃO FLORESTAL** (400m)

Um dos objetivos deste Parque Nacional Marinho é a conservação da sua vegetação. É por isso que as áreas alteradas precisam ser recuperadas. Mesmo sendo impossível reproduzir a floresta original, com o plantio e a proteção destas novas árvores, um dia toda esta região será novamente uma floresta repleta de vida. As árvores aqui plantadas são o joão-mole, o jité, a quixabeira, o mulungu e o ipê.



PLACA 6: **UM LOCAL PREPARADO PARA A GUERRA**

Devido à sua localização estratégica, Fernando de Noronha foi transformada em posto avançado de defesa contra o eixo - Alemanha, Itália e Japão. Nesta ocasião a ilha foi ocupada por cerca de 5000 militares brasileiros e, também, norte-americanos. Esta é uma BATERIA ANTIÁEREA construída durante a 2ª Guerra Mundial (1939-1945), como parte do sistema defensivo aqui montado pelo exército brasileiro.

ANEXO

**MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA**

PLACA 7:  
ÁREA DE  
RECUPERAÇÃO  
FLORESTAL

PLACA 7: **ÁREA DE RECUPERAÇÃO FLORESTAL** (na quixabeira, entre 600 e 700m)

O João-mole e o Jitó, aqui plantadas, são espécies chamadas de pioneiras. Elas agüentam muito sol e crescem rápido, criando a sombra necessária para o desenvolvimento das mais sensíveis ao sol. Quando estas últimas crescerem vão criar um ambiente com muita sombra e, então, as pioneiras vão desaparecer, ficando apenas nas beiras dos caminhos ensolarados. Este é o processo de sucessão das espécies da floresta que fará esta trilha voltar a ter muito mais vida e também sombra.

7  
SEÇÃO 2

PLACA 8:  
O QUE VOCÊ PODE  
OBSERVAR DAQUI

PLACA 8: **O QUE VOCÊ PODE OBSERVAR DAQUI** (Próximo ao mirante)

No mar, em frente, nadam os golfinhos rotadores e, próximo da base do penhasco, as tartarugas-de-pente juvenis se alimentam. Voando ou abrigando-se nas árvores e nas rochas das encostas há várias espécies de aves marinhas. Nas pedras, junto ao chão, correm muitas lagartixas mabuias, enquanto os mocós escondem-se nas frestas.

PLACA 9:  
OS GOLFINHOS

PLACA 9: (na beira do mirante)

**Texto 1: OS GOLFINHOS AVISTADOS NAS ÁGUAS DA BAÍA**

Os golfinhos observados nesta enseada são mamíferos marinhos da ordem dos Cetáceos, que vivem nas regiões tropicais, subtropicais e temperadas quentes de todos os oceanos. Seu nome científico é *Stenella longirostris*, devido ao seu bico longo e fino.

Estes golfinhos podem atingir 2 metros e 75 quilos e são comumente chamados de golfinhos rotadores, devido às piruetas ou giros que executam em seus saltos. Estes saltos, facilmente observados daqui, podem ser uma simples brincadeira, uma sinalização sonora ou servir para desalojar parasitas e comensais, como as rêmoras, geralmente aderidos aos seus corpos.

**Texto 2: COMO ELES VIVEM**

Os golfinhos rotadores são animais sociais, que vivem em grupos. Os grupos podem ser formados por pares ou até por mais de 100 indivíduos, de ambos os sexos e de todas as classes de idade. Ao raiar do sol, os grupos vêm para esta enseada de águas calmas para descansar, reproduzir, criar seus filhotes e se socializar. Há registros da ocorrência dos golfinhos neste local desde 1556. No final da tarde eles se deslocam para as águas profundas, na face sul do arquipélago, para se alimentar. Pescam de forma cooperativa para capturar pequenos peixes, lulas e camarões.

PLACA 10:  
AQUI OS GOLFINHOS  
ROTADORES  
SE REPRODUZEM

PLACA 10: **OS GOLFINHOS ROTADORES SE REPRODUZEM NESTA ENSEADA**

Aqui é possível a observação do comportamento reprodutivo dos golfinhos rotadores, em todas as épocas do ano. Grupos reprodutivos deslocam-se rapidamente, com alguns indivíduos mantendo o ventre branco voltado para cima, o que pode ser observado pelo tom

## ANEXO

MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL  
DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA

azul mais claro que isto provoca na água. O cortejo é seguido pelo acasalamento, quando vários machos acasalam com a mesma fêmea, para garantir a fecundação. A gestação dura de 10 a 11 meses. Os filhotes nascem com cerca de 77 cm e mamam de 1 a 2 anos, mantendo uma forte relação com a mãe.

PLACA 11:  
A LAGARTIXA MABUIA  
E O ROEDOR MOCÓ

PLACA 11: **A LAGARTIXA MABUIA E O ROEDOR MOCÓ** (*no mirante, junto às pedras*)

As mabuias (*Mabuya maculata*) são as pequenas lagartixas que correm sobre as rochas. Elas são muito curiosas e mansinhas, aproximam-se facilmente das pessoas, mas precisam de sossego para sobreviver. Alimentam-se de pequenos seres vivos e qualquer outro tipo de alimentação pode lhes causar distúrbios. Esta é uma espécie característica de Fernando de Noronha, pois é endêmica destas ilhas, só existe aqui. Observando com atenção, você também poderá avistar os mocós (*Keredon rupestris*), abrigando-se nas rochas das encostas. Este roedor é muito arisco, mas é comum nesses ambientes. Eles foram introduzidos na ilha por volta de 1967 e aqui se adaptaram e se expandiram. Como toda espécie exótica (ou seja, não natural de determinado ecossistema), os mocós causam danos à vegetação das encostas, pois roem as raízes que dão suporte à rocha, levando à sua derrubada.

PLACA 12:  
AVES

PLACA 12: **AVES** (*antes da saída para Sancho*)

Estes locais são utilizados por um grande número de aves marinhas. As viuvinhas, os atobás ou mumbecos, os atobás-marrom e as fragatas podem ser facilmente vistos por toda parte, voando, pescando ou recolhendo-se nos galhos das árvores. Com cuidado e silêncio, você terá a oportunidade de vê-los, até a curta distância. Observe também, as relações existentes entre os diversos elementos destas paisagens: as aves, a vegetação e os demais seres vivos, visíveis ou não, as encostas rochosas, o mar, tudo está relacionado formando um todo chamado "ecossistema".

PLACA 13:  
OS NUMEROSOS  
ATOBÁS

PLACA 13: (*mirante 1*)

**Texto 1: OS NUMEROSOS ATOBÁS**

Daqui já é possível avistar a Ilha Dois Irmãos, já no limite do Parque, e uma grande quantidade de aves. Uma delas, os atobs ou mumbecos (*Sula sula*), habitam as encostas, desde Dois Irmãos até a Ponta da Sapata, à esquerda, formando uma das maiores populações de aves marinhas residentes nestas ilhas. Eles alimentam-se de peixes, lançando-se ao mar de grandes alturas. Para se proteger do impacto da água, seu sistema respiratório se expande, funcionando como um amortecedor.

**Texto 2: COMO ELES VIVEM**

Eles estão pousados nos galhos das árvores, descansando, muitas



ANEXO

**MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA**

7  
SEÇÃO 2

PLACA 14:  
CONHECENDO AS  
VIUVINHAS-NEGRAS

vezes com a cabeça e o pescoço pendentes, arrumando suas penas, ou voando e pescando. Seu período de reprodução vai de março até agosto. Constroem seus ninhos preferencialmente nos galhos das árvores e as fêmeas raramente põem 2 ovos e quando isto acontece, apenas um sobrevive. Seus excrementos tingem de branco rochas e árvores. Ricos em fosfato e outros sais minerais estes são os maiores responsáveis pelos depósitos de guano, adubo orgânico formado pelos excrementos das aves e matéria orgânica. Entretanto, o excesso de excrementos depositados diretamente nas folhas e galhos das árvores, como daqui se observa, pode levar à morte das árvores devido às grandes concentrações de ácidos, como uréia e amônia.

PLACA 14: (*mirante 2*)

**Texto 1: CONHECENDO AS VIUVINHAS-NEGRAS**

Numerosas viuvinhas (*Anous minutus*), com plumagem inteiramente negra-amarronzada e fronte branca são aves pescadoras residentes permanentes destas encostas. Esta é a espécie de ave marinha mais comum nestas ilhas, com uma população estimada em 20.000 indivíduos. Sua principal área de reprodução e concentração de ninhos está entre a Praia do Sancho e a Ponta da Sapata, onde já foram contados mais de 10.000 ninhos. Elas constroem os ninhos com algas, sobre árvores, arbustos, moitas e nos paredões rochosos, sempre protegidos dos ventos fortes. Seu principal período reprodutivo é entre março e agosto. Seus excrementos formam manchas brancas no solo, nas pedras e nas árvores.

**Texto 2: AS FALÉSIAS DO SANCHO**

Daqui avista-se a Praia do Sancho e suas imponentes falésias ou encostas, repletas de vida. Elas são formadas por rochas escuras, do tipo *ankaratríticas* (Formação Quixaba), típicas dos últimos eventos vulcânicos que formaram este arquipélago. Elas estão ali no mínimo há 2 milhões de anos.

PLACA 15:  
AS AVES  
NAS ÁRVORES

PLACA 15: **AS AVES NAS ÁRVORES** (*logo após primeira ponte*)

Este é um local especial para observação das aves marinhas. Em uma só árvore concentram-se dezenas de indivíduos de várias espécies. Nos períodos de reprodução é possível acompanhar o namoro, a construção dos ninhos e o revezamento dos pais no cuidado dos filhotes. Além dos numerosos mumbebos e viuvinhas-negras, você poderá facilmente avistar as viuvinhas-marrons (*Anous stolidus*), com plumagem marrom e fronte esbranquiçada, e as noivinhas (*Gygis alba*), totalmente brancas, com bico, pernas e olhos negros. As noivinhas constroem seus ninhos em forquilhas de árvores altas, preferencialmente o Mulungu, sem nenhuma proteção. Os filhotes nascem com plumagem escura que o confunde com o galho, dando-lhe proteção.

## ANEXO

MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL  
DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHAPLACA 16:  
AQUI COMEÇA  
UMA CACHOEIRA

PLACA 16: **AQUI COMEÇA UMA CACHOEIRA** (*na segunda ponte*)  
Aqui, na época das chuvas, passa um forte córrego que, logo adiante, despenca na encosta íngreme, formando a Cachoeira do Sancho. Como a maioria dos outros córregos da ilha, este também desaparece durante a seca, devido ao clima e a baixa retenção de água no subsolo.

PLACA 17:  
A PRAIA COM VIDA  
CONVIDA

PLACA 17: **A PRAIA COM VIDA CONVIDA** (*antes dos 1500m*)  
Toda esta paisagem pode ser aproveitada mais de perto. A Praia do Sancho, com acesso um pouco mais adiante, é uma praia onde o banho é agradável e seguro. O mergulho livre também é permitido, possibilitando a observação de grande variedade de peixes, corais e outros organismos. É um mergulho fácil, recomendado para iniciantes.

PLACA 18:  
A AVE  
SÍMBOLO

PLACA 18: **A AVE SÍMBOLO** (*mirante com bancos*)  
Nestes céus, voam também os rabos-de-junco (*Phaeton lepturus*), ave símbolo de Fernando de Noronha. Podem ser facilmente identificados pela sua longa cauda, que mede até 50cm. Sua população varia entre 100 e 300 indivíduos e este parece ser um dos seus únicos locais de reprodução no Brasil. Eles constroem seus ninhos nas fendas dos paredões rochosos das encostas, entre dezembro e março. A fêmea põe um ovo de cada vez. Alimentam-se de peixes como os agulhas, voadores e manjubas. Esta é uma das espécies de maior vocalização no arquipélago, especialmente quando são perseguidos por outras aves, como as fragatas, que tentam roubar-lhes os peixes.

PLACA 19:  
UMA FENDA  
NATURAL NA ROCHA

PLACA 19: (*no quiosque, placas maiores, com mais texto*)

**Texto 1: UMA FENDA NATURAL NA ROCHA**

A descida para a Praia do Sancho é feita através de uma profunda fenda natural existente no interior do paredão de rochas. Observe bem esta fenda, sabendo que estas são rochas vulcânicas, vindas do interior da terra para a superfície, em altas temperaturas. Esta fenda deve ter se formado como consequência das tensões surgidas no processo de resfriamento. Estas rochas formaram-se aqui entre 6 e 2 milhões de anos atrás, último período de derrame das lavas formadoras deste arquipélago.

**Texto 2: AS INTERAÇÕES DA NATUREZA**

Deste local é possível observar algumas interações entre aves, árvores, solos, paisagem. Aqui ao lado, ocorrem 2 espécies de árvores típicas da Floresta Atlântica Insular que no passado recobria quase toda a ilha. A de tronco reto e 'listrado' é o mulungu (*Erythrina velutina variedade aurantiaca* - Fam. Leguminosae - *Faboideae*). É uma das espécies de árvores mais altas da ilha. Nos meses de agosto e setembro colore a paisagem com suas flores vermelho-alaranjadas. Muitas aves constroem ninhos em seus galhos, protegendo-se dos ventos. A árvore com uma verdadeira cortina de raízes aéreas é a gameleira (*Ficus noronhae* - Fam. *Moraceae*). As raízes aéreas ajudam a sus-

ANEXO

**MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA**

7  
SEÇÃO 2



tentar os seus grandes galhos, uma vez que, neste solo raso, as raízes subterrâneas tornam-se insuficientes. Também é uma das árvores mais altas desta floresta e muito utilizada pelas aves, que comem seus frutos, abrigam-se e constroem ninhos em seu galhos. As aves também são importantes para as árvores, pois dispersam suas sementes, possibilitando que nasçam árvores até sobre as rochas dos altos paredões. Na natureza é assim, tudo está relacionado, formando um grande ecossistema. Este Parque existe para manter estas interações em seu estado natural e precisa contar com a sua colaboração.

**PLACA 20: FORTE DE SÃO JOÃO BAPTISTA DOS DOIS IRMÃOS** (no forte)

Este forte foi construído pelos portugueses em 1737, para guardar as praias da Cacimba do Padre (à direita de Dois Irmãos) e do Sancho, últimas praias do mar de dentro onde o desembarque era possível. Em forma de trapézio, abrigava 6 peças de artilharia e podia cruzar fogo com o Forte de São Pedro do Boldró.

**PLACA 21: ÁREA DE REFLORESTAMENTO** (no caminho PIC-Sancho)

GUIA TEMÁTICO – FOLHETO

**O ECOSSISTEMA MARINHO**

- ⇒ para venda a visitantes sobre ecossistema marinho do arquipélago
- ⇒ complemento para interpretação de todos os pontos de mergulho

**OS DOIS MARES DE NORONHA**

Em Noronha, existem dois diferentes ambientes marinhos: o Mar de Dentro e o Mar de Fora. O Mar de Dentro, mais abrigado dos ventos, é calmo durante a maior parte do ano, com grandes áreas cobertas por corais (principalmente *Montastrea cavernosa*) e algas marrons.

O mar de fora, lado voltado para a África, é mais exposto aos ventos, mexido, com ondas altas e fortes correntes. Neste mar, nas áreas rasas, próximas da praia, há formações muito semelhantes aos recifes, comumente confundidas com estes. São as cristas algais, formadas por algas calcárias e moluscos e não por corais, como os verdadeiros recifes. Na Praia do Leão, as cristas algais formam os "esguichos" e na Praia do Atalaia dão origem às "piscinas".

**A BIODIVERSIDADE MARINHA**

A grande importância dos dois mares de Fernando de Noronha está nas suas variadas formas de vida. São algas, esponjas, corais, moluscos, ouriços, peixes como os tubarões, moréias, arraiais e muitas outras espécies de variados tamanhos, formas e cores, além de tartarugas, golfinhos e, ocasionalmente, até mesmo baleias.

## MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA

### OS CORAIS

Nas rochas submersas, chamam a atenção, as manchas coloridas formadas por colônias simétricas de corais. São 11 as espécies de corais que formam estas manchas. Porém, apesar de 9 destas espécies serem de corais construtores, aqueles que normalmente formam recifes, não existem, em volta de todo o arquipélago, formações verdadeiras de recifes de coral. Talvez isto ocorra devido à forte ação das ondas e ao tipo de substrato, formado por rochas vulcânicas.

#### OS OURIÇOS (texto pequeno ao lado da foto)

Os ouriços são herbívoros que se alimentam de pequenas algas. Eles buscam seu alimento durante a noite, raspando o substrato onde vivem. Aqui na ilha vivem três espécies de ouriços: ouriço branco (*Tripneustes* sp.), mais abundante no arquipélago, ouriço preto (*Diadema* sp.) e *Eucidaris* sp.

#### AS MINHOCAS DO MAR (texto pequeno ao lado da foto)

As poliquetas (*Spirobranchus*) são um tipo de minhocas do mar, muito atrativas, com seus tufo de pelos e suas variadas cores (vermelho, amarelo, marrom). Elas costumam perfurar algumas espécies de corais, principalmente os *Porites* *astreoides*.

### A COMUNIDADE DE PEIXES

A comunidade de peixes é semelhante à do Caribe, porém menos diversa, com mais de 100 espécies registradas. Algumas são muito abundantes e freqüentes, como a donzelinha de rocas (*Stegastes rocasensis*), a garoupinha (*Cephalopolis fulva*) e o sargentinho (*Abudedefduf saxatilis*).

### CADA UM NO SEU LUGAR

Em cada ambiente vivem grupos diferentes de peixes. Fuçando o fundo, em busca de alimento, estão os peixes carnívoros. Os carnívoros, como os bodiões (*Halichoeres radiatus*) e as duas espécies de saramunetes (*Pseudopenaeus maculatus* e *Mulloidichthys martinicus*), alimentam-se de pequenas poliquetas, moluscos e crustáceos. As garoupinhas (*Cephalopolis fulva*) e as barracudas (*Sphyræna barracuda*), podem ser vistas alimentando-se das papudinhas. Os cardumes de peixes cirurgião (*Acanthurus* spp.) e os peixes papagaio (*Sparissoma* spp.), são herbívoros que ficam pastando sobre as algas.

No meio da coluna d'água, vivem os peixes que se alimentam de plancton, tais como o sargentinho ou saberé (*Abudedefduf saxatilis*) e os cangulos (*Melichthys niger*). Nas sombras ou nas fendas, descansam os peixes de hábitos noturnos, como as mariquitas (*Holocentrus ascensionis* e *Myripristis jacobus*) e os cardumes de papudinhas (*Pempheris schomburgki*). Ali permanecem até o anoitecer, quando saem para se alimentar em águas abertas.

Na areia, podem ser vistos alguns montes de cascalho grosso. São tocas construídas pelo peixe aipim (*Malacanthus plumieri*), onde também se abrigam camarões e outros peixes, como a donzelinha (*Stegastes pictus*).

### PEIXES COOPERATIVOS

Os pequenos peixes néon, da família Gobiidae, apresentam um comportamento dos mais interessantes, alimentando-se dos parasitas, tecido doente e muco do corpo de outros peixes. Os peixes aproximam-se e solicitam o seu serviço de limpeza, através de movimentos específicos, que podem aqui ser observados. Em troca, os neon conseguem alimento. Esta relação de troca acontece com peixes de variados tamanhos, inclusive com tubarões, arraias e barracudas.

ANEXO

**MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA**

**MACHOS GUARDIÃES**

*Na família de peixes Pomacentridae, são os machos que cuidam dos ovos, após o acasalamento. O sabaré ou sargentinho (Abudefduf saxatilis), facilmente observado nos costões, após o acasalamento muda a sua cor de branco com faixas amarelas e pretas azul escuro, permanecendo sempre perto da parede onde os ovos estão grudados.*

*Outra espécie desta família é a donzelinha de rocas (Stegastes rocasensis), que é endêmica, ou seja, só existe em Fernando de Noronha e no Atol das Rocas.*

**AS TARTARUGAS**

*As águas tropicais do arquipélago de Fernando de Noronha são uma das principais áreas de reprodução da tartaruga verde (Chelonia mydas), no Atlântico Sul. Servem também, como importante área de alimentação para os jovens desta espécie e para a tartaruga de pente (Eretmochelys imbricata). As tartarugas verdes quase foram extintas devido à matança de fêmeas e captura de seus ovos, durante séculos. Desde 1984, quando o Projeto TAMAR/IBAMA instalou-se na ilha para proteger e pesquisar as tartarugas, vem aumentando o número das tartarugas que chegam nas praias para desovar.*

*Elas chegam sempre no início da noite, principalmente na Praia do Leão, de dezembro a junho e, com seus 300 kg, levam cerca de 2 horas no trabalho de construção do ninho, postura dos ovos, camuflagem do ninho e retorno para o mar. As tartaruguinhas nascem entre 50 e 60 dias depois e correm rápido para o mar. No processo natural, de cada 1000 filhotes apenas 1 ou 2 chegam à fase adulta. Quando isto acontece, 20 anos depois, elas voltam para pôr seus ovos no mesmo lugar onde nasceram.*

**OS GOLFINHOS E OUTROS MAMÍFEROS**

*Várias espécies de mamíferos marinhos utilizam os mares de Fernando de Noronha, como as baleias jubarte (Megaptera novaeangliae) e bicuda (Ziphius cavirostris), o cachalote-pigmeu (Kogia breviceps) e os golfinhos cabeça-de-melão (Peponocephala electra), pintado-pantropical (Stenella attenuata) e rotador (Stenella longirostris).*

*A baleia-jubarte pode ser observada no seu período migratório na costa brasileira, de julho a dezembro, quando pode inclusive, formar grupos mistos com o golfinho-pintado-pantropical e o golfinho-rotador.*

*As outras espécies ocorrem mais para fora do arquipélago, sendo raramente avistadas.*

*Os golfinhos-rotadores merecem destaque especial por constituírem uma população residente nas águas protegidas do Parque. Quase que diariamente (80% dos dias do ano), reúnem-se em numerosos grupos na Baía dos Golfinhos, onde chegam ao nascer do sol para passar boa parte do dia descansando, procriando, cuidando das crias ou se socializando. No final da tarde, retiram-se para as águas profundas do mar de fora, com o objetivo de pescar durante a noite. Geralmente chegam todos juntos na baía, mas não saem todos ao mesmo tempo. Dentro da baía o bando se divide em vários grupos que podem variar de 2 a 80 indivíduos. O número de golfinhos e o seu tempo de permanência na baía variam com os períodos de clima seco e chuvoso, condicionados a fatores oceanográficos, meteorológicos e biológicos.*

*Por serem muito vulneráveis às perturbações em seu ambiente, necessitam de tranqüilidade para manter o seu comportamento e permanecer residindo nesta área. Como medidas de proteção, desde 1986, estão proibidos a circulação de embarcações e o mergulho dentro da baía e a Portaria 05 de 25/01/95 proíbe tocar, alimentar e perseguir os golfinhos, bem como per-*

## ANEXO

MATERIAIS DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL  
DO PARNAMAR FERNANDO DE NORONHA

*turbá-los com instrumentos sonoros ou algazarras, e estabelece normas para o deslocamento de embarcações além das bóias de sinalização que protegem a baía.*

## RECOMENDAÇÕES PARA UM MERGULHO CONSCIENTE

**Sinta-se confortável!**

- ajustando bem seus equipamentos, você evita que eles toquem ou se prendam nos corais;
- controlando bem a sua fluabilidade você impede que o seu corpo e seus equipamentos toquem os corais e outros organismos frágeis, contribuindo para a manutenção da qualidade do ambiente;
- mantenha-se atento às recomendações do guia e siga sempre o plano de mergulho.

**Você é o convidado!**

*O local de mergulho é a casa de milhares de seres submarinos,  
onde você deve se comportar como um convidado:*

- respeite todos os tipos de organismos como você espera ser respeitado;
- entenda que cada organismo, mesmo um fragmento de concha, é parte importante deste ecossistema e deve permanecer no local;
- observe, fotografe e filme, mas entenda que os animais não devem ser perturbados pela sua presença, interrompendo sua alimentação, acasalamento e descanso;
- aumente sua satisfação ao mergulhar, conhecendo mais sobre a vida marinha e anote as curiosidades que encontrar - você passará a enxergar muito mais.

FONTE::

VASCONCELLOS, J. M. 1997. *Método de desenvolvimento da interpretação ambiental e textos de base para elaboração de programação visual*. Relatório de Interpretação Ambiental para o Convênio IBAMA / WWF-Brasil. WWF-Brasil, Brasília. (não publicado).



## 8. Capacitação comunitária

Marcos Martins Borges

SEÇÃO 2  
88

### I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo – tendo como base o princípio de participação comunitária – é propiciar metodologia e informações básicas para a identificação de cursos de treinamento dirigidos a membros ou setores de comunidades para fins de atividades de ecoturismo. O capítulo também visa orientar sobre a adequação de cursos à realidade da comunidade local, sobre a valorização e capacitação de instrutores e monitores locais e sobre a identificação de possíveis parceiros.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

O ecoturismo, como qualquer outra atividade moderna, gera competitividade local e regional. O turista é um cliente e está disposto a consumir, mas quer qualidade em serviço e preço justo. Além disso, um dos princípios básicos do ecoturismo é fazer com que as comunidades se beneficiem economicamente da atividade turística. Para se alcançar eficiência, qualidade e diversidade nos produtos oferecidos, a comunidade tem que se capacitar, profissionalizando seus serviços e produtos.

Capacitar significa fornecer às pessoas ou grupos competências e habilidades específicas, por meio de métodos de treinamento diversos. Cursos técnicos com instrutores e aulas teórico-práticas são os métodos mais comuns, mas pode-se preparar modelos alternativos como, por exemplo, com o uso de vídeo e internet.

De acordo com os objetivos deste Manual, o processo de capacitação aqui proposto extrapola a simples realização de cursos padronizados e profissionalizantes, sendo fundamental o estímulo à participação de proprietários, funcionários e outros interessados, desde a definição dos cursos até a replicagem (ou multiplicação) dos mesmos.

É importante destacar que, no ecoturismo, manter a originalidade e a autenticidade dos comunitários, considerando seu ritmo e suas técnicas de trabalho, pode vir a se tornar um diferencial no mercado. Assim, o programa de capacitação (método, técnicas, conteúdo e instrutores) deve adaptar-se à realidade e originalidade locais, sem perder o foco nas competências e habilidades necessárias para a satisfação do visitante.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Os seguintes tópicos serão abordados nesta seção:

1. *Identificando potencialidades e necessidades de capacitação.*
2. *Definição de metodologia para cursos.*
3. *Áreas prioritárias para capacitação.*
4. *Monitoramento e avaliação.*

1. *Identificando potencialidades e necessidades de capacitação*

O primeiro momento da capacitação é identificar as potencialidades e necessidades do município e/ou comunidade.



Parte desse trabalho já é feito na fase de Inventário, ao se pesquisar as estruturas e serviços existentes, a demanda profissional e, em caso de já existir visitação, o perfil e percepções dos turistas (ver capítulo *Levantamento de Potencial Ecoturístico (Inventário)*). Outra parte é feita quando se faz a avaliação do perfil do público-alvo (ver capítulo *Elaboração do Produto de Ecoturismo*), seja ele para um empreendimento ou unidade de conservação. O cruzamento das informações entre o que existe e o que o público demanda ou demandará, fornecerá uma visão mais realista das necessidades imediatas e futuras de capacitação na região.

Pesquisar a impressão dos visitantes pode apontar eventuais descontentamentos. Reclamações quanto ao atendimento nos estabelecimentos podem ser indícios da necessidade de um curso de hospitalidade ou qualidade no atendimento. Se a crítica é em relação à pouca diversidade de atividades, o problema pode ser a deficiência na identificação e/ou elaboração de produtos. Pode ser também ausência ou baixa criatividade dos guias. Ou seja, uma deficiência pode gerar a necessidade de diferentes cursos. Por exemplo, na situação aqui exposta, os cursos poderiam ser voltados à elaboração de produtos, à formação ou à reciclagem de guias.

Por outro lado, o estudo de mercado pode indicar como público-alvo turistas com características de consumo e comportamento aos quais os empreendimentos da comunidade não estão preparados para atender. Se o público definido pela pesquisa de mercado é fundamental para o projeto de ecoturismo, será importante capacitar a comunidade para satisfazer esse público. Se os estudos indicam que o turista desejável (e necessário) é de um nível de renda superior, as estruturas e serviços têm que se adequar às demandas associadas a esse tipo de cliente.

Portanto, os estudos técnicos e levantamentos iniciais indicam uma boa parte da demanda de cursos e treinamentos. Mas,

para que realmente se atenda de forma plena às necessidades da comunidade e do ecoturismo, os processos de identificação dos cursos prioritários e de definição da forma como serão planejados e oferecidos devem ser feitos de forma participativa desde o início.



#### MOTIVANDO A PARTICIPAÇÃO

Neste Manual, os capítulos *Participação Comunitária e Parcerias e Levantamento de Potencial Ecoturístico (Inventário)* sugerem métodos e técnicas para se motivar a participação. A necessidade de aprimoramento profissional e de intervenção no processo decisório em relação aos tipos de cursos a serem promovidos, bem como a metodologia a ser utilizada na sua realização, devem fazer parte do processo de discussão do projeto de ecoturismo com a comunidade.

Uma das sugestões é aproveitar o trabalho de campo feito durante o inventário para a sensibilização e esclarecimento de empresários, funcionários, proprietários de atrativos (visitados ou não) e outros membros da comunidade sobre a importância do ecoturismo e da capacitação profissional e da participação, tanto na definição de cursos como, em alguns casos, na disseminação de conhecimentos e técnicas já existentes na região.

A seguir, são indicadas algumas vantagens que podem ser relatadas para comunidade e empresários com o objetivo de motivá-los a participar da definição e realização dos cursos, apresentadas por meio de alguns exemplos e seus benefícios.

## ☐ BENEFÍCIOS DA CAPACITAÇÃO

### a) **Melhoria dos Produtos e Serviços Existentes**

*Exemplo:* O restaurante da Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos em Silves, no Amazonas, vinha servindo um prato típico, saboroso, com alimentos de boa origem e qualidade. No entanto, utilizavam-se vasilhas de má aparência ou que não formavam um conjunto harmônico, prejudicando a apresentação do produto. Além disso, perdia-se muita comida no armazenamento inadequado e manuseio dos alimentos.

*Benefício:* Um curso na área de manipulação de alimentos, centrado nas questões de higiene, armazenamento, decoração e disposição de pratos, promoveu uma melhoria substancial na aparência da alimentação servida, favorecendo uma boa impressão por parte do cliente e valorização do alimento servido. Diante da estrutura já existente em Silves, o investimento para se fazer essas melhorias foi mínimo.

Ao se aprimorar as técnicas de estoque, apresentação e manipulação, ganha-se na economia na utilização de matéria prima, na otimização do tempo e da mão-de-obra, na valorização do produto e, conseqüentemente, em maior satisfação do cliente.

### b) **Diversificação dos produtos e serviços existentes**

*Exemplo:* O Projeto Mico-Leão-Dourado necessita de áreas preservadas no entorno da Reserva Biológica de Poço das Antas para o repovoamento de micos. No entanto, as práticas tradicionais de agropecuária continuam a provocar a redução das florestas na região. A região maior onde se encontra a reserva, Região dos Lagos do estado do Rio de Janeiro, é um dos maiores destinos turísticos do litoral fluminense.

Apesar do grande fluxo de turistas, o potencial de ecoturismo na região de floresta não é aproveitado, seja para o mercado nacional, seja para o internacional. Há alguns anos o Projeto Mico-Leão-Dourado começou a levar turistas selecionados e de

alto poder aquisitivo a fazendas de entorno da Reserva Biológica, onde há micos-leões, para assim aumentar a receita do projeto e a consciência ambiental sobre as dificuldades para a conservação da floresta. Entretanto, esta atividade é restrita à Associação Mico-Leão-Dourado e a uns poucos proprietários. *Benefício:* A realização de cursos pode gerar dois tipos de benefícios na diversificação de produtos na região. Por um lado, pode motivar diversos setores já envolvidos no turismo a lidar também com ecoturismo na área rural da Região dos Lagos.

Além disso, a compreensão do potencial de mercado de ecoturismo da região e a capacitação para explorá-lo, podem estimular proprietários de terras a diversificar suas atividades. A mudança do eixo e da filosofia de desenvolvimento de muitas dessas fazendas valorizariam a preservação das suas florestas. A Associação Mico-Leão-Dourado e demais entidades ambientalistas da região (juntamente com outros parceiros institucionais) estão promovendo essa compreensão por meio de cursos e assessoria na criação de RPPNs, introdução ao turismo, estudo de viabilidade, identificação de linhas de financiamento para projetos turísticos, hotelaria, receptivo, interpretação e elaboração de produtos.

### c) **Aproveitamento de produtos locais, promovendo a verticalização da produção**

*Exemplo:* Na comunidade extrativista da RESEX de Pedras Negras, em Rondônia, frutas nativas e plantadas sob regime agroflorestal são abundantes somente em determinadas épocas do ano, impossibilitando oferecê-las aos turistas fora da estação produtiva. No pique da produção, grandes quantidades são perdidas, pois é muito difícil o transporte para os centros consumidores e de maior visitação turística. Além disso, por se vender a fruta na temporada de produção, o preço é muito baixo.

*Benefício:* Um curso de doces e compotas aplicado às frutas da região e ensinando técnicas de conservação e embalagem artesanal

de alimentos, propiciou a oferta de um produto de qualidade, com valor agregado e durante todo o ano. Com isto, aproveitam-se os recursos locais na composição da alimentação diária dos turistas (café-da-manhã, sobremesas, lanches, etc.), criam-se vários produtos para comercialização e ainda facilita-se o transporte e venda dos produtos nos mercados de maior consumo.

**d) *Maior capacitação das pessoas implica melhores condições salariais***

*Exemplo:* Em muitos lugares, o guia é aquele que leva as pessoas de um ponto a outro, padronizando serviço e o preço de guiagem.

*Benefício:* Cursos de guia, de interpretação, de história natural e outros podem transformar o guia em uma atração a mais, valorizando o produto turístico e, conseqüentemente, a remuneração deste guia. Na Chapada dos Veadeiros, em Goiás, a ACV-CV (Associação dos Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros) tem uma taxa mínima de guiagem, respeitada por seus associados que só são credenciados após alguns cursos. No entanto, guias mais experientes e oferecendo um serviço mais elaborado cobram preços mais altos e, o que é melhor, o cliente paga com satisfação.

**e) *Aumento da renda familiar e ampliação do número de beneficiários***

*Exemplo:* No projeto Pantanal, centros de atendimento ao turista serão criados ao longo da Estrada-Parque. Nesses locais é comum a venda de suvenires e produtos de uso imediato, geralmente de custo mais baixo.

*Benefício:* Além do curso de doces e comopotas já mencionado, cursos de artesanato e de produção de iscas para a pesca esportiva (devidamente monitorada para respeitar a legislação) podem capacitar pessoas não diretamente associadas ao produto turístico a utilizarem o próprio quintal e produtos da região para desenvolver uma nova fonte de renda complementar.

**f) *Uma nova profissão ou aprimoramento da atual profissão***

*Exemplo:* A ampliação do Parque Nacional de Superagui, no Paraná, afetou cerca de 1.200 pessoas. Como muitos utilizavam a área agora transformada em parque para algum tipo de exploração econômica, criou-se um problema social.

*Benefício:* O projeto de ecoturismo tem entre seus objetivos motivar o turismo na região e inserir essa população neste novo mercado de trabalho. Por ser uma nova atividade, muitos iniciarão um novo processo profissional por meio dos diversos cursos e atividades relacionados neste manual. Outros, como proprietários de pequenos hotéis, se capacitarão para adequar o estabelecimento e os serviços a um novo tipo de visitante.

**g) *O ecoturismo valoriza ofícios tradicionais***

O programa de capacitação pode vir a identificar ofícios tradicionais, alguns até mesmo esquecidos, principalmente aqueles ligados ao extrativismo e ao artesanato, para acomodá-los dentro da gama de serviços ofertados ao visitante. A pesca por meios tradicionais, por exemplo, pode continuar tendo sua importância de subsistência, assim como oferecer ao visitante uma atividade singular, por acompanhar as técnicas de captura do peixe e depois degustá-lo.

**h) *O aprendizado dos cursos pode também ser útil em casa***

Entre outros, os cursos de doces e comopotas, manuseio e fornecimento de alimentos podem gerar economia, maior qualidade e mais higiene nas refeições feitas em casa.

**i) *Melhores condições de competitividade no mercado turístico***

Como dito anteriormente, o ecoturismo é uma atividade comercial que apresenta as mesmas características de competição de outras atividades. Estruturas adequadas, produtos melhor elaborados, serviços de qualidade e preço justo fazem a diferença em qualquer lugar. Vale lembrar que uma das maiores formas de divulgação dos locais turísticos é o boca-a-boca. Portanto, turista

satisfeito volta e traz mais turistas. O insatisfeito não só não volta como também faz propaganda negativa.

**j) Maiores benefícios econômicos**

Todos os fatores acima implicam maiores benefícios econômicos. Maior competitividade, qualidade, diversidade de produtos, verticalização da produção e outros fatores mencionados asseguram mais renda, seja no âmbito de um empreendimento ou de um pólo turístico comunitário.

VANTAGENS DO PROCESSO PARTICIPATIVO PARA O PLANEJAMENTO E REALIZAÇÃO DE CURSOS

**a) Possibilita a escolha de cursos que realmente atendam às necessidades do projeto de ecoturismo**

Atualmente existe uma profusão de oferta de cursos e oficinas na área de ecoturismo. Não adianta fazer um curso de camareiro(a), se ainda não existe uma pousada ou hotel no local. Mesmo que haja pousada ou hotel, fazer o curso de camareiro(a) quando não há percepção suficiente da comunidade – especialmente dos(as) donos(as) de pousada e dos(as) camareiros(as) – de que tais cursos realmente são necessários e vantajosos para eles, tampouco leva ao resultado desejado de melhora dos serviços: faz-se o curso, mas não se altera o serviço. Devem-se priorizar as necessidades imediatas, de curto e médio prazo, ou corre-se o risco de desgaste e desperdício de recursos humanos e financeiros ao se capacitar pessoas para atividades que o mercado ainda não absorve.

**b) Possibilita a escolha de cronograma mais adequado à realidade local e à maioria dos futuros alunos**

Cursos em épocas de pique de trabalho geralmente têm pouca participação. Um curso na época do corte da seringa em Rondônia vai dificultar ou inviabilizar a participação da comunidade extrativista do projeto ecoturístico de Pedras Negras.

**c) Gera informações para subsidiar a estrutura dos cursos de forma mais adequada à realidade da comunidade**

O Curso de Guias na Chapada dos Veadeiros tem como uma de suas prioridades a abordagem sobre o perigo das cabeças-d'água (imensa corrente de água em rios de fundo de vale) na época das chuvas, com treinamento em prevenção e resgate. Já em Fernando de Noronha, o mesmo curso concentrou-se nos riscos e cuidados na prática do mergulho.

**d) Favorece a escolha/indicação de pessoas da comunidade com conhecimento e capacidade para ministrar cursos**

Muitas vezes há pessoas na comunidade com conhecimento em áreas indicadas para capacitação. Por exemplo, para um curso de artesanato pode-se trazer um técnico com especialidade em adequação de produtos ao mercado (design, dimensão, preço, etc.). Já as técnicas de produção do artesanato podem ser ensinadas por algum artesão da própria região, mesmo que sob orientação didática de instrutores de fora.

**e) Favorece a escolha/indicação de pessoas da comunidade para serem monitores dos cursos**

Muitas vezes a demanda é maior do que um único curso pode atender. Neste sentido, a capacitação de pessoas da comunidade, principalmente as que já têm algum conhecimento prático do que se está ensinando (como no caso do artesanato), pode favorecer a multiplicação e reciclagem dos cursos, pois custa menos que trazer um instrutor de outra região.

COMPETITIVIDADE E A IMPORTÂNCIA DOS SERVIÇOS NO TURISMO

**a) O mercado de ecoturismo tem concorrência**

O ecoturismo é uma atividade como outra qualquer, portanto uma região compete com outra, o que também ocorre entre empreendimentos e produtos da mesma

natureza. Quem estiver mais capacitado para atender às demandas do turismo, e/ou possuir serviços diferenciados da concorrência, terá maiores chances de atrair, manter e aumentar a clientela.

**b) A qualidade do serviço é crucial para a sobrevivência do empreendimento em um mercado competitivo**

No ecoturismo, como no turismo convencional, a qualidade dos serviços é muito importante. Pesquisas de demanda com turistas indicam o boca-a-boca como uma das formas mais eficientes de propaganda, positiva ou negativa. Portanto, quanto melhor o serviço mais chances de agradar, e manter, o cliente visitante.

☐ OS PRINCÍPIOS DO ECOTURISMO

O capítulo de *Planejamento Integrado* faz uma abordagem sobre os princípios do ecoturismo e mostra uma série de fatores que devem ser observados para que se possam classificar como ecoturismo as atividades relacionadas a um empreendimento ou pólo turístico. Priorização do benefício geral sobre o individual, monitoramento de impactos positivos e negativos, educação de comunidade e turistas, qualidade de vida e outros princípios só podem ser alcançados mediante um processo participativo de capacitação da comunidade.

**a) Identificação de prioridades**

Da mesma forma que o projeto de ecoturismo, o programa de capacitação também deve passar por uma etapa de planejamento. A primeira fase consiste em identificar as maiores necessidades de capacitação da comunidade ou empreendimento. Um processo para identificar essas prioridades consiste nos seguintes passos:

Ⓟ **Passo 1** – Utilizar dados do Inventário para fazer uma análise sobre os serviços e estruturas existentes, suas deficiências e maiores necessidades de mão-de-obra. Discutir isto com as pessoas interessadas.

Ⓟ **Passo 2** – Discutir os cursos com proprietários e funcionários de estabelecimentos comerciais diversos, associações classistas, empresariais, ONGs, funcionários da prefeitura, proprietários rurais e outras pessoas interessadas ou que possam se interessar pelo projeto de ecoturismo e pelos cursos. Como estratégia para este item, pode-se instituir um comitê local de capacitação, envolvendo os principais atores e interessados no ecoturismo, para o planejamento participativo.



O PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DEVE SER ADEQUADO AO ECOTURISMO E NÃO AO TURISMO CONVENCIONAL.

É importante ter em mente que se está trabalhando em um programa de capacitação para ecoturismo e não turismo convencional. Não é preciso um guia que fale sobre a história natural do Brasil, mas que saiba interpretar sua região, mesmo que por meio de sua própria compreensão da natureza e das transformações do ambiente. O ecoturista quer o diferente, o inusitado e, principalmente, autenticidade. Ele não quer comida francesa, quer o prato típico, mas bem apresentado e preparado de forma higiênica.

Ⓟ **Passo 3** – Mostrar e explicar aos interessados as áreas mais comumente enfocadas como prioritárias em programas de capacitação para o ecoturismo (ver item 3 desta seção).

Ⓟ **Passo 4** – Perguntar em quais áreas as pessoas gostariam e/ou têm maior necessidade de treinamento/aprendizado.

Ⓟ **Passo 5** – Relacionar todos os cursos sugeridos e fazer um quadro de priori-

dades. É sempre bom lembrar que a capacitação é um processo contínuo e que não se pode, nem se deve, tentar aprender tudo de uma só vez. Uma proposta de hierarquização de prioridades pode basear-se em três grupos distintos: 1) *o que é necessário aprender*, buscando atender às deficiências em áreas básicas do turismo, como hospedagem, alimentação e guias; 2) *o que se deve aprender*, ou seja, carências de qualificação que são importantes, porém não tão urgentes como as do grupo anterior; 3) *e o que seria bom aprender*, compreendendo, por exemplo, cursos em áreas complementares às principais demandas do turismo ou módulos avançados de cursos já oferecidos. Os exemplos listados abaixo fornecem alguns princípios para facilitar o processo de se estabelecer prioridades de acordo com as características do projeto de ecoturismo.

☞ *Melhorar o que já existe*

Por exemplo, em Superagui já existem moradores que podem trabalhar como guias locais. Cursos de primeiros socorros, de interpretação e introdução ao turismo podem capacitar esses moradores a se tornarem guias de ecoturismo.

☞ *Oferecer o que é extremamente necessário*

Por exemplo, curso de guias, quando não existirem guias.

☞ *Oferecer o que puder colaborar na diversificação dos serviços*

Por exemplo, curso de produção de doces e compotas, artesanato, marcenaria, marchetaria etc.

☞ *Estabelecimento de cronograma de execução dos cursos*

Fazer uma lista com cursos desejados e prioritários é muito importante para a elaboração do cronograma dos cursos, busca de recursos e a conseqüente efetivação dos

mesmos. Provavelmente várias pessoas desejarão fazer diferentes cursos, por isto é aconselhável se elaborar um cronograma que evite cursos simultâneos ou em seqüência muito próxima.

Ao se elaborar este cronograma, é muito importante realizar primeiro os cursos motivadores. Se o primeiro curso não “pegar”, corre-se sério risco de baixa participação nos demais. Pela lógica, o primeiro deve ser o curso de introdução ao turismo e hospitalidade, justamente por trazer uma série de informações novas, apresentar um panorama da atividade, inclusive a crescente demanda por produtos ecoturísticos, e introduzir a hospitalidade como uma necessidade comercial. Os cursos seguintes devem ser aqueles que propiciam a geração quase que imediata de trabalho e renda, como os cursos de Guias e Produção e Comercialização de Produtos Locais (ver item 3 a seguir).

**b) Identificação de participantes, instrutores e monitores locais**

☞ *Participantes*

Justamente por ser uma nova atividade e de demanda crescente, a oferta de cursos de capacitação na área de ecoturismo tem despertado grande procura, principalmente quando gratuitos. Como sempre há um limite de vagas e de recursos, é aconselhável o estabelecimento de critérios para seleção dos participantes, como descrito a seguir:

▷ *Realizar teste de conhecimento* sobre município/região e motivação – pode ser escrito ou oral, já que em muitos projetos o analfabetismo é uma realidade.

▷ *Priorizar proprietários e prestadores de serviços*, principalmente no início, quando se busca resultados para motivar. O ecoturismo trabalha, na maioria dos casos, com microempresas familiares – funcionários são, geralmente, flutuantes.

▷ *Realizar teste de aptidão*. Por exemplo, um guia em Fernando de Noronha tem que saber nadar para o caso de precisar auxiliar no salvamento de algum turista.

- ▷ Estabelecer idade mínima para os participantes.
- ▷ Priorizar do pretendente tempo mínimo de residência no município/região.

Mais importante do que testar conhecimentos, esses procedimentos aumentam a seriedade e valorizam o compromisso para com o curso. Deixa de ser algo “dado” para se tornar algo conquistado. Portanto, os critérios e processos de seleção são indicados mesmo em situações onde há vagas para todos.

O processo de seleção dos que se inscreverem para os cursos vai possibilitar a identificação daqueles que já trabalham ou têm as condições necessárias para iniciar a atividade a ser ensinada pelos cursos. Mas também vão se inscrever muitos que não desempenham uma atividade relacionada, embora tenham interesse no conhecimento e na possibilidade de uma nova profissão. Havendo condições, e em se optando por capacitar esses dois grupos, pode-se separá-los, formando turmas diferentes, facilitando o trabalho do instrutor e otimizando o aprendizado de ambos os grupos.

#### ☞ *Instrutores locais*

Ao mesmo tempo em que são levantadas as necessidades e prioridades, deve-se também identificar possíveis instrutores locais. Por exemplo, alguém da própria comunidade pode ser hábil na produção de doces com frutas regionais e exóticas, com prática na conservação desses doces. Essa pessoa pode ser instrutora de um curso de doces e compotas.

Caso não tenha habilidades para elaborar um curso, o projeto pode se propor a ajudar na preparação. Da mesma forma, pode-se indicar essa pessoa como monitora de um curso de doces e compotas ministrado por alguém com mais experiência. Dessa forma, o curso faria dupla capacitação: dos alunos e de um monitor para transformá-lo em instrutor.

A identificação de instrutores regionais valoriza pessoas e produtos da região, mini-

miza os custos e facilita o processo de assistência aos alunos após o fim do curso.

#### ☞ *Monitores locais*

Monitores são parceiros dos instrutores no processo de treinamento, auxiliando na condução dos cursos e na execução de tarefas por parte dos alunos, recebendo, para tanto, instrução adequada e conhecimentos específicos sobre o tema explorado. O processo de identificação de monitores locais ocorre simultaneamente à identificação de instrutores locais, sendo importante o desejo e capacidade de aprender para replicar.

Preferencialmente, os monitores devem ter algum conhecimento sobre a atividade ou área de conhecimento dos cursos que irão assessorar. Os monitores também são fundamentais para assessorar os alunos após o término do curso, além de, em muitos casos, se capacitarem para replicar o curso posteriormente. O aconselhável é que em cada curso pelo menos dois monitores sejam capacitados.

Ao se definir quem vai ser monitor é bom também estabelecer a forma de trabalho dos mesmos, se serão remunerados ou não e como aplicarão na comunidade os conhecimentos adquiridos. Neste caso, monitores remunerados, mesmo com uma pequena quantia, trabalham mais motivados durante o curso e depois, na assistência aos alunos ou ministrando cursos semelhantes. Da mesma forma, é possível fazer acordos: por ser monitora a pessoa aprende mais do que os outros e recebe uma remuneração; em troca tem que dar assistência durante um período, visitar estabelecimentos e orientar proprietários, ou ministrar cursos gratuitos à comunidade.

O importante é escolher bem os monitores e negociar tudo antes de começarem os cursos. Por fim, atentar para que não haja um “monopólio da monitoria”, ou seja, ampliar as oportunidades ao evitar que algumas pessoas sejam monitores de vários cursos.



**A ESCOLHA DE INSTRUTORES  
E MONITORES DEVE SER CUIDADOSA.**

A escolha de instrutores e monitores locais, sua remuneração e atividades a serem desempenhadas devem ser sempre bem discutidas e feitas sob critérios preestabelecidos. Além disso, procedimentos de acompanhamento e monitoria devem ser estabelecidos. Apesar de haver o interesse e demanda para que sejam contratadas pessoas da região, sempre há certa resistência em ter alguém de casa ensinando algo.

Em suma,  
“santo de casa não faz milagre”.

*2. Definição de metodologia  
para cursos*

Existem muitos órgãos, empresas e profissionais que ministram cursos na área de turismo. No entanto, a maior parte desses cursos contempla realidades muito distintas das comunidades rurais que vivem os momentos iniciais da atividade turística, especialmente do ecoturismo.

A necessidade de cursos motivadores, a importância dos primeiros cursos, o fato de que pessoas de pequenas comunidades têm pouca ou, muitas vezes, nenhuma escolaridade, implicando dificuldade para acompanhar métodos didáticos tradicionais e de ficar em uma sala de aula por muito tempo, e o próprio contexto da atividade ecoturística demandam uma definição prévia da metodologia básica, ou de diretrizes a serem adotadas antes, durante e após os cursos. Essa definição é fundamental para a seleção e orientação dos capacitadores, favorecendo a elaboração de cursos mais adequados à realidade da comunidade.

CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DE INSTRUTORES ESPECIALIZADOS E/OU DE FORA DA REGIÃO

O ecoturismo é uma atividade nova que demanda conhecimento técnico e profissionalismo. Portanto, instrutores, consultores e técnicos serão sempre necessários em determinadas fases de um programa de ecoturismo. Isso deve ficar bem claro desde o início do processo, pois quando a comunidade já tem uma certa organização social e política, é comum haver questionamentos quanto à necessidade de se trazer técnicos de fora, principalmente devido ao valor da remuneração, que com certeza é bem maior do que a média salarial da região.

Os motivos enumerados neste capítulo demonstram que os cursos de capacitação em ecoturismo não podem ser similares aos cursos realizados em grandes centros. Este fato faz com que seja limitado o número de profissionais disponíveis no mercado para cursos dessa natureza. De qualquer forma, alguns critérios devem ser estabelecidos para a contratação desses instrutores:

- a) **Experiência na área temática em questão (inclusive com trabalhos de campo).**
- b) **Experiência em trabalhos com comunidades (de preferência com ecoturismo).**
- c) **Apresentação de proposta preliminar, contendo metodologia e conteúdo do curso. Propostas dinâmicas e que envolvam experiências práticas são as mais adequadas.**
- d) **Disponibilidade para visitar a comunidade antes da elaboração da proposta final do curso (quando o custo desta visita for mínimo).**

REUNIÃO ENTRE CAPACITADORES, COORDENADORES DO PROJETO E ALUNOS

Após a identificação dos cursos e dos futuros instrutores, a melhor forma de se elaborar programas mais próximos à realidade local é fazer com que os instrutores se reúnam com alunos ou possíveis alunos para discuti-los. Além da percepção de cada um,



das características de cada curso e da metodologia do instrutor, seguem sugestões de temas a serem discutidos na reunião preparatória:

**a) Evitar o muito em pouco tempo.**

Muitos cursos são elaborados de forma condensada, transmitindo muitas informações em pouco tempo. Com isso, alunos de comunidades rurais, que não têm o costume de permanecer, por exemplo, oito horas por dia dentro de uma sala de aula durante uma semana, tendem a dispersar e não aproveitar o curso. É mais importante observar o ritmo dos alunos e transmitir o essencial, não se preocupando com o volume. O ideal é um curso modular (em módulos de temas específicos) onde evita-se a sobrecarga de informação e permite que se aplique trabalhos ou exercícios de campo entre um módulo e outro, favorecendo o aprendizado.

**b) Trabalhos práticos e em grupos (aprender fazendo)**

A realização de trabalhos práticos e em grupos é uma das melhores formas de se ensinar e aprender, pois quebra a monotonia e dá mais dinamismo ao curso. Por exemplo, no curso de alimentação, na abordagem sobre formas apropriadas de estoque de alimentos, deve-se levar os alunos aos mercados e apontar o que está certo, o que está errado e como se pode melhorar. O uso de desenhos representativos e construções de mapas da região de interesse são uma forma interessante de se entender o universo do conhecimento local. O ideal é que o curso tenha metade do seu tempo em atividades práticas.

**c) Técnicos devem se adequar às limitações e costumes dos alunos**

Evitar informações muito complexas ou muito distantes da realidade local, que se perdem e desestimulam os alunos. Da mesma forma, a utilização de linguajar popular, expressões e exemplos regionais facilitam a compreensão por parte dos

alunos e criam maior identidade com o que está sendo ensinado. Além da reunião com os futuros participantes dos cursos, o instrutor deve buscar o conhecimento prévio dos estabelecimentos, dos atrativos ou mesmo das residências de seus alunos. Como exemplo, o instrutor do curso de alimentação deveria conhecer antecipadamente algumas das cozinhas de seus alunos. Muitas vezes, o conhecimento da real estrutura e funcionamento é mais importante para o instrutor do que o debate com os participantes.

**c) Assegurar, ouvir e treinar os monitores locais**

Apesar de que muitos instrutores preferem trabalhar com seus próprios auxiliares, é importante assegurar a capacitação de monitores locais, já que estes farão um importante papel de elo entre instrutor e comunidade. É importante que monitores sejam ouvidos por instrutores antes da elaboração final da estrutura do curso. Da mesma forma, como os monitores auxiliarão na execução do curso, é interessante que tenham algum tipo de treinamento antes do início dos mesmos.

RECURSOS DIDÁTICOS

Uma boa estratégia é a utilização de vídeos, transparências, fotos, slides, folhetos e outros recursos que demonstrem a realidade do ecoturismo em outras áreas. Além de dinamizar o curso, tornando-o mais interessante, colabora com o processo de educação e informação em relação ao turismo.

Mesmo havendo alunos sem capacidade de leitura, é aconselhável a produção e distribuição de apostila para todos. Dessa forma, evita-se o sentimento de discriminação ou constringimento entre os alunos, além do fato de que as cartilhas são tidas como um troféu, uma prova concreta de participação no curso. Por fim, adultos não alfabetizados têm sempre alguém em casa ou na vizinhança que sabem ler, o que pode assegurar a utilidade da cartilha.

### ☐ CURSOS ITINERANTES

Alguns cursos podem ser um misto entre aulas teóricas e visitas aos estabelecimentos locais, se possível com todos os participantes. Com autorização prévia dos proprietários, o instrutor deve visitar os empreendimentos e realizar uma assessoria em grupo, levantando problemas, comentando pontos positivos e indicando soluções e melhorias necessárias. Essa prática tem uma série de vantagens: movimenta o curso, ajuda no processo de capacitação do próprio instrutor (realidade e práticas locais), facilita o processo de aprendizado do aluno e oferece subsídios diretos para melhoria dos empreendimentos locais.

#### EXEMPLO:

##### CURSO ITINERANTE

No curso de doces e compotas realizado por um programa de ecoturismo em Alto Paraíso e outros três municípios goianos, o instrutor iniciava o curso com um passeio pelos quintais nas residências dos participantes. Dessa forma, tomava conhecimento das frutas mais comuns nos municípios e todo o curso era voltado para o processamento dessas frutas, com o aprimoramento de técnicas locais de produção de doces e compotas.

### ☐ REPLICAGEM DOS CURSOS

Trata-se de um dos itens mais importantes quando se pensa na busca de financiamentos para o programa de capacitação. A replicagem dos cursos ministrados é necessária tanto para favorecer os que ainda não os fizeram como para fixar o conhecimento dos que já tiveram essa oportunidade. A melhor forma para se repetir os cursos é por meio dos monitores e instrutores locais. Portanto, durante a fase de planejamento, é importante assegurar recursos financeiros para remunerar o trabalho de continuidade dos cursos.

### 3. Áreas prioritárias para capacitação

Não obstante a necessidade de um planejamento participativo para definir prioridades de cursos para cada comunidade/região, o ecoturismo é um segmento bem definido do mercado de turismo. Isso quer dizer que há uma série de serviços envolvidos na atividade, qualquer que seja o local onde se desenvolva.

A seguir apresentamos, em ordem de prioridade, os cursos que em geral devem compor um programa de capacitação para o ecoturismo em uma comunidade/região. O planejamento participativo discutirá não só a real necessidade de cada um desses cursos, mas também sua priorização, conteúdo e formato adequados para a comunidade/região em questão. Nesse processo, poderão aparecer novos cursos.

#### ☐ INTRODUÇÃO AO TURISMO E HOSPITALIDADE

Fornece informações necessárias para quem está investindo ou pensa em investir no ecoturismo, tais como noções básicas de turismo e de hospitalidade, o contexto regional, nacional e internacional do turismo e da crescente demanda por produtos ecoturísticos, a importância do bom atendimento e da receptividade ao turista, do boca-a-boca como forma eficiente de propaganda (a favor e contra), impactos positivos e negativos do turismo, tipos de turistas.

Um curso de introdução ao turismo e hospitalidade é aplicável para todos os segmentos, mesmo aqueles não envolvidos diretamente com o turismo. Através de estudos de casos, pode-se mostrar os pontos positivos e negativos, ajudando a evitar riscos e a maximizar benefícios, sendo um curso motivador por ajudar a compreender o conjunto da atividade e demonstrar que o visitante tem que ser atraído e bem tratado para se obter sucesso.

Consequentemente, estimula a busca por mais conhecimentos, melhoria nos serviços e estruturas, favorecendo a participação em outros cursos.

Como já indicado, este deve ser o

primeiro curso a ser oferecido. Considera-se ideal incluir seu conteúdo básico em todos os outros cursos. Pode-se também optar por criar um curso básico de Introdução ao Turismo e Hospitalidade como pré-requisito para que se possa participar dos outros cursos.

☐ GUIAS LOCAIS, GUIA MATEIRO E CONDUTORES OU MONITORES DE VISITAÇÃO

Além dos conceitos básicos da atividade de guia, como orientação e condução de grupos, o curso de guias pode abranger outras áreas do conhecimento como biologia (fauna e flora), geologia e geomorfologia, história natural e de ocupação da região ou técnicas como primeiros socorros, busca e resgate, interpretação ambiental e até mesmo inglês, onde for necessário. Portanto, um só curso não pode abranger tudo e todos de uma só vez, sendo melhor a organização em módulos, estabelecendo um processo contínuo de capacitação e reciclagem.

Importante ressaltar que o condutor se encontra em uma posição privilegiada para sensibilizar e motivar a organização da comunidade no desenvolvimento do ecoturismo. Por conduzir grupos por diversos

empreendimentos como atrativos, hotéis e restaurantes, e por ser a pessoa que melhor percebe os anseios e expectativas dos visitantes, o guia atua como um agente orientador de melhores práticas em serviços, de educação ambiental e sanitária.

O curso de guias é motivador por favorecer a geração quase que imediata de emprego e renda, dependendo do grau de visitação do local. Além disso, incentiva a formação de associações locais, por criar uma nova categoria de trabalhadores onde o ecoturismo se implanta e pela necessidade de preservação dos atrativos, que são a galinha dos ovos de ouro da atividade. Por essas razões, e pela associação quase natural entre ecoturismo e o serviço de guia local, este também deve ser um dos primeiros cursos oferecidos.

Dependendo do perfil do grupo, o curso de guias pode ser incrementado com atividades práticas tais como a execução de parte do inventário ou a observação de um projeto de implantação e manejo de trilhas.

A Associação de Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros (ACV-CV), entidade que recebe o apoio do WWF

## ESTUDO DE CASO

### PROJETO VEADEIROS UM PROJETO INTEGRADO DE CONSERVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO (PICD) NO CERRADO, ALTO PARAÍSO, GO

**L**ocalizado na região central do Brasil, o cerrado ocupa 22% do país e está sendo devastado pela agricultura e pecuária de larga escala, sendo que menos de 2% da área total do bioma está protegido na forma de parques ou reservas.

Uma das poucas unidades existentes é o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, em Goiás, a 240 quilômetros de Brasília, atualmente ampliado para 235.000 hectares e sob a responsabilidade do IBAMA. Há um crescente e desordenado fluxo turístico que explora a bela paisagem e as inúmeras cachoeiras existentes. A ocupação do solo ameaça a integridade do entorno do Parque e a sua consolidação enfrenta problemas fundiários. Dentre as diversas prioridades do Projeto Integrado de Conservação e Desenvolvimento (PICD) está o incentivo à implementação do ecoturismo comunitário.

**ESTUDO DE CASO (cont....)**

A Associação dos Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros (ACVVCV), que tem mais de 200 associados, é o principal parceiro local na execução do programa de ecoturismo. Dentro do programa de capacitação da ACVVCV, uma das atividades realizadas foi a capacitação de guias para o planejamento e execução de técnicas de Manejo e Interpretação de Trilhas, utilizando métodos que reduzam o impacto da visitação, promovam a segurança dos visitantes e valorizem os elementos naturais e culturais do local.

Primeiramente, o consultor técnico capacitou dois guias para atuarem como monitores durante o curso, definindo as trilhas a serem manejadas, selecionando os interessados, coordenando e dando esclarecimentos técnicos durante as atividades.

Os monitores iniciaram seus trabalhos definindo a primeira trilha e avaliando sua viabilidade dentro do contexto do ecoturismo. Depois conseguiram a autorização do proprietário do local e, conforme os métodos fornecidos pelo consultor, prepararam o material a ser utilizado durante o curso (ferramentas, mapas e planilhas da trilha, bússola, clinômetro, etc.).

Para selecionar os guias que participariam da capacitação foram utilizados os critérios de interesse, disposição e envolvimento com a região. Depois disso, foi feita uma reunião para apresentação da proposta e a programação das atividades, confirmando o interesse e o comprometimento de cada um.

Com tudo preparado, o consultor realizou o curso para o grupo, apresentando e aplicando as técnicas de manejo. Todos participaram das atividades, vivenciando os diferentes tipos de trabalhos que podem ser feitos em uma trilha, garantindo, assim, um bom aproveitamento.

Com a ajuda de especialistas em flora e geologia, o grupo realizou o levantamento dos aspectos mais significativos da trilha que deveriam ser passados aos visitantes por meio da interpretação. De posse dessas informações, foram elaboradas placas interpretativas e indicativas e afixadas na trilha.

Após a finalização da primeira trilha, foi planejada e executada uma segunda, de acordo com os mesmos métodos, mas sem o acompanhamento técnico do consultor. Este segundo trabalho serviu para reforçar e aprimorar a capacitação nas técnicas de manejo e interpretação de trilhas.

Seguindo o método proposto no capítulo de Manejo de Trilhas e Interpretação Ambiental, foram capacitados oito guias que formaram um grupo técnico dentro da associação. O objetivo do grupo é fornecer assessoria técnica e acompanhamento na execução de trabalhos de manejo e interpretação de trilhas nas áreas de visitação da região, tanto públicas quanto particulares, incrementando os serviços da ACVVCV, promovendo sua auto-sustentabilidade e melhorando as condições e qualidade dos atrativos, além da redução de impactos por visitação.

Uma das dificuldades para se realizar a atividade foi ocasionada pelo fato de que o método de capacitação não estava ainda bem definido, gerando alguns conflitos durante o processo de coordenação das atividades. Outro problema é que os participantes não tinham o costume de trabalhar com planejamento, cronograma e horários a serem cumpridos, provocando atrasos e contratempos nas tarefas realizadas. Por fim, foi notada a dificuldade de alguns participantes para assimilar o conteúdo técnico mais elaborado.

## ESTUDO DE CASO (cont....)

Para evitar estes e outros problemas, fazemos as seguintes recomendações:

- ❑ O método de capacitação deve ser definido de acordo com as características da atividade a ser desenvolvida, do local e dos participantes, ou seja, adequar-se ao contexto de cada projeto.
- ❑ O planejamento, o cronograma e os objetivos da capacitação devem ser apresentados e discutidos no início do processo, de forma que fiquem bem claros para todos.
- ❑ Os coordenadores locais devem estar bem informados e capacitados em relação aos métodos e ao conteúdo técnico da capacitação, facilitando o trabalho de acompanhamento e motivação.
- ❑ Escolher as melhores épocas para iniciar as atividades, evitando períodos de interrupções prolongadas (épocas de chuva, de colheita ou alta temporada turística, por exemplo), que podem causar demandas por outras ocupações ou perda de interesse por parte de participantes.
- ❑ Fazer uma boa seleção dos interessados para garantir o aproveitamento e a multiplicação do curso.

Finalmente, o processo de capacitação gera expectativas nos participantes, tanto no que se refere ao seu envolvimento com as atividades na região, como com sua própria melhoria profissional. Esta expectativa e os resultados do programa de capacitação devem ser utilizados para gerar um maior comprometimento dos participantes com os ideais do ecoturismo.

por meio do Projeto Veadeiros e é parceira no desenvolvimento dos métodos deste Manual, oferece cursos de guias locais e pode ser contatada para uma melhor orientação sobre este curso (ver anexo, com endereços de participantes do PEC).

- ❑ PRODUÇÃO, TRANSFORMAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS LOCAIS (AGROPECUÁRIA, EXTRATIVISMO E HORTICULTURA, DOCES E COMPOTAS, FRUTAS DESIDRATADAS, ARTESANATO, MARCENARIA E MARCHETARIA, CONFECÇÕES ETC.)

Quanto maior e mais diversificada for a produção local, mais a comunidade se beneficiará do ecoturismo. Por isso o inventário pode oferecer subsídios para identificar lacunas na produção local, ligados ou não ao turismo, já indicando cursos a serem

promovidos com o objetivo de suprir falhas e evitar a fuga de recursos para outras regiões.

Por outro lado, problemas de mercado ou detalhes de produção podem reduzir o consumo. Se determinado produto tem uma apresentação ruim, ou um doce é excessivamente doce, sua venda pode ser prejudicada. Por isso, alguns cursos devem se concentrar na melhoria do que é feito na região, levando aos produtores a demanda do mercado. Tome-se como exemplo uma cesta de palha, que pode ser feita de vários tamanhos, utilizando a mesma técnica. É possível que as menores tenham melhores chances de venda, já que boa parte dos turistas dispõe de pouco espaço em suas bagagens.

Os cursos também devem abordar os cuidados na coleta e utilização de recursos naturais, como o extrativismo (flores, plantas, rochas, penas etc.), pois não é objetivo

de projetos de ecoturismo incentivar práticas não sustentáveis.

Esses cursos também devem ser oferecidos no início do programa, por proporcionar melhoria de produtos já existentes e diversificar o ganho com o ecoturismo, além de possibilitar que pessoas de diferentes níveis econômicos, idade e escolaridade desempenhem uma atividade produtiva, utilizando e evitando o desperdício de produtos locais.

#### ☐ ALIMENTAÇÃO

Nos cursos na área de alimentação, a prioridade é para conservação, estoque e manuseio de alimentos, higiene, controle bacteriológico, decoração do estabelecimento e dos pratos, utilização de produtos e pratos regionais, tendências vegetarianas, naturalistas e de saúde e equipamentos básicos. Como mencionado anteriormente, não é necessário um curso de culinária francesa – apenas aprimorar os produtos locais, adequando-os às demandas do mercado e oferecendo subsídios para maior economia e higiene no manuseio de alimentos.

Por ser a alimentação um serviço básico de ecoturismo (a maioria dos estabelecimentos lida com alimentos) e por implicar benefícios também na cozinha familiar, este também é um curso que costuma motivar bastante a participação.

#### ☐ MEIOS DE HOSPEDAGEM

Cursos relacionados à área de hospedagem são oferecidos por diversas empresas e entidades. No caso do ecoturismo, deve-se buscar orientação para o planejamento e administração de pousadas, chalés, pequenos hotéis, hospedagem residencial (conhecido internacionalmente como Bed and Breakfast ou cama e café) e campings. Mais uma vez, é preciso estar atento às necessidades locais. Não são necessários cursos para grandes empreendimentos hoteleiros, mas ensinamentos básicos de administração, marketing, arquitetura e serviços de hospedagem.

#### ☐ OPERAÇÃO LOCAL (AGÊNCIAS E OPERADORAS)

Um produto de turismo é um casamento entre atrativos, serviços e estruturas, associados a um cronograma (ver capítulo *Elaboração de Produto de Ecoturismo*). É comum haver atrativos e serviços, sem que o produto seja elaborado. Apesar do ecoturista ter um perfil aventureiro, a tendência é para viagens curtas e bem planejadas. Uma determinada região pode ter atrativos e serviços em locais isolados, necessitando de uma ponte para colocá-los no mercado. Uma agência ou operadora local podem fazer essa ligação, elaborar e operar os produtos. Como o mercado turístico em comunidades rurais é pequeno e incipiente, a demanda por operadoras locais ainda é reduzida. Nesses casos, talvez seja mais rentável para o projeto conseguir estágios e cursos em agenciamento e operação de roteiros em centros urbanos para os interessados, o que facilitaria também os contatos com grandes agências e operadoras interessadas nos produtos da região. Associações de guias devem ser consideradas prioritárias para este curso, possibilitando um crescimento profissional dentro da atividade de ecoturismo.

#### ☐ ADMINISTRAÇÃO E GERENCIAMENTO (COMERCIALIZAÇÃO, CONTABILIDADE, ESTABELECIMENTO DE CUSTOS, ETC.)

Com raras exceções, nas regiões onde são implementados projetos de ecoturismo vivem comunidades que trabalham com atividades tradicionais, como o extrativismo e culturas de subsistência. A realidade desse tipo de produção segue o seguinte padrão: produzir/extrair, armazenar, vender no centro comprador. Já o turismo traz uma nova prática: o produto não é armazenável e o cliente tem que vir até o “produtor”. Por exemplo, um quarto de hotel é vendido na forma de diária. Se ele não é ocupado em um determinado dia, é um rendimento que se perdeu. Além disso, o hotel se desva-

loriza dia a dia devido ao desgaste natural ou por uso. Portanto, ao contrário de um saco de arroz que pode ser vendido hoje ou amanhã, o produto turístico não utilizado hoje não tem como ser repostado amanhã.

Da mesma forma, a maioria dos estabelecimentos de ecoturismo tem origem e administração familiar. São quintais que viram campings e residências que viram restaurantes e pousadas. Portanto, diante da necessidade de se cortar custos, não será fácil para a proprietária despedir o marido ou um filho...

Devido à diversidade de proprietários e empreendimentos e da própria complexidade de se gerenciar um estabelecimento, a sugestão é que se faça um módulo teórico básico e que o curso ofereça, como complemento, assessoria direta aos empreendimentos, ou seja, um trabalho de assistência técnica. Os capítulos *Viabilidade Econômica e Administração e Práticas Contábeis* devem ser utilizados como orientação deste(s) curso(s).

Além das noções e sistemas simplificados para se administrar um empreendimento, os proprietários devem compreender os processos de venda que fazem um turista chegar até seu estabelecimento. Assim, orientações de marketing podem ser úteis por ensinar a trabalhar com as altas e baixas temporadas do turismo, a adotar práticas de incentivos para se aumentar a ocupação em época de baixa temporada, entre outros temas.

#### 4. Monitoramento e avaliação

O monitoramento e a avaliação da qualidade e eficiência dos cursos devem ser feitos constantemente, de forma a garantir a continuidade e o sucesso do programa de capacitação.

A avaliação do curso e de seu(s) instrutor(es) deve ser feita imediatamente após o curso e com a participação de alunos, monitores e instrutores. Pode ser feita das seguintes formas:

##### AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Por meio de questionário padrão abor-

dando questões relativas à didática, conteúdo, motivação e aprendizado. Deve ser respondido individualmente, mesmo que de forma oral quando for o caso.

##### EM GRUPO, COM OS ALUNOS E SEM A PRESENÇA DO INSTRUTOR

Conversa aberta discutindo os mesmos itens do questionário individual, levantando e compreendendo os pontos positivos e negativos, bem como alternativas de melhorias do curso.

##### EM GRUPO, COM ALUNOS E INSTRUTORES, FAZENDO O MESMO TIPO DE AVALIAÇÃO ANTERIOR

Pode ser duro para o instrutor ou inibir os alunos, mas é uma forma bem democrática e positiva de se buscar o crescimento de todos. Neste caso, é fundamental a presença moderadora de um coordenador e seria bom que este tivesse conhecimento das avaliações individuais antes da reunião.

##### REUNIÃO ENTRE INSTRUTORES, MONITORES E COORDENAÇÃO DO PROGRAMA

Os itens da discussão são os mesmos, mas com os técnicos aprofundando a discussão nas questões mais técnicas e outras que devem ser discutidas somente no âmbito da coordenação. É sempre bom lembrar que certas críticas ou comentários têm melhor efeito quando feitas reservadamente.

Seguem algumas sugestões para avaliação e monitoramento, não significando que todas precisam ser implementadas. O ideal é que cada projeto desenvolva a metodologia que melhor se adequar ao seu contexto.

#### a) **Avaliação de resultados de curto prazo**

Visita aos proprietários de empreendimentos que fizeram os cursos, degustação e teste de produtos e serviços (fazer uma trilha com o novo guia, por exemplo) e entrevista

com turistas, que podem refletir melhorias ou não em praticamente todos os segmentos.

**b) Avaliação de resultados de médio e longo prazo**

A mesma metodologia acima, fazendo comparação com avaliações anteriores.

**c) Checar cronograma de execução dos cursos e reprodução dos mesmos por monitores, quando for o caso.**

Cursos de monitores devem passar pelo mesmo processo de avaliação acima sugerido.

**d) Durante todo o processo de avaliação e monitoramento, identificar necessidades de novos cursos ou mesmo da repetição de cursos já realizados.**

Várias das sugestões acima podem ser seguidas por meio do sistema de inventário turístico e seu processo de monitoramento. Outras necessitam do desenvolvimento de metodologia apropriada e de acompanhamento constante por parte do coordenador ou comissão responsável pelo projeto. O importante é que se estabeleça algum sistema de monitoramento para assegurar a continuidade e o aprimoramento do programa de capacitação.

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

RISCOS AO SE CAPACITAR ALÉM DA DEMANDA

Um dos riscos de um programa de capacitação é o de se capacitar um número de pessoas bem maior do que a demanda de mercado. Além da má gestão de recursos humanos e financeiros, excesso de pessoas capacitadas em uma determinada área pode provocar a decepção com o projeto por parte dos participantes/comunidade pela quebra de expectativa em relação a uma possível ocupação e favorece a concorrência baseada no menor preço em detrimento da qualidade. Desta forma, a consequência

final de um programa de capacitação mal planejado e desatento à realidade local pode ser o contrário dos objetivos do programa: produtos de baixa qualidade e menos competitivos, menor benefício econômico à comunidade, possíveis conflitos entre moradores e decepção com o programa de ecoturismo.

CAPACITAÇÃO GERA DEMANDA DE INVESTIMENTOS

Ao objetivar mais qualidade e diversidade de produtos, o programa de capacitação vai gerar a necessidade de investimentos tanto de quem já está no ramo ou de quem quer iniciar uma atividade. O projeto de ecoturismo deve procurar se antecipar a esta demanda através de ações de orientação à comunidade (por exemplo, linhas de financiamento existentes, cuidados ao financiar, práticas de menor custo) e criação ou gestão de fundos destinados à população de baixa renda ou programas de conservação ambiental.

#### V. BIBLIOGRAFIA

- BRUNS, D., RICHARDSON, S. & SULLIVAN T. 1994. Recreation – Tourism Community Partnerships for Sustainable Adventure Travel. In The Fifth International Symposium on Society and Resource Management. Colorado State University, Fort Collins, Colorado, USA.
- BYERS, Bruce. 2000. Understanding and Influencing Behavior: a Guide. Biodiversity Support Program, USAID. Washington, DC, USA.
- EMBRATUR. 1994. Diretrizes Para uma Política Nacional de Ecoturismo. BARROS II, Sílvio M. de & DE LA PENHA, Denise H. (Coords.). EMBRATUR: Brasília, DF.
- GARCIA, Regina Leite (org.). 2000. Aprendendo com os movimentos sociais. DP&A Editora. Rio de Janeiro, RJ.
- INSKEEP, Edward. 1991. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. Van Nostrand Reinhold: Nova York, NY, EUA.





## 9. Monitoramento e controle de impactos de visitação

Sylvia Mitraud

### I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo é oferecer um instrumento prático e viável que possibilite o monitoramento e controle dos impactos de visitação por parte dos responsáveis pela gestão de áreas naturais.

O método aqui proposto – Monitoramento do Impacto de Visitação (MIV) – incorpora as principais e mais conhecidas metodologias existentes para gestão do uso recreativo de áreas naturais.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

Como foi visto na *Introdução* e no capítulo de *Planejamento do Ecoturismo* deste Manual, há uma série de princípios relacionados às questões sócio-econômicas e à conservação ambiental que orientam o desenvolvimento do ecoturismo.

A visitação causa alterações ao ambiente natural. É necessário adotar medidas de controle para protegê-lo, e ao mesmo tempo assegurar qualidade à visita.

O método proposto neste capítulo contempla o princípio da *viabilidade ambiental*, segundo o qual o ecoturismo deve ser desenvolvido com o controle dos impactos, de forma a não gerar danos irreversíveis ao local visitado, inclusive como forma de não comprometer o próprio negócio.

Os dados recolhidos por meio do monitoramento ou acompanhamento das alterações podem subsidiar a formulação de medidas de proteção.

#### 1. O princípio básico

O desafio para se controlar o impacto de visitação em áreas naturais não deve ser menosprezado. Problemas ambientais decorrentes da interferência humana exigem uma postura preventiva, para equilibrar o uso, e pró-ativa, de forma que a solução venha em tempo hábil.

Em geral, para se resolver um problema isolam-se suas causas, elaboram-se estratégias para eliminá-las ou minimizá-las, estabelecem-se metas a serem cumpridas e acompanham-se os eventos de implementação, até que tenham sido atingidas as metas ou o problema tenha sido resolvido.

Esse processo, tão simples e cotidiano, torna-se complexo quando se trata de controle de impactos de visitação, pois o impacto ambiental indesejável no local visitado é muitas vezes difícil de ser percebido. Além disso, o conhecimento disponível sobre os processos e relações entre os diversos elementos de um determinado ecossistema geralmente é insuficiente para se entender que determinada alteração é indesejada ou proveniente de causas não naturais. A alteração na população de uma determinada espécie animal pode ser provocada por ações antrópicas, ou pela própria dinâmica populacional da espécie, ou por outras mudanças no ecossistema (no solo, na vegetação, nos recursos hídricos, em outras espécies de fauna, no clima etc.) das quais não se tem qualquer conhecimento, ou não se é permitido conhecer.

Sem que determinada situação seja diagnosticada como um “problema”, como é

possível identificar causas e traçar estratégias para solucioná-la? E mais importante, se não há problema perceptível, por que se preocupar com a situação?

A resposta é simples: o fato de não se identificar um problema não significa que este não exista. Usualmente, quando se percebe um problema ambiental, este já atingiu tal nível de gravidade que é comum ter se tornado irreversível, ou de solução somente a longo prazo e/ou de alto custo.

Assim, no monitoramento e manejo de impactos de visitação, o esforço dos responsáveis pela gestão deve ser voltado para a antecipação e prevenção de problemas. Por

meio do acompanhamento criterioso e sistemático de alterações observáveis no ambiente visitado, e seu controle, espera-se que problemas maiores, mais complexos e pouco perceptíveis sejam detectados com maior facilidade.

O enfoque na prevenção de problemas implica alterações nos procedimentos mais comumente seguidos para os processos de monitoramento de projetos.

Para aqueles que já possuem experiência em monitoramento de projetos, a seguir apresentamos um quadro que contrasta as duas abordagens e aponta as diferenças entre elas.

☐ QUADRO 1

MONITORAMENTO DE PROJETOS E DE IMPACTOS	
MONITORAMENTO DE PROJETOS	MONITORAMENTO DE IMPACTOS DE VISITAÇÃO
1 Identificam-se problemas e diagnosticam-se causas	1 Planeja-se ou inicia-se a visitação em uma área natural
2 Define-se a estratégia de ação para resolver os problemas	2 Define-se a situação desejada para uma área natural visitada
3 Definem-se metas a serem alcançadas	3 Definem-se indicadores e meios de acompanhar o estado atual de acordo com o desejado
4 Definem-se indicadores de monitoramento das metas	4 Definem-se parâmetros máximos aceitáveis de alteração, os quais não se quer alcançar
5 Monitora-se o alcance dos resultados	5 Monitoram-se as alterações nos indicadores
6 Caso não sejam alcançados, elaboram-se novas estratégias de ação	6 Caso sejam atingidos os parâmetros, elaboram-se estratégias de ação

2. As características do sistema

O desenvolvimento e a aplicação de métodos de monitoramento e controle (ou seja, o manejo) de impactos de visitação em áreas naturais são processos ainda em elaboração e teste, não só no Brasil como em todo o mundo. Dessa forma, o método aqui apresentado deve ser visto como um

modelo *experimental*, como o início de um processo de construção de um método que deverá ser refinado após sua implementação monitorada em diversos contextos.

O método ora proposto possui duas características básicas:

- ☐ É FLEXÍVEL e VERSÁTIL, podendo ser adaptado a uma diversidade de si-

tuações – desde o manejo de uma pequena propriedade particular, sem pessoal ou recursos para manter um sistema sofisticado de monitoramento e controle de impactos, até um parque nacional marinho. Ao longo do capítulo serão utilizados exemplos ilustrativos desses dois tipos de casos.

- ❑ Sendo um método flexível, o resultado de sua implementação depende, em grande parte, da ABRANGÊNCIA e da COMPLEXIDADE do sistema definidas por aqueles que o aplicam.

Independentemente da complexidade do sistema montado, este deve ser:

- ❑ PRÁTICO, com procedimentos e instrumentos de monitoramento o mais simples possível.
- ❑ DINÂMICO, permitindo a fácil adequação do sistema de acordo com o aprendizado gerado pela sua aplicação.
- ❑ ACESSÍVEL aos proprietários, gerentes, ou pessoas responsáveis pela aplicação do sistema.
- ❑ CONFIÁVEL, com coleta e registro de dados realizados nos prazos e na forma definida no sistema.
- ❑ FOCALIZADO NO MANEJO DA VISITAÇÃO e não em pesquisa em geral.
- ❑ GERADOR DE INFORMAÇÕES CUMULATIVAS, ou seja, seu objetivo é observar mudanças em um mesmo elemento ao longo do tempo.
- ❑ SISTEMATICAMENTE ORGANIZADO para não haver perda ou mistura de informações sobre os dados coletados.
- ❑ DE APLICAÇÃO IMEDIATA, sem estar condicionado à realização de pesquisas prévias, ou do alcance de condições ótimas de gestão.

### 3. Os métodos utilizados

Nenhum dos métodos até agora desenvolvidos foi suficiente, de forma isola-

da, para atender às características citadas acima. Por isso, optou-se pela associação de quatro métodos: um desenvolvido para a elaboração de planos de manejo em parques nacionais nos Estados Unidos; dois desenvolvidos especificamente para o manejo dos impactos de visitação em áreas naturais protegidas; e um "importado" da área de acompanhamento e avaliação de projetos. A esses foram acrescentadas pequenas contribuições de outros métodos existentes. Os quatro métodos são:

- A. *LAC OU LIMITES DE MUDANÇA ACEITÁVEL* - desenvolvido por George Stankey, David Cole, Robert Lucas, Margaret Petersen e Sidney Frissell, para o Serviço Florestal dos Estados Unidos, publicado em 1985.
- B. *CAPACIDADE DE CARGA DE VISITAÇÃO RECREATIVA EM ÁREAS PROTEGIDAS* - desenvolvido por Miguel Cifuentes, apresentada de forma sistemática pela primeira vez em 1992.
- C. *VIM OU MANEJO DE IMPACTO DE VISITAÇÃO* - desenvolvido por Fred Kuss, Alan Graefe e Jerry Vaske, para a National Parks and Conservation Association – USA (Associação de Parques Nacionais e Conservação dos EUA), publicado em 1990.
- D. *MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE PROJETOS* - modelo de matriz de monitoramento de projetos utilizado pela Interamerican Foundation – IAF.

Fundamentalmente, esses métodos não se contrapõem. Devido às suas diferentes abordagens, são complementares, gerando subsídios para o manejo.

O *LAC – LIMITES DE MUDANÇA ACEITÁVEL*, desenvolveu-se com base no princípio de que qualquer ação de manejo ou uso (inclusive visitação recreativa) em um ambiente natural necessariamente gera alterações no mesmo. Portanto, o objetivo do gestor não deve ser evitar ou eliminar as alterações no ambiente natural causadas pela ação humana, mas sim mantê-las dentro de parâmetros aceitáveis. No caso da visitação

recreativa, os gestores devem estabelecer a quantidade e o tipo admissíveis ou aceitáveis. Outro ponto chave do método, é que ele não define os limites em termos de quantidade e tipo de uso da área, mas sim em termos de impactos gerados pelo uso.

A *CAPACIDADE DE CARGA* desenvolveu-se com o objetivo de gerar um indicador quantitativo, uma espécie de “termômetro”, para os gestores de áreas onde nunca se fez o acompanhamento sistemático dos impactos de visitação: os gestores da área devem manter o número de visitantes em uma área protegida abaixo da capacidade de carga estabelecida, ou seja, do número máximo de visitantes que a área pode receber, estabelecido pelo método. A capacidade de carga garante um instrumento de controle mínimo para iniciar a implementa o do sistema de monitoramento e controle de impacto de visita o. A determina o da capacidade de carga de visita o de uma área pode também auxiliar no estudo de viabilidade econômica do ecoturismo no local. Por exemplo, em um atrativo, público ou privado, onde a única infra-estrutura para visita o   uma trilha, a capacidade de carga dessa trilha será o fator limitante do faturamento.

Este método representa a busca de alternativas para o manejo sustentável de visita o em áreas protegidas, dentro de um contexto latino-americano. Dessa forma, baseia-se na conjun o de cinco fatores:

1. Conhecimento existente sobre a biodiversidade protegida na unidade de conserva o, especialmente espécies endêmicas e/ou ameaçadas, e sobre os processos ecológicos do ecossistema protegido e suas características físico-ambientais.
2. Disponibilidade de pessoal em número adequado e capacitado para desenvolver atividades técnicas de manejo de visita o.
3. Disponibilidade de recursos financeiros.
4. Infra-estrutura e equipamentos adequados.

5. Satisfa o do visitante em sua experiência recreativa dentro da unidade.

Além de relacionar os critérios acima para nortear o limite de uso recreativo de uma determinada área, o método define que o manejo da visita o não pode ser considerado um elemento independente do restante do manejo da unidade de conserva o (UC), ou da propriedade. Ao contrário, deve ser organizado levando-se em conta todas as atividades ali realizadas, buscando um equilíbrio de qualidade. A preocupa o   de que o investimento na propriedade – de pessoal, infra-estrutura e financeiro – não seja direcionado exclusivamente para o ecoturismo, evitando assim o enfraquecimento econômico, social e ambiental da propriedade.

Uma outra contribui o desse método é a inclusão da capacidade de gestão como fator de manejo de impacto da visita o. É um fator importante, considerando-se que as propriedades com potencial ecoturístico no Brasil, em sua maior parte, não possuem atividades voltadas para a pesquisa, têm limitados recursos humanos e financeiros para investir no manejo de visita o e carecem de instala es e equipamentos sofisticados para controle de impactos.

O *VIM* aceita o princípio fundamental do LAC. Sua principal contribui o para o método proposto neste capítulo é o estabelecimento dos mecanismos e procedimentos para fazer do manejo de visita o um processo dinâmico para diagnóstico de impactos, subsidiando a tomada de decisões.

Na defini o das variáveis e padrões para a determina o de parâmetros aceitáveis de mudança, os pesquisadores envolvidos no desenvolvimento do *VIM* chegaram às seguintes conclusões:

- Dentre as variáveis biológicas, sociais, físicas, etc., não   possível estabelecer uma única resposta previsível dos impactos do uso recreativo. Os impactos são geralmente identificados por uma rela o entre diversos fatores. Em outras palavras, é muito difícil identificar variáveis que iso-

ladamente indiquem a ocorrência de algum dano inaceitável (ou seja, que descaracteriza o ambiente ou alguma de suas partes de forma irreversível).

- ❑ Para a maioria dos impactos, não se pode estabelecer uma relação direta e linear com a intensidade de uso (número de visitantes). A relação varia de acordo com diversos outros fatores, podendo ser mais ou menos forte. Essa conclusão indica que os métodos de aferição da capacidade de carga são instrumentos limitados de controle de impactos inaceitáveis.
- ❑ Um dos principais fatores que influenciam a determinação da capacidade de carga (ou limite de uso) é a tolerância diferenciada dos elementos do ecossistema (resiliência) e dos diferentes grupos de visitantes às alterações ambientais. A intensidade de uso pode beneficiar alguns elementos/grupos, enquanto prejudica outros.
- ❑ Algumas atividades geram impactos mais rapidamente do que outras, e a forma como a atividade é realizada pode acelerar ou desacelerar esse processo. Ou seja, dependendo do comportamento do visitante e do tipo de atividade, um único visitante pode causar mais impacto ao ambiente do que um grupo com 20 ou mais pessoas.
- ❑ Os impactos do uso recreativo também são influenciados por fatores específicos de cada local visitado, como o clima, a topografia ou o solo.

O SISTEMA DE MONITORAMENTO DE PROJETOS permite a sistematização da coleta e registro de dados de forma contínua e confiável, sendo um instrumento que possibilita a identificação de problemas potenciais ou efetivos relacionados à visitação. É constituído de uma tabela, chamada Matriz de Monitoramento, que orienta o que se deve acompanhar, onde, quando, e por quem. A Matriz é complementada por diversos formulários que auxiliam a coleta e registro dos dados, de acordo com as determinações da Matriz.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Esta caixa de ferramentas apresenta as três principais etapas do processo de desenvolvimento e implementação do MIV, quais sejam:

1. *Montando o Sistema de Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação (MIV);*
2. *Aprendendo a desenvolver o MIV para uma área; e*
3. *Ensinando outros a desenvolver o MIV.*

#### *1. Montando o Sistema de Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação (MIV)*

O desenvolvimento do MIV envolve a realização de 10 passos:

- 1 Montar equipe multidisciplinar, de acordo com as características levantadas no planejamento e mapeamento.
- 2 Revisar a legislação e as políticas ambientais e de turismo relevantes para a UC (Unidade de Conservação) ou propriedade.
- 3 Analisar ou elaborar objetivos gerais para o uso da área protegida ou propriedade, objetivos específicos para a atividade de ecoturismo e definir objetivos específicos por trilha ou local de visitação.
- 4 Determinar indicadores para monitoramento de cada área.
- 5 Determinar parâmetros de impactos aceitáveis para cada indicador, incluindo as unidades de medida.
- 6 Determinar a capacidade de carga.
- 7 Elaborar a Matriz de Monitoramento, incluindo os instrumentos de coleta e compilação de dados.
- 8 Coletar dados iniciais para o monitoramento de todos os indicadores, ajustar os instrumentos de coleta e compilação de dados e realizar a primeira etapa de treinamento dos responsáveis pelo manejo.
- 9 Analisar os usos conflituosos ou exces-

sivos observados durante a coleta de dados iniciais para o monitoramento e determinar ações de manejo corretivas.

**10** Treinar os responsáveis para implementar o MIV.

O MIV não pode ser desenvolvido isoladamente dentro de uma unidade de conservação (UC) ou propriedade. Ao contrário, algumas ações prévias são condições para que se possa implementá-lo:

- ❑ *Planejamento da UC ou propriedade como um todo*, para definir as áreas onde será desenvolvido o uso recreativo, tais como trilhas.
- ❑ *Mapeamento da área de visitação*, no caso de trilhas, p. ex., levantamento do comprimento, direção, declividade e identificação de tipos de solo predominantes ao longo da trilha (ver capítulo *Manejo de Trilhas*).

Caso seja necessário, e isto é importante destacar, fazer correções nos locais de visitação, e caso os gestores da UC ou da propriedade desejem providenciá-las imediatamente, convém aguardar sua conclusão antes de realizar os passos 3 a 5 da montagem do sistema de monitoramento, pois podem haver alterações em locais de coleta de dados e no estado dos indicadores. Deve-se levar em conta que atividades corretivas que implicam melhor comportamento por parte do visitante (p. ex. sua educação via folhetos e placas), assim como a instalação de equipamentos e infra-estruturas na área, podem vir a alterar a capacidade de carga dessas áreas ou alterar os indicadores. Entretanto, a análise da legislação (passo 1), a descrição de objetivos (passo 2) e a capacidade de carga (passo 6) devem ser desenvolvidos antes de qualquer alteração corretiva no local de visitação.

❑ **QUADRO 2**

**EXEMPLOS A SEREM UTILIZADOS NESTE CAPÍTULO**

**OS EXEMPLOS A SEREM UTILIZADOS NESTE CAPÍTULO:**

Para auxiliar na compreensão deste capítulo, os MIVs de duas áreas serão utilizados para ilustrar os passos do método.

Um foi desenvolvido pelo Projeto Veadeiros (ver apresentação na *Introdução*) durante a elaboração deste manual. O MIV foi elaborado para uma trilha de 1.500m numa área chamada Vale da Lua, cujos proprietários possuem baixa capacidade de investimentos financeiros e pela qual há apenas um responsável permanente.

O outro foi elaborado como parte do Planejamento e Implantação do Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, projeto realizado pelo WWF-Brasil em parceria com o MMA/IBAMA. O Parque possui oito trilhas, 20 pontos de mergulho e uma equipe de funcionários correspondente a 70% do ideal e contou com financiamento específico para o desenvolvimento das atividades propostas em caráter piloto.

Apesar das diferenças extremas entre os casos, ambos são considerados bons exemplos de MIV, cumprindo com os critérios expostos no item II.2 (*Características do Sistema*). Ao longo desta Caixa de Ferramentas, serão apresentados trechos selecionados dos trabalhos em cada área. Como anexo, serão apresentados os resultados do MIV do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha para uma de suas trilhas. A apresentação na íntegra do MIV de qualquer uma das áreas utilizadas como exemplos é impossível por tratarem-se de documentos mais extensos do que este capítulo.

Ⓟ **Passo 1** – *Montar equipe multidisciplinar, de acordo com as características levantadas no planejamento e mapeamento*

A elaboração do MIV começa com a montagem da equipe que realizará o trabalho. Uma equipe com especialidades variadas é determinante para a qualidade e profundidade de detalhamento do sistema. Quanto mais completa for a equipe de trabalho, mais completo será o sistema. Note-se também que essa equipe poderá, em uma mesma visita, colaborar com o desenvolvimento do programa de interpretação ambiental (ver capítulo específico) do local.

Porém, uma equipe multidisciplinar com conhecimentos prévios sobre a área pode ter alto custo, e o resultado do trabalho pode tornar-se complexo ou demorado demais, impossibilitando sua implantação pela equipe responsável pela gestão. Cabe aos gestores da UC ou ao proprietário ponderar os diversos fatores para decidir sobre o tamanho e nível de especialização da equipe de montagem do monitoramento, entre eles:

- ❑ *A necessidade de um trabalho mais detalhado e cuidadoso. Uma Unidade de Conservação, uma área*

muito extensa em ambiente frágil, uma extensa rede de trilhas ou de locais de visitação geralmente indicam a necessidade de cuidados maiores no controle dos impactos causados pela visitação. A diversidade na oferta de atividades de ecoturismo, como por exemplo uma caminhada aliada a escalada e canyoning, também implica um sistema mais complexo.

- ❑ *A disponibilidade de recursos financeiros. Uma equipe de especialistas pode ter alto custo, não só em honorários como também em transporte, hospedagem e alimentação. Uma alternativa natural é conseguir a colaboração de voluntários e estagiários, ou estabelecer convênios com ONG's e institutos de ensino e pesquisas (ver capítulos *Voluntariado em projetos de ecoturismo* e *Pesquisa na atividade de ecoturismo*).*
- ❑ *Os recursos humanos disponíveis para a implementação do MIV. Caso seja desenvolvido um sistema mais complexo do que a capacidade e o tamanho da equipe disponível, o sistema certamente não será implementado. Nesse caso, é preferível elaborar um sistema simples, dentro da capacidade de implementação dos proprietários ou responsáveis.*

**EXEMPLO 1 - EQUIPES DE TRABALHO**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
A equipe que elaborou o MIV do Vale da Lua era constituída por um técnico e pela coordenadora do Projeto Veadeiros / WWF-Brasil.	A equipe do Projeto Noronha contou com um total de 18 técnicos, cobrindo 14 áreas de especialidades diferentes, tais como história e arqueologia, ecossistemas terrestres (flora e fauna) e marinhos (corais, ictiofauna, golfinhos e tartarugas), geologia, engenharia e arquitetura (para a infra e os equipamentos), educação e interpretação ambiental, comunicação visual (para sinalização e folhetos) etc.



Ⓟ **Passo 2** – *Revisar a legislação e as políticas ambientais e de turismo relevantes para UC ou propriedade*

Com a equipe de tamanho e características adequados, o segundo passo é realizar uma cuidadosa revisão da legislação e políticas de conservação, de turismo e de uso do solo pertinentes ao local e propriedade. A revisão deve abranger os níveis federal, estadual e municipal. Convém também conhecer acordos ou práticas não-formais da comunidade local. O objetivo é assegurar que as atividades propostas e desenvolvidas para o uso recreativo não estejam em contradição com as normas vigentes ou com os costumes locais, e que ao mesmo tempo se possa tirar melhor proveito das políticas que favorecem e incentivam a atividade ecoturística. Essa revisão deve ser realizada durante o diagnóstico e planejamento do ecoturismo (ver capítulos referentes).

Ⓟ **Passo 3** – *Analisar ou elaborar objetivos gerais para o uso da área protegida ou propriedade, objetivos específicos para a atividade de ecoturismo e definir objetivos específicos por trilha ou local de visitaçao*

A definição de objetivos específicos por trilha ou área de visitaçao deve receber cuidadosa atençao, pois todas as demais etapas do monitoramento e avaliaçao dos impactos de visitaçao são feitas com base nesses objetivos.

No caso das propriedades particulares, dificilmente haverá clareza na definição de objetivos. Deve-se ter o cuidado de não “inventar” objetivos que nada representam para o proprietário. Em casos como este, basta identificar ou elaborar um objetivo que reflita o potencial da área para receber visitantes e o interesse do proprietário em trabalhar com o ecoturismo (evitando restringir-se à resposta óbvia e simplista do interesse econômico).

A equipe deve concentrar-se, principalmente, no estabelecimento de objetivos para cada trilha ou local de visitaçao. Quanto mais específicos os objetivos, mais fáceis serão os passos seguintes e, mais importante, mais claro será para os responsáveis identificar como deve ser utilizado o local visitado. Para ilustraçao, os objetivos de trilhas podem referir-se a:

- ❑ *Infra-estrutura e manutençao de trilhas* (largura da trilha, tipo de materiais, construçao, locais de descanso, colocaçao de bancos, mirantes, pontes etc.).
- ❑ *Interpretaçao ambiental* (trilha guiada ou não, tipo, quantidade e localizaçao de sinalizaçao, materiais de interpretaçao etc.).
- ❑ *Experiencia do visitante* (tipo de atividade, tipo de visitante, faixa etária, encontros com outros grupos, visitas de excursões, permanência em mirantes, visualizaçao de infra-estrutura etc.).
- ❑ *Proteçao contra usos indevidos* (vandalismo, danos aos recursos naturais, danos em sinalizaçao, lixo, etc.).
- ❑ *Proteçao biológica e/ou ecológica* (proteçao de espécies endêmicas, de espécies que ocorrem ao longo da trilha, período de reproduçao, proteçao da paisagem, refúgios e ninhos etc.).

Ⓟ **Passo 4** – *Determinar indicadores para monitoramento de cada área*

Os indicadores limitam a abrangência do MIV. Por meio deles, definimos os itens ou aspectos sobre os quais faremos o acompanhamento de alteraçoes, permitindo a prevençao de danos considerados inaceitáveis. Os indicadores devem ser estabelecidos a partir dos objetivos específicos de cada trilha, pois eles são a referência para a condiçao desejada em cada local.

**EXEMPLOS DE OBJETIVOS:**

<b>Projeto Veadeiros</b>	<b>PARNAMAR/Noronha</b>
<p>1) <i>Objetivo da propriedade e de visitação:</i> Promover o uso adequado da área para a sua conservação, educação ambiental e uso recreativo.</p> <p>2) <i>Objetivos da trilha do Vale da Lua:</i>                      a) orientar o visitante por um percurso que promova a interpretação das características geológicas e botânicas do local;                      b) delimitar o espaço de trânsito e de mirantes interpretativos, impedindo o alargamento e duplicação de trilhas. (Há 3 outros objetivos, não citados aqui).</p>	<p>1) <i>Objetivo de uso recreativo do Parque:</i> Minimizar os impactos negativos resultantes do uso público. (Há 4 outros objetivos, não citados aqui).</p> <p>2) <i>Objetivos da Trilha dos Golfinhos:</i>                      a) manter a área do costão entre Golfinhos e Sancho como área de reprodução de aves;                      b) propiciar experiência de visitação apropriada para grupos com prováveis encontros com outros grupos e compartilhamento de mirantes. (Há 4 outros, não citados aqui).</p>



É importante notar que, apesar dos indicadores serem definidos por decisões de manejo, tendo portanto um nível de subjetividade, eles não são aleatórios ou generalizados para qualquer ambiente ou mesmo para todas as trilhas de uma mesma unidade.

Como em qualquer contexto, indicadores devem ser:

- ❑ **Claros**, sendo apresentados com detalhes suficientes para não haver dúvida sobre o que se quer monitorar.
- ❑ **Específicos**, devendo tratar de apenas um aspecto.
- ❑ **Práticos**, buscando a maneira mais simples e direta de acompanhar o aspecto desejado.
- ❑ **Relevantes**, tratando apenas dos aspectos centrais apontados nos objetivos identificados ou definidos no Passo 3, acima.

No estabelecimento dos indicadores de monitoramento, deve-se ter em mente que os dados serão coletados e analisados pelos responsáveis pela gestão da área, e que o

objetivo é facilitar a percepção e controle de impactos indesejados que tenham relação direta com a visitação recreativa.

Nesse sentido, é especialmente difícil o monitoramento de indicadores biológicos ou ecossistêmicos. Como apontado pelos pesquisadores que desenvolveram o MIV, é muito difícil estabelecer correlação direta entre alterações populacionais e impactos de visitação. Assim, além de ser difícil coletar dados para indicadores biológicos de forma confiável, a sua análise irá requerer auxílio de especialistas.

No entanto, sempre que possível devem-se estabelecer alguns indicadores biológicos. Ao fazê-lo, além de observar se o mesmo está de acordo com o previsto nos objetivos, outros fatores devem ser levados em consideração:

- ❑ Utilizar apenas espécies sobre as quais haja conhecimento razoável em ecologia e dinâmica de população, de preferência gerado em pesquisas no próprio local. Se possível, deve haver alguma pesquisa em andamento sobre a espécie no local, de forma a poder contar com a assessoria eventual de um pesquisador especializado para a coleta e análise dos dados.
- ❑ Apenas monitorar indicadores biológi-

cos caso os objetivos da propriedade e/ou do uso recreativo para aquele local determinem explicitamente a espécie que se deseja estabelecer como indicador.

- ❑ Como os funcionários da propriedade serão os responsáveis pela coleta, registro, armazenamento e análise inicial dos dados de monitoramento, é necessário que os métodos e instrumentos de coleta e registro sejam adequados à capacidade do pessoal. Indicadores que não possam ser acompanhados não devem ser utilizados.

- ❑ Ao definir o indicador, a equipe deve se perguntar para que servirá a informação que este indicador gerará. Por mais interessante ou tentador que possa ser o acúmulo de informações sobre espécies de fauna ou flora, o objetivo do monitoramento é o manejo de impactos de visitação e não a pesquisa científica.

Os indicadores aos quais se deve dar preferência são os físicos e sociais. A seguir, são listadas as principais variáveis sociais, físicas e biológicas sobre as quais geralmente se elaboram indicadores:

❑ QUADRO 3

VARIÁVEIS COMUMENTE UTILIZADAS PARA INDICADORES

SOCIAIS	FÍSICOS	BIOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número de encontros com outros indivíduos por dia</li> <li>● Número de encontros por tipo de transporte</li> <li>● Número de encontros por tipo de atividade realizada</li> <li>● Número de encontros por tamanho de grupo</li> <li>● Número de encontros com outros grupos por dia</li> <li>● Percep�o do visitante quanto a "multidão"</li> <li>● Número de encontros por local de encontro</li> <li>● Número de reclama�es feitas por visitantes</li> <li>● Percep�o do visitante quanto a impacto ambiental</li> <li>● Quantidade de lixo no local</li> <li>● Satisfa�o do visitante</li> <li>● Relatos de visitantes quanto a comportamento indesejável de outros visitantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Compacta�o do solo</li> <li>● pH do solo</li> <li>● Quantidade de h�mus no solo</li> <li>● área de solo desnudado</li> <li>● área total de camping</li> <li>● Tamanho dos restos de fogueiras</li> <li>● Erosão visível</li> <li>● Drenagem do solo</li> <li>● Química do solo</li> <li>● Profundidade do h�mus no solo</li> <li>● Número de locais de fogueira</li> <li>● Número de trilhas paralelas ou duplicadas (ou picadas)</li> <li>● Fauna e microflora do solo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Porcentagem de perda de cobertura do solo</li> <li>● Densidade de cobertura do solo</li> <li>● Diversidade de espécies de plantas</li> <li>● Composi�o de espécies de plantas</li> <li>● Propor�o de espécies exóticas de plantas (comparado com as nativas)</li> <li>● Altura das plantas</li> <li>● V�gor de espécies de plantas selecionadas</li> <li>● Extensão da vegeta�o doente</li> <li>● Extensão de árvores com cicatrizes ou mutiladas</li> <li>● Número de mudas novas e árvores jovens</li> <li>● Raízes expostas</li> <li>● Abundância de espécies de vida silvestre selecionadas</li> <li>● Presença / ausência de espécies selecionadas</li> <li>● Freq�ncia de avistamento de fauna</li> </ul>

Uma vez definidos os indicadores, a equipe deve descrever os meios de verificação dos mesmos e a técnica a ser utilizada para a coleta de dados. O objetivo desta etapa não é somente detalhar mais os indicadores, mas sim:

- ☐ Verificar a viabilidade de se utilizar o indicador. Talvez as únicas técnicas

possíveis estejam além da capacidade dos responsáveis ou então sejam muito dispendiosas.

- ☐ Refletir sobre a utilidade do indicador respondendo à seguinte pergunta: Quais resultados serão obtidos utilizando-se este indicador, por meio desta técnica de coleta?

**EXEMPLO 3 – INDICADORES PARA MONITORAMENTO:**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
<p>1) <i>Metragem da largura da trilha</i> O indicador será verificado com a medição em trechos propensos a alagamentos, tomando três medidas para cada local, sendo a segunda medida 5 metros após a primeira e a terceira 5 metros após a segunda.</p> <p>2) <i>Quantidade de lixo encontrado na trilha</i> O indicador será medido por meio da coleta e contagem das unidades de lixo, verificando seu volume sem compactação em saco de lixo de 30 litros. O lixo encontrado deverá ser retirado do local sempre que for observado.</p>	<p>1) <i>Número médio de indivíduos por espécie (de aves) observados em dias de visitação comparado com dias sem visitação.</i> O indicador será verificado por meio do estabelecimento de área controle com características similares à área visitada.</p> <p>2) <i>Número de danos à infra-estrutura e/ou sinalização provocados por visitantes em uso não adequado (depredação voluntária).</i> O indicador será verificado por meio de contagem absoluta de ocorrências ao longo da trilha.</p>

SEÇÃO 3  
9

- Ⓟ **Passo 5** – *Determinar parâmetros de impactos aceitáveis para cada indicador, incluindo as unidades de medida*

O primeiro pressuposto básico no manejo de visitação é que, se há visitação, necessariamente haverá alterações ou impactos no ambiente. O segundo é que o ambiente natural possui capacidade relativa de recuperar-se (resiliência), incorporando alterações, antrópicas ou não, desde que não ocorram perdas biológicas ou de processos ecológicos significativos.



**NÃO EXISTE PARÂMETRO ACEITÁVEL DE MUDANÇA “ZERO”.**

No momento de definir os parâmetros aceitáveis de mudança, observa-se uma



forte tendência dos membros da equipe – especialmente de pesquisadores especializados em flora ou fauna – a colocar limites “zero”, ou então muito próximos a isto. Esta atitude é compreensível. Dizer que aceitamos a perda de “x” por cento na vegetação ao longo da trilha, ou a presença de “x” litros de lixo, ou alguma variação no comportamento de determinada ave é uma ação contrária à que geralmente os profissionais envolvidos com a conservação ambiental realizam ao longo de toda sua carreira. Caso verifique-se algum impacto realmente inadmissível, a área deverá ser fechada ou não deverá ser aberta à visitação recreativa.

Cabe aos manejadores da área determinar, para os indicadores estabelecidos, os limites ou parâmetros de impacto aceitáveis.

Este é o ponto crucial do monitoramento de impacto de visitação, onde mais se evidencia a subjetividade da elaboração do MIV. A definição de parâmetros aceitáveis de impacto é sempre uma decisão de manejo, que envolve maior ou menor grau de subjetividade, dependendo dos conhecimentos acumulados pelos responsáveis e/ou equipe sobre determinados fenômenos na área.

Deve-se evitar ao máximo a definição de parâmetros aleatórios ou “chutados”. Quando a equipe não estiver certa sobre os níveis aceitáveis de mudança em determinados indicadores, deve:

- ❑ Consultar a bibliografia e estudos de caso para observar os parâmetros utilizados em outras áreas.
- ❑ Consultar um especialista na área temática de que trata o indicador.
- ❑ Fazer pesquisa com visitantes para levantar a opinião deles, especialmente no que se refere aos indicadores sociais.

- ❑ Estabelecer parâmetros com base no bom senso da equipe e testá-los por meio de um monitoramento intensivo durante os primeiros meses.



A aplicabilidade e efetividade dos parâmetros definidos deve ser avaliada no primeiro ciclo de monitoramento e avaliação dos impactos.

Para determinar os limites aceitáveis de impacto, a equipe deve rever os objetivos gerais e específicos da área e depois quantificar e/ou qualificar, dentro de um período de tempo, cada indicador.

A quantificação deve ser feita segundo a mesma unidade apresentada no indicador (porcentagem, número absoluto, diferença significativa, observações etc.).

Deve haver apenas um parâmetro por indicador:

**EXEMPLO 4 – PARÂMETROS ACEITÁVEIS PARA IMPACTO:**

<b>Projeto Veadeiros</b>	<b>PARNAMAR/Noronha</b>
<p>1) <i>Metragem da largura da trilha</i> 1,5m como trilha desenvolvida e até 0,5m de cada lado com impactos de visitação, desde que a cobertura do solo (vegetação) não seja eliminada</p> <p>2) <i>Quantidade de lixo encontrado na trilha</i> Até 30 litros por semestre (não compactado)</p>	<p>1) <i>Número médio de indivíduos por espécie (de aves) observados em dias de visitação comparado com dias sem visitação.</i> Ausência de diferença significativa entre médias de número de indivíduos por espécies principais entre áreas visitadas e de controle.</p> <p>2) <i>Número de danos à infra-estrutura e/ou sinalização provocados por visitantes em uso não adequado (depredação voluntária).</i> Até uma ocorrência por trimestre no primeiro ano.</p>

Ⓟ **Passo 6** – *Determinar a capacidade de carga*

O passo seguinte é a determinação da capacidade de carga por área. Essa etapa irá indicar a quantidade máxima de uso que uma trilha ou local visitado pode receber sem correr riscos elevados de gerar danos irreversíveis ou impactos inaceitáveis no ambiente natural.

O resultado da aplicação desta etapa do método é um número, que não se pretende estanque ou inquestionável. Como foi dito na introdução, a capacidade de carga de uma trilha vai se alterando com as condições de infra-estrutura e gestão da área. É

necessário revê-la periodicamente de acordo com as instruções do próprio método.

Também não é um número mágico, cujo cumprimento absoluto resolve e previne todo e qualquer impacto inaceitável. Muitas vezes o tipo de uso e o comportamento do visitante são fatores que oferecem um risco muito mais elevado do que a quantidade de visitantes. Soma-se a isto o fato de que o cálculo da capacidade de carga envolve a tomada de decisões de manejo, gerando assim um grau de subjetividade no resultado final, como no caso da definição de indicadores e parâmetros.

Assim, mesmo com o cumprimento rigoroso da capacidade de carga, é indispensável

## ESTUDO DE CASO

### CAPACIDADE DE CARGA DE VISITAÇÃO

#### EM ÁREAS DE MERGULHO NO PARQUE NACIONAL MARINHO DE FERNANDO DE NORONHA – O PRINCÍPIO DO MANEJO CONSERVADOR DA VISITAÇÃO

**D**urante a realização dos cálculos da capacidade de carga das áreas de mergulho, a equipe técnica que estava desenvolvendo o MIV para o Parque observou ser bastante difícil a adaptação do método para o ambiente submarino. A dificuldade foi observada já na determinação da Capacidade de Carga Física, visto que o método, elaborado para trilhas no ambiente terrestre, considera apenas o solo e o ambiente às suas margens como áreas possíveis de serem ocupadas pelos visitantes. No ambiente submarino, há também a coluna da água. Uma segunda grande dificuldade encontrada foi a mobilidade dos elementos no ambiente submarino, com presença abundante e diversificada de fauna. Terceiro, como o ambiente marinho no Parque é ainda menos conhecido do que o terrestre, mesmo a consulta aos especialistas não conseguiu resolver as dificuldades anteriores. Finalmente, por determinação do diagnóstico e planejamento do uso recreativo no Parque, as áreas de mergulho não possuem trilhas demarcadas.

Estas quatro características somadas levaram a equipe a adotar o princípio do manejo conservador da visitação, segundo o qual, em não se podendo estabelecer a capacidade de carga, deve-se determinar um limite máximo de visitação bastante restritivo.

Assim, foi recomendado que os níveis de uso fossem pré-determinados pelas seguintes ações de manejo: 1) limitação do número de mergulhadores presentes a qualquer momento em um local de mergulho autônomo (com garrafa) por meio de poitas (no máximo duas por área, com capacidade para 2 barcos cada); 2) mergulho livre (snorkel), na maioria dos locais, feito com acompanhamento de guia, e sinalização de que há mergulhadores, por meio de bóia. Também foi limitado o número de mergulhadores por guia (cinco).

O sistema de monitoramento deverá gerar dados que possibilitem averiguar a efetividade dessas medidas para manter os níveis de impacto dentro de parâmetros aceitáveis e conservadores.

que os responsáveis realizem ao menos um monitoramento simplificado de impactos.

A determinação da capacidade de carga tem três funções importantes:

- ❑ Quando não bem manejada, a intensidade de uso é um fator que oferece riscos de alterações aceleradas no ambiente visitado, especialmente na fauna. Portanto, é mais um fator que deve ser monitorado pelos responsáveis.
- ❑ Para as propriedades com baixa capacidade de gestão, a capacidade de carga é um instrumento forte de controle de impactos, apesar de não eliminar a necessidade do monitoramento.
- ❑ A capacidade de carga é um instrumento chave para que proprietários de áreas com trilhas possam avaliar a viabilidade econômica de sua operação.

O método adotado para determinação da capacidade de carga foi originalmente desenvolvido para aplicação em trilhas no ambiente terrestre. Assim, sua aplicação em outros ambientes exige adaptação, e pode nem ser viável. No exemplo abaixo, são apresentados os resultados da tentativa de aplicação do método em um ambiente marinho. Há também experiências de aplicação em áreas de praia, mirantes e áreas de descanso – o exemplo mais completo é o do Parque Nacional de Galápagos, no Equador. A equipe deverá adequar o método quando necessário.

A capacidade de carga é determinada em três etapas, ao final das quais chega-se ao número máximo de visitas a uma trilha por dia. Uma quarta etapa refere-se à definição das formas de manejo desse número. Duas observações importantes sobre o entendimento da capacidade de carga:

- ❑ A capacidade de carga é definida com base no número de visitas e não de visitantes. Um mesmo visitante pode realizar mais de uma visita por dia a uma mesma trilha. O que importa é quantas vezes ela foi percorrida, e não quantas pessoas a percorreram.

- ❑ O mesmo raciocínio se aplica ao uso das trilhas pelos responsáveis, por indivíduos a trabalho ou isentos de pagamento: do ponto de vista da capacidade de carga, todos os eventos são considerados visitas.

#### a) **Determinação da Capacidade de Carga Física (CCF).**

A CCF estima a capacidade máxima de uma trilha em receber visitas, baseado no seu comprimento, distância entre grupos e no período em que a trilha fica aberta à visitação.

A CCF é calculada por meio da fórmula:

$$CCF = \frac{S}{s.v.} \times \frac{T}{t.v.}$$

Onde:

- S ⇨ A superfície total da trilha, ou seja, a distância total entre o começo e o fim da trilha.
- s.v. ⇨ A superfície ocupada por um visitante (1m linear é o padrão mais comumente empregado, independente da real largura da trilha), adicionado do espaço ideal entre grupos de 10 pessoas, de forma que um grupo não interfira na experiência do outro com ruídos ou visualização ao longo da trilha. O intervalo entre grupos varia de acordo com o tamanho do grupo e com os objetivos relacionados à experiência do visitante em cada trilha. Por exemplo, em uma trilha onde pode haver alguns encontros entre grupos, mas onde espera-se que seja raro um grupo ouvir a conversa do outro, em geral estima-se que a distância mínima entre grupos de 10 pessoas deve ser de 100m. Assim, cada pessoa ocupa 1m linear adicionado de 10 metros referentes a 100m do grupo dividido pelo número de pessoas no grupo, ou seja, 10. Em outras

- palavras, cada visitante ocupa 11 metros lineares de trilha.
- T** ⇒ O tempo total em que a área está aberta para visitação pública. Por exemplo, se uma UC está aberta das 8:00 às 16:00, o tempo total é de 8 horas. Ou então, em uma RPPN (Reserva Particular do Patrimônio Natural) o horário de funcionamento para o público é também no período de 8:00 às 16:00, mas há um fechamento de 1 hora para almoço, das 12:00 às 13:00, o tempo total “T” é de 7 horas.
- t.v.** ⇒ O tempo necessário para percorrer a trilha (no caso de trilhas de ida e volta, conta-se apenas o trecho de ida porque está-se contando a superfície total da trilha apenas uma vez). Assim como no caso da s.v. (superfície ocupada pelo visitante), esta medida deverá ser estimada pelos gestores da área, de

acordo com a experiência dos mesmos no local. Geralmente, em uma área já utilizada para uso recreativo há algum tempo, os gestores (ou guias do local) sabem dizer qual é a média aproximada de tempo que a maioria das pessoas leva para percorrer a trilha.

Deve-se lembrar que a estimativa considera a velocidade do público preferencial da trilha. Ou seja, se a trilha foi desenhada para atender ao público de terceira idade, deve-se estimar a média de tempo que este público leva para percorrer a trilha. Por outro lado, uma trilha voltada para o público mais aventureiro, com muitos trechos difíceis ou desafiadores, deve considerar a média de tempo que o público aventureiro leva para percorrer a trilha, mesmo que o público de terceira idade também utilize a trilha. Deve-se levar em conta as paradas necessárias para a interpretação ambiental, atividades específicas ou descanso.

**EXEMPLO 5 – CÁLCULO DE CAPACIDADE DE CARGA FÍSICA**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
1) S → 1.202m 2) s.v. → 6m (1m linear por pessoa mais 5m referentes ao espaço entre grupos de 50m para grupos de 10 pessoas). 3) T → 10 hs (das 8:00 às 18:00) 4) t.v → 3 hs (a trilha é curta e para todos os públicos, mas os visitantes param em média por 2 horas nas áreas de banho ao longo da trilha).  <b>CCF = 666 visitas por dia</b>	1) S → 2.843m 2) s.v. → 6m (1m linear por pessoa mais 5m referentes ao espaço entre grupos de 50m para grupos de 10 pessoas) 3) T → 10 hs (das 8:00 às 18:00) 4) t.v → 2,5 hs (a trilha foi desenhada para todos os tipos de público)  <b>CCF = 1.895 visitas por dia</b>

**b) Determinação da Capacidade de Carga Real (CCR).**

A CCR reduz a CCF com base em diversos fatores limitantes do ambiente ou específicos de cada área.

A CCR é calculada da seguinte forma:

$$CCR = CCF \times \frac{100 - FL1}{100} \times \frac{100 - FL2}{100} \times \frac{100 - FLn}{100}$$

Onde:

FL1 a FLn ⇒ Fatores limitantes da capacidade de carga física, ou seja, fatores que limitarão o número de pessoas que terão acesso a determinada trilha. Esses fatores consideram o ambiente visitado e não o visitante em si.



Podem ser: biofísicos (vulnerabilidade a erosão de acordo com declividade e tipo de solo; distúrbio na fauna; dificuldade de acesso etc.), ambientais (precipitação, intensidade de sol, marés etc.), e de manejo (fechamentos para manutenção, entre outros).

Calculam-se os fatores limitantes para cada trilha, de acordo com a seguinte fórmula:

$$FL1 = \frac{q.l. \times 100}{Q.T.}$$

Onde:

**q.l.** ⇒ Quantidade limitante do fator considerado (ex.: horas de sol intenso por mês por ano; metros de trilha em alta declividade com solo argiloso; período de reprodução de pássaros etc.).

**Q.T.** ⇒ Quantidade total em que se considera o fator limitante (ex.: total de horas por mês e ano do parque aberto; total de metros da trilha; total de meses etc.). A mesma unidade de medida utilizada para estimar a quantidade limitante deve ser utilizada para a quantidade total. No caso de medidas de tempo, tanto para a quantidade limitante quanto para a quantidade total, utiliza-se, preferencialmente, o número de horas em que a área visitada está aberta durante o ano.

O resultado é a porcentagem em que aquele fator irá diminuir a capacidade de carga física. Ao se considerar esta porcentagem na fórmula da CCR, observa-se que não será calculada a limitação da CCF, mas a quantidade **não** limitante.

Todo fator limitante incluído no cálculo, necessariamente reduz a CCF. Assim, caso a equipe elabore uma grande quantidade de fatores limitantes, a capacidade de carga

pode tornar-se tão reduzida que será inviável permitir a visita. Por outro lado, há mesmo situações de ambientes demasiadamente frágeis nos quais a visita não deve ser permitida.

Para lidar com essa questão, a equipe deve selecionar apenas aqueles fatores que realmente implicam uma redução da visita, seja por exigirem o fechamento periódico (manutenção, épocas de reprodução de alguma espécie muito sensível e ameaçada, risco de enxurrada etc.), por tornarem a visita impossível (alagamento da trilha, chuvas torrenciais, calor de mais de 40° etc.), ou por dificultarem o acesso (alta declividade, locais de segurança limitada etc.). Geralmente, há entre 4 e 7 fatores limitantes.

A capacidade de carga real pode ser calculada para diferentes períodos do ano. Esta é uma importante decisão de manejo que a equipe que desenvolve o MIV de uma UC ou propriedade deverá tomar. Acima recomendou-se o uso do número de dias por ano como a base do cálculo da CCR. Isto quer dizer que apesar de alguns fatores limitantes serem condicionados a determinados períodos do ano (por exemplo, meses de reprodução de fauna, períodos de inundação, etc.) ou do dia (por exemplo, horas do dia em que considera-se a intensidade do sol muito grande para visita), o cálculo da CCR representa a média para todo o ano. Assim, deve-se entender a capacidade de carga como um indicador para os gestores da UC ou propriedade do nível de visita que a área pode receber, uma vez considerados os fatores que reduzirão em alguns períodos a visita recreativa.

Esta é a forma mais fácil de aplicação e controle da CCR. Porém, a CCR pode ser calculada de duas outras formas, de acordo com a gravidade do fator limitante: a CCR pode ser baseada no fechamento total da área por certos períodos de tempo, ou então pode ser diferenciada para períodos diferentes do ano.

☐ QUADRO 4

**COMO CALCULAR O NÍVEL DE VULNERABILIDADE À EROSÃO E TRANSFORMÁ-LA EM FATOR LIMITANTE.**

Uma trilha se torna mais ou menos suscetível à erosão de acordo com o tipo de solo, a declividade do terreno e o tipo de atividade que nela se desenvolve. Para o caso de caminhada, o quadro a seguir mostra o nível de vulnerabilidade considerando a relação entre tipo de solo e declividade:

Tipo de Solo	Declividade (Dec)		
	Dec ≤ 10%	10% ≤ Dec ≤ 20%	20% ≤ Dec
Pedregoso	Baixa	Baixa	Alta
Argiloso	Baixa	Média	Alta
Areno-argiloso	Média	Alta	Alta

Usualmente, são considerados limitantes os trechos de média e alta vulnerabilidade. Deve-se consultar o formulário de levantamento de trilha e verificar quantos trechos se encaixam nesta categoria. A soma de todos eles será equivalente à quantidade limitante (q.l.).

Em alguns casos onde há curtos trechos de alta vulnerabilidade, que no entanto são significativamente limitantes, a equipe pode optar por multiplicá-lo por um fator de 2 ou 3. Por exemplo: um trecho de 100m muito vulnerável, dentro de uma trilha de 2.000m, seria muito pouco representativo; para melhor representar o potencial limitante deste trecho na CCR, pode-se multiplicá-lo por 2, considerando-o um q.l. de 200m. Esta é mais uma decisão de manejo da equipe responsável.

A mesma relação pode ser utilizada para definir nível de dificuldade da trilha:

- ⇒ declividade ≤ 10% → sem dificuldade
- ⇒ 10% ≤ declividade ≤ 20% → dificuldade mediana
- ⇒ declividade ≥ 20% → grande dificuldade

SEÇÃO 3  
9

**EXEMPLO 6 – CÁLCULO DE CAPACIDADE DE CARGA REAL**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
1) Cálculo do fator limitante para dificuldade de acesso: Q.T. = 1.202m q.l. = 210,42m FL = 17,30%	1) Cálculo do fator limitante para fauna (período de reprodução de aves) Q.T. → 365 dias q.l. → 60 dias FL → 16,44%
2) Fatores limitantes e CCR: Intensidade do sol = 7,39% Vulnerabilidade à erosão = 11,10% Dificuldade de acesso = 17,30% Intensidade de chuva = 16,43% Fechamento para manutenção = 3,28%	2) Fatores limitantes e CCR: Intensidade do sol → 17,26% Vulnerabilidade à erosão → 21,17% Dificuldade de acesso → 4,29% Distúrbio na fauna → 16,44% Fechamento para manutenção → 3,29%
<b>CCR = 666 x 0,92 x 0,88 x 0,82 x 0,83 x 0,96 = 352 visitas por dia</b>	<b>CCR = 1.895 x 0,83 x 0,79 x 0,96 x 0,84 x 0,97 → 972 visitas por dia</b>

O cálculo da CCR tendo por base o fechamento completo da área em determinados períodos deve ser adotado quando a equipe que desenvolve o MIV verificar um fator tão limitante em determinado período que a melhor opção para a proteção da área é a não utilização para a visitação recreativa. Neste caso, o cálculo dos fatores limitantes que envolvem unidades de tempo em dias ou meses passam a ser feitos com base no período em que a UC ou propriedade estão abertos à visitação recreativa. Por exemplo, no Parque de Noronha, considerou-se que o período de reprodução de duas espécies de aves, abundantes ao longo da Trilha dos Golfinhos, representava um fator limitante de visitação na trilha durante dois meses. A equipe que desenvolvia o MIV considerou a possibilidade de fechamento total da trilha durante estes dois meses. Neste caso, a base de cálculo para a CCR anual da Trilha dos Golfinhos seria de 10 meses ou 305 dias, e a trilha passaria a ser interditada durante o período. Entretanto, a especialista em aves que integrava a equipe fez alguns testes ao longo da trilha que não indicaram um nível significativo de perturbação das aves em decorrência da visitação.

A isto somou-se o conhecimento dos gestores da área, que testemunharam não haver diminuição aparente na população das aves ou no nível de anidação ao longo da trilha desde que o Parque começou a receber visitantes (1988), observação parcialmente reforçada pelos resultados de levantamentos científicos da população e comportamento das aves no arquipélago de Fernando de Noronha. Portanto, a equipe do MIV optou por manter a trilha aberta todo o ano, utilizando a CCR média para o ano todo, sendo que a matriz de monitoramento incorporou medidas específicas para acompanhar e controlar possíveis impactos de visitação na reprodução das aves.

Outra opção para o cálculo da CCR é a adoção de níveis diferenciados por períodos do ano. Por exemplo, uma propriedade de solo e topografia muito vulneráveis à erosão, poderia adotar uma CCR diferencia-

da para o período de chuvas intensas. A opção por esta estratégia é especialmente recomendada para os casos das UCs ou propriedades que não terão condições de desenvolver mecanismos de monitoramento de impactos (ou seja, uma matriz de monitoramento). Ademais, para que a capacidade de carga possa ser utilizada como principal instrumento de controle da visitação de uma determinada área, devem-se desenvolver mecanismos para o efetivo controle de acesso às áreas (por exemplo, entrada numerada por dia, funcionário disponível para controle de entrada, cercamento da área para impedir acesso por áreas não controladas etc.).

Caso a equipe que desenvolve o MIV optar pelo cálculo da CCR por períodos diferentes no ano, a Capacidade de Carga Efetiva deverá ser calculada para cada período.

### c) **Determinação da Capacidade de Carga Efetiva (CCE).**

Esta etapa considera que uma área tem outros objetivos e atividades além da visitação pública e que, para o cumprimento de todos os objetivos e atividades com igual nível de qualidade, são necessários pessoal, infra-estrutura e equipamentos passíveis de serem contabilizados.

Os responsáveis por uma área não devem concentrar-se exclusivamente na operação do ecoturismo em detrimento dos demais objetivos da UC ou propriedade. Observa-se que, geralmente, os demais objetivos são gravemente afetados quando uma operação rentável de visitação inicia-se, e todos os recursos humanos, físicos e financeiros são consumidos ou orientados para o manejo da visitação. Um dos princípios do ecoturismo é que o mesmo não seja a única atividade econômica de uma propriedade, mas uma alternativa adicional na busca de estabilidade econômica e financeira para a gestão sustentável da área.

Calcula-se a CCE de acordo com a seguinte fórmula:

$$CCE = CCR \times \frac{CM}{100}$$

Onde:

**CM** ⇨ Capacidade de manejo da área. Este número é encontrado por meio da elaboração de duas listagens: primeiramente, listagem de todos os recursos humanos, de equipamentos e de infra-estrutura necessários para a implementação de toda a área protegida. A seguir, contam-se os recursos disponíveis de acordo com a lista. A CM será igual à porcentagem da capacidade instalada em relação à capacidade adequada:

$$CM = \frac{\text{Capacidade Instalada (CI)}}{\text{Capacidade Adequada (CA)}} \times 100$$

A multiplicação por 100 aqui visa apresentar um resultado em porcentagem. Ou seja, o resultado final é a capacidade de manejo como uma porcentagem da capacidade adequada.

No caso de um sistema de trilhas em um determinada área, e uma vez que se determine a CCE de cada trilha, é necessária uma análise da capacidade de controle dos responsáveis sobre o acesso a este sistema. Ou seja, todas as trilhas a que se tem acesso através de uma mesma entrada devem ser monitoradas por uma só contagem. Isso porque uma vez que o visitante tenha passado pelo ponto de controle da área, não se pode impedir que ele visite todas as trilhas daquele sistema.

Pode-se pesquisar junto aos visitantes, na entrada e/ou saída da área, quais trilhas foram visitadas, mas até que se tenha segurança de que esses dados são confiáveis, deve-se considerar a medida conservadora, tendo como limite de uso a CCE mais restritiva de todas as trilhas.

**EXEMPLO 7 – CÁLCULO DE CAPACIDADE DE CARGA EFETIVA**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
1) Pessoal → CA = 7; CI = 6 Instalações → CA = 5; CI = 3 Equipamentos → CA = 15; CI = 10	1) Pessoal → CA = 26; CI = 18 Instalações → CA = 8; CI = 2 Equipamentos → CA = 151; CI = 71
Total : CA = 27; CI = 19 CM = 70,37% CCE da trilha = 247 visitas por dia	Total = CA = 197; CI = 91 CM = 46,19% CCE da trilha = 449 visitas por dia

**EXEMPLO 8 – CÁLCULO DE CAPACIDADE DE CARGA EFETIVA POR SETOR**

Projeto Veadeiros	PARNAMAR/Noronha
Por ser apenas uma trilha, não há alterações na CCE já mencionada de 247 visitas por dia.	A Trilha dos Golfinhos faz parte de um setor que possui 3 outras trilhas. A seguir a CCE de todas elas: → Golfinhos = 449 visitas por dia → Farol = 159 visitas por dia → Baía dos Porcos = 87 visitas por dia → Capim-açu = 192 visitas por dia

O setor Golfinhos, como é chamado, possui uma capacidade de carga de 87 visitas por dia. Em outras palavras, mesmo que o visitante queira visitar apenas a Trilha dos Golfinhos, que possui capacidade de carga efetiva de 449 visitas ao dia, é impossível impedir que ele visite também a trilha da Baía dos Porcos uma vez que ele tenha entrado no Setor Golfinhos. Portanto, para proteger adequadamente a trilha da Baía dos Porcos, é necessário controlar o acesso a todas as outras trilhas no nível dela.

**d) Como utilizar o resultado da capacidade de carga**

Há três formas de utilizar o resultado da capacidade de carga. A primeira é o controle diário de uso da área. Isso só é possível para aquelas áreas que possuem um controle de ingressos numerados, com registro diário de quantos foram vendidos.

A segunda é o controle mensal de acesso. Nesse caso, o controle de uso é cumulativo para o mês, podendo até mesmo, em algumas ocasiões (dias), exceder o limite estabelecido pela CCE diária, desde que o limite da CCR mensal não seja excedido. A vantagem de fazer este tipo de controle é que relativizam-se as diferenças entre visitação em dias de semana e fins de semana. Por outro lado, caso a visitação de fim de semana ou de feriados seja muito maior do que aquela dos dias de semana, frequentemente ultrapassando a CCE diária, deve-se determinar um monitoramento intensivo de impactos e opinião de visitantes durante os dias de pico. É possível que seja necessário restringir a visitação durante esses períodos.

Em ambos os casos, uma vez que se comece a monitorar o número de visitas, caso se observe ligeiro excesso em comparação à CCE, antes de tomar decisões de manejo restritivas do número de visitas é preciso acumular resultados ao menos durante um período de duas a quatro semanas.

O limite estabelecido para a Capacidade de Carga Real Diária da trilha, em hipótese alguma pode ser ultrapassado. Isso ocorrendo, o acesso deve ser imediatamente con-

trolado para que o evento não se repita. Nesse caso, é indispensável intensificar o monitoramento e a avaliação de impactos.

A terceira maneira de utilizar a CCE refere-se aos casos onde os responsáveis optaram pela determinação de CCR diferenciada de acordo com o período do ano. Neste caso, a CCE deverá ser calculada para cada período escolhido. Uma vez que isto tenha sido feito, os responsáveis ainda deverão determinar se o controle será feito diária ou mensalmente dentro de cada período.

Em resumo, a ultrapassagem dos níveis de uso estabelecidos deve ser encarada pelos responsáveis como um alerta de que podem estar ocorrendo mudanças no ambiente natural e que medidas corretivas de manejo são necessárias. O desenvolvimento da matriz de monitoramento vem complementar este parâmetro geral de alerta por meio da identificação de mudanças – que podem estar em níveis aceitáveis ou não – nos indicadores adotados no Passo 4 (Determinar indicadores para monitoramento de cada trilha).

**Ⓟ Passo 7 – Elaborar a Matriz de Monitoramento**

A principal função da matriz é a organização visual de todas as informações sobre a área de visitação. Em um só instrumento, pode-se facilmente verificar os objetivos gerais e específicos da área, indicadores, parâmetros e informações sobre a coleta e análise de dados. Para cada trilha ou área de visitação, recomenda-se que seja elaborada uma matriz própria.

Toda matriz de monitoramento de impactos deve ter, pelo menos, os seguintes campos referentes à etapa de planejamento:

- Objetivos gerais.
- Objetivos específicos da trilha ou área de visitação.
- Indicadores.
- Parâmetros aceitáveis de impacto.
- CCR e CCE do ponto de controle para a trilha.

Outros campos são flexíveis, de acordo com especificidades do local e da intensidade de monitoramento. Especialmente flexível é a forma de nomear os campos, que deve ser adequada à compreensão dos responsáveis pelo monitoramento. Geralmente, a matriz de monitoramento possui também os seguintes campos:

- Localização de pontos de monitoramento (pode ser identificado em segmentos da trilha ou na trilha inteira).
- Valor de início de monitoramento.
- N° da ficha de coleta (que é levada para o campo).
- N° da ficha de registro dos dados (onde se registram as informações trazidas nas fichas de coleta).
- Responsáveis envolvidos (de preferência nomear a(s) pessoa(s), ao invés de apontar um segmento ou departamento).
- Frequência mínima de coleta (há indicadores cujos dados devem ser coletados todas as vezes que os responsáveis visitam a área – é o caso do lixo; há outros que devem ter um período mínimo de coleta – geralmente trimestral; entretanto, todos eles podem ser coletados a qualquer momento se os responsáveis identificarem necessidade para tanto).
- Data de análise para ações de manejo (ou de avaliação dos dados).
- N° do documento com decisões de manejo.

A avaliação deve ser feita em duas ocasiões:

- a)** Todas as vezes que, ao voltar do campo e registrar os dados, os responsáveis observarem que algum parâmetro aceitável de impacto foi extrapolado.
- b)** Uma vez por ano, mesmo que os parâmetros individualmente não tenham sido extrapolados. Nessa ocasião, avaliando os dados de todos os indi-

cadores durante o ano, deve-se atentar para mudanças que os indicadores, individualmente, não captam:

- Avaliar a utilidade dos indicadores que estão sendo monitorados e a necessidade de se criar novos.
- Rever a Capacidade de Carga das trilhas em áreas visitadas.
- Rever os objetivos e a possibilidade de abertura ou fechamento de áreas de visitação.

Para a avaliação anual deve-se reunir o maior número possível de pessoas envolvidas com o manejo da área. Também recomenda-se que sejam convidados técnicos envolvidos na elaboração inicial do MIV e especialistas em áreas relevantes para a área.

Geralmente a matriz é organizada como uma tabela, onde cada campo é uma coluna. Como é impossível organizar a tabela para que todas as colunas fiquem lado a lado, recomenda-se que seja montada uma tabela para os campos de planejamento e outra para os campos de monitoramento.

A seguir, as tabelas elaboradas para o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha. No Anexo deste capítulo é apresentada na íntegra a Matriz de Monitoramento da Trilha dos Golfinhos.

A matriz de monitoramento tem como complemento indispensável os instrumentos de coleta e compilação de dados. Antes que se possa iniciar o monitoramento, estes instrumentos, geralmente chamados de fichas, devem ser esboçados pela equipe que desenvolve o MIV, com base nos indicadores e parâmetros definidos.

Para elaborar as fichas (e também ajustá-las, trabalho descrito no próximo passo), deve-se estar atento para os seguinte aspectos:

- a)** O objetivo das fichas de coleta é levantar os dados especificamente apontados nos indicadores: nem mais, nem menos! Como são preparadas separadamente, há uma tendência em incluir mais um ou outro detalhe nas fichas, o que pode resultar em grande quantidade adicional

 TABELA 1

MATRIZ DE MONITORAMENTO - PARTE 1 (objetivos, indicadores e parâmetros de impacto aceitáveis)			
Identificação da trilha ou área de visitação:			
CCR da trilha:	CCE da trilha:	CCR do ponto de controle:	CCE do ponto de controle:
Objetivos específicos de visitação na trilha:			
G1 -			
G2 -			
Indicadores de verificação:		Parâmetros de mudança aceitável:	
G1.1 -		G1.1.1 -	
G1.2 -		G1.2.1 -	
G2.1 -		G2.1.1 -	
G2.2 -		G2.2.1 -	

SEÇÃO 3  
6

 TABELA 2

MATRIZ DE MONITORAMENTO - Parte 2 (Orientação para coleta e compilação dos dados)								
Identificação da trilha ou área de visitação:								
Indicador	Monitoramento		Nº de ficha de coleta de dados	Nº de ficha de registro	Respon-sáveis	Frequência de coleta	Avaliação	
	Localização do ponto	Valor de início					Data	Nº do doctº de registro
G.1.1								
G.1.2								
G.2.1								
G.2.2								

de trabalho para coletar informações que na prática não têm utilidade dentro da matriz de monitoramento.

**b)** Deve-se aglutinar o máximo possível de indicadores em uma mesma ficha. Uma quantidade muito grande de fichas dificulta o trabalho de campo e gera impacto psicológico negativo nos res-

ponsáveis. Por outro lado, as fichas devem ser claras, de fácil leitura e interpretação.

**c)** As instruções de como coletar os dados devem ser inseridas na própria ficha de coleta ou em uma ficha exclusiva para tal, que possa ser levada a campo. A segunda opção é mais recomendável,

porque, com a prática daqueles que vão coletar os dados, a ficha de instruções torna-se dispensável.

- d)** Há situações em que se pode deixar vários campos para serem preenchidos com texto durante a coleta. Entretanto, deve-se evitar ao máximo a elaboração de fichas cujos dados dependam inteiramente da opinião (observação) de quem faz a coleta, o que eleva bastante o grau de subjetividade. Deve-se eliminar, ao máximo e sempre que possível, a necessidade de escrever, privilegiando-se números ou marcação de itens.

### EXEMPLOS DE FICHAS DE COLETA E COMPILAÇÃO

A seguir são apresentadas uma ficha de coleta e uma de compilação para cada um dos projetos que exemplificam este capítulo. Essas fichas foram adequadas para o uso exclusivo nesses projetos (esse assunto será abordado no próximo passo). Devem ser utilizadas como ponto de partida para que a equipe elabore os materiais para a área específica. Não se recomenda o uso direto, sem revisão, de nenhuma das fichas.

#### EXEMPLO 9 – FICHA DE COLETA – PROJETO VEADEIROS

Ficha de Coleta de dados						
Trilha:				Responsável:		
Data:				Início do monitoramento:		
(i) Ponto	Estaca nº	Indicador	Meio de coleta	Identificação da medida	Medida	Observações

SEÇÃO 3  
9

#### EXEMPLO 10 – FICHA DE COMPILAÇÃO – PROJETO VEADEIROS

Ficha de compilação de dados de monitoramento por indicador							
Trilha:				Indicador:			
Responsável:				Data:			
Início do monitoramento:							
(i) Ponto	Estaca nº	___/___/___	___/___/___	___/___/___	___/___/___	___/___/___	___/___/___



**EXEMPLO 11 – FICHA DE COLETA - PARNAMAR NORONHA**

Ficha de coleta			Formulário B _____			
Nome do responsável:						
Nome da Trilha	Data	Localização do problema	Marque o problema específico			Comentários
			Vandalismo	Dano de animais	Picadas	

**6** SEÇÃO 3

**EXEMPLO 12 – FICHA DE COMPILAÇÃO - PARNAMAR NORONHA**

Trilha:						
Data do início do uso da ficha:			Data de último registro nesta ficha:			
Indicador	nº de casos em	Obs. (*)	nº de casos em	Obs.	nº de casos em	Obs.
	----/----/----		----/----/----		----/----/----	
Limpeza						
Conserto						
Drenagem						
Vandalismo						
Estragos feitos por animais						
Picadas feitas por visitantes						

(\*) Nesta coluna você deve indicar se na ficha de coleta foi feita alguma observação para este dia. Coloque "S" para sim e "N" para não. Se colocar "S", anote também o número do formulário de coleta (no canto direito, na parte superior da ficha de coleta há um código de letra e número).

No Projeto Veadeiros, como a equipe de coleta de dados era de técnicos com treinamento específico, foi adotada apenas uma ficha de coleta, adequada para todos os

indicadores, e várias fichas descrevendo os pontos ou tipos de coleta.

A seguir uma das fichas com instruções de coleta:

☐ QUADRO 5

FICHA DE DESCRIÇÃO DO PONTO DE MONITORAMENTO – PROJETO VEADEIROS			
PONTO:		Início do monitoramento:	
Indicadores monitorados:			
Trilha:			
Objetivo de monitoramento:			
Número da estaca (localização do ponto):			
Outras informações:			
Frequência de monitoramento:		Frequência de avaliação:	
Meio de coleta	Identificação da medida	Medida inicial	Instruções de posicionamento para a medição

**Instruções para usar a ficha e coletar os dados:**

A mesma ficha pode ser usada para todas as trilhas e para mais de um dia. Leve-a junto com você todos os dias que for para as trilhas.

- 1 Anote o seu nome no espaço reservado para “nome do responsável”.
- 2 Ao encontrar problemas em alguma trilha, anote o nome da trilha e a data das anotações nas colunas específicas.
- 3 Anote onde o problema está. Procure a marcação das estacas em metros.
- 4 Marque com um “x” o tipo de problema que você encontrou (vandalismo - de sinalização, de infra-estrutura, de árvores, pedras, etc.; problemas de danos de animais – pisoteio das trilhas, destruição de infra-estrutura ou de marcação de trilhas, etc.; picadas – trilhas ou caminhos não planejados abertos pelos visitantes).
- 5 Marque mais de uma coluna se houver mais de um problema no mesmo local.
- 6 O espaço para comentários serve para você anotar alguma observação especial.
- 7 Organize com seus colegas o trabalho de manutenção necessário para corrigir os problemas observados!

☐ QUADRO 6

**QUANDO E COMO APRESENTAR A MATRIZ DE MONITORAMENTO E OS MATERIAIS DE COLETA E REGISTRO PARA OS RESPONSÁVEIS?**

A equipe deve preparar-se para enfrentar o espanto e receio dos responsáveis quando os mesmos virem estes materiais. Primeiro, eles imediatamente pensarão que o monitoramento representará grande quantidade de trabalho extra, necessariamente uma sobrecarga para o pessoal. Também é comum pensarem que será muito complicado fazer o trabalho, tendo que preencher, ler e entender “aquele monte de fichas!”.

A esse receio, justificado em vista do tipo e quantidade de materiais que compõem este e qualquer sistema de monitoramento, soma-se o fato de que, a não ser em raras ocasiões, os responsáveis não vêem a utilidade de “fazer todo este trabalho!”. Quando muito, há uma compreensão geral de que é preciso controlar os impactos inaceitáveis.

Recomenda-se, então, que se evite tentar explicar a matriz de monitoramento no abstrato. Sequer é recomendável que se mostre aos responsáveis todas as fichas iniciais pensadas pela equipe que desenvolve o MIV antes de ter os primeiros dados concretos. Ao invés disso, cada material deve ser apresentado na ocasião da primeira coleta de dados. Especialmente importante é realizar a primeira reunião de avaliação logo após passar os dados das fichas de coleta para as fichas de registro. Assim, os gestores da área poderão ver na prática como o processo de monitoramento relaciona-se com o trabalho deles e, mais importante, qual a sua utilidade.

Mostrar como na prática o monitoramento auxilia e facilita o trabalho de manutenção da área é de responsabilidade da equipe que desenvolve o MIV.

- Ⓟ **Passo 8** – *Coletar dados iniciais para o monitoramento de todos os indicadores, ajustar os instrumentos de coleta e compilação de dados e realizar a primeira etapa de treinamento dos responsáveis*

A coleta de dados iniciais para o monitoramento é também a ocasião em que se faz a adequação das fichas de coleta e compilação. Este passo exige um trabalho muito próximo entre a equipe que desenvolve o MIV e os responsáveis pela coleta e compilação dos dados. As fichas que foram esboçadas pela equipe do MIV visando apenas a geração dos dados necessários para o indicador, de forma confiável e clara, agora deverão ser ajustadas para que possam ser compreendidas por aqueles que as preencherão.

Um aspecto chave durante a adequação de fichas de coleta e compilação é entender que não há um tipo universal de ficha. Para se

chegar às fichas adequadas, a equipe do MIV deve adotar uma postura flexível quanto ao formato e linguagem utilizadas. Somente depois de uma série de aplicações práticas e de pelo menos um evento de avaliação será possível considerar que as fichas estão prontas.

A coleta inicial dos dados é feita por membros da equipe do MIV juntamente com os indivíduos que serão responsáveis pela realização do monitoramento. Este é o início efetivo do monitoramento, quando inicia-se o levantamento de informações seguindo a matriz de monitoramento. Assim, deve-se proceder à coleta de dados da forma como se deverá fazer uma vez que a equipe do MIV tenha terminado seu trabalho. Ou seja, neste passo inicia-se o treinamento prático daqueles que assumirão a responsabilidade de fazer o monitoramento da área.

O processo de coleta de dados envolve:

- ☐ Consultar a matriz de monitoramento

para identificar quais indicadores deverão ser tratados em quais trilhas.

- ❑ Selecionar as fichas de coleta necessárias para cada indicador e cada trilha.
- ❑ Caso as instruções de coleta para cada indicador não constem da ficha de coleta, selecionar as instruções a serem levadas para campo.
- ❑ Preparar os equipamentos necessários para coletar as informações (por exemplo, prancheta, trena, lápis, relógio, binóculo, máquina fotográfica, etc.). As fichas de instruções devem conter informações necessárias para identificar quais equipamentos são necessários, podendo inclusive apresentar uma lista de equipamentos.

Nesta etapa não só as fichas de coleta sofrem mudanças. É comum também que sejam identificadas necessidades de adequação dos locais de monitoramento e dos procedimentos para coleta de dados – propostos durante a definição dos indicadores (passo 4) – que apresentem necessidade de adequação.

Após a coleta de dados, é feito também o primeiro evento de registro dos dados coletados nos instrumentos de compilação. Há duas diferenças principais entre os instrumentos de coleta e os de compilação. O primeiro é que, nos instrumentos de compilação para cada indicador em cada trilha, os dados de coleta em diferentes datas são apresentados lado a lado, o que facilita a visualização sobre a ocorrência de mudanças. A segunda diferença é que as fichas de compilação nunca são levadas a campo. Um sistema de arquivo em pastas – que pode ser bastante simplificado – deve ser elaborado para guardar todos os materiais referentes ao monitoramento, especialmente as fichas de compilação.

É no momento do registro das informações iniciais para monitoramento que as fichas são ajustadas; é também nessa ocasião que os responsáveis pela aplicação do MIV fazem seu primeiro treinamento sobre como registrar os dados coletados.



**A COLETA DE DADOS INICIAIS DE MONITORAMENTO E A PRIMEIRA AVALIAÇÃO PODEM LEVAR A ALTERAÇÕES DA MATRIZ DE MONITORAMENTO.**

No PARNAMAR Noronha, durante o trabalho de levantamento de dados iniciais e treinamento dos fiscais para a coleta dos dados, foi adicionado um novo objetivo em todas as trilhas, seguido de indicadores de monitoramento. O objetivo em questão refere-se a um uso conflitante do Parque: presença de animais domésticos nas trilhas, especialmente vacas. Ao percorrer as trilhas, recém construídas, os fiscais em treinamento apontaram para a equipe do MIV que a grande maioria dos estragos observados haviam sido feitos por animais domésticos. Portanto, apesar de não ser um objetivo de uso recreativo na área, decidiu-se incluir o objetivo “Manter o ambiente visitado livre da presença e impactos de animais domésticos” na matriz de monitoramento de cada trilha do Parque.

- Ⓟ **Passo 9** *Analisar os usos conflituosos ou excessivos observados durante a coleta de dados iniciais para o monitoramento e determinar ações de manejo corretivas*

Esta é a etapa de comparação dos dados coletados e compilados com os parâmetros aceitáveis de impactos negativos. Para realizar esse trabalho, são necessários procedimentos sistemáticos de discussão dos problemas, elaboração de propostas de solução, decisão e planejamento de ação e

☐ QUADRO 7

**DISCUTINDO E DEFININDO AÇÕES PARA CORRIGIR OU PREVENIR IMPACTOS DEVISITAÇÃO (Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha)**

- a) Junte as fichas de compilação de dados e as matrizes de monitoramento para cada trilha.
- b) Compare os dados observados na trilha para cada indicador com os parâmetros (ou limites) indicados como aceitáveis.
- c) Caso os dados observados sejam maiores, reúna alguns colegas de trabalho para discutir a situação, as prováveis causas e possíveis soluções.
- d) Em uma folha de papel em branco, anote a data, o seu nome, o nome dos participantes da reunião. A reunião deverá ser registrada. Comece escrevendo qual ou quais problemas serão discutidos.
- e) Apresente para seus colegas um problema de cada vez.
- f) Juntos, pensem as possíveis soluções para o problema. Anotem na folha de registro da reunião todas as sugestões para cada problema. As soluções podem ser de tipos diferentes:
- ☐ *Mudanças ou trabalhos físicos* – infra-estrutura, consertos, mudança de caminho da trilha, novos guarda-corpos etc..
  - ☐ *Distribuição de informações* – informações passadas pelos guias, campanhas nas escolas, folhetos, novas placas etc..
  - ☐ *Limitações econômicas* – cobrança de taxas diferenciadas (mais caras para uns que para outros) ou aumento geral do ingresso.
  - ☐ *Limitações de uso* – determinação de número máximo de pessoas que podem entrar em um lugar a cada dia; restrição para uso acompanhado de guia etc..
  - ☐ *Limitação do tipo de atividade* – impedir determinados tipos de atividades ou limitar o acesso; impedir o uso de cavalos ou entrada de animais; proibir o banho etc..
- g) Sejam criativos: tentem pensar ao menos em duas soluções!
- h) Façam uma análise de cada solução e registrem a conversa. Pensem nos seguintes aspectos:
- ☐ *Adequação aos objetivos* – esta solução está de acordo com os objetivos do parque, de uso recreativo e da trilha (consulte a matriz de monitoramento da trilha)?
  - ☐ *Custos* – quanto vai custar para implementar a solução?
  - ☐ *Trabalho envolvido* – é uma solução fácil de se aplicar?
  - ☐ *Responsabilidade* – quem vai fazer? O parque mesmo ou outros?
  - ☐ *Probabilidade de dar bons resultados* – esta solução tem boa chance de dar certo?
  - ☐ *Conseqüências ou impactos em outros indicadores* – ao aplicar esta solução, vocês estarão criando um problema em outro indicador ou lugar?
  - ☐ *Provável impacto para o visitante* – a solução vai ser muito desagradável para o visitante? Será que a solução é mais radical do que o problema pede?

- i) Uma vez escolhida a solução, planejem a sua aplicação (se houver necessidade de pedir autorização para realizar o trabalho, o pedido será uma etapa do trabalho). Registrem a solução escolhida e o plano de trabalho.

**Guardem os papéis onde foi registrada a discussão e a escolha da solução junto com a ficha de compilação do indicador que apresentou problemas. Se mais de um indicador for discutido em um só dia e houver apenas um documento de registro da discussão, tirem cópias do documento para guardar junto com as fichas de compilação de cada indicador.**

### EXEMPLO 13 – RESULTADO DE REUNIÃO DE AVALIAÇÃO – PARNAMAR Noronha

Durante a primeira reunião de avaliação realizada após a coleta inicial de dados, seguindo as matrizes de monitoramento de todas as trilhas do Parque, os fiscais em treinamento apresentaram ao grupo maior de fiscais do Parque um problema de conflito de uso com a comunidade local em duas trilhas.

Tradicionalmente, as trilhas do Farol e do Capim-açu são utilizadas como vias de acesso de pescadores a uma das áreas de pesca de determinado tipo de peixes. Por ser um longo caminho (mais de 3.000m), os pescadores geralmente usam o cavalo como meio de transporte até o mirante do Capim-açu, ponto final da Trilha do Capim-açu, que por sua vez tem seu início quase no final da Trilha do Farol. Como a coleta de dados iniciais foi realizada durante o período das chuvas, foi possível observar o imenso dano que esta forma de transporte estava causando às trilhas.

Durante a reunião, houve intensa discussão sobre os interesses da comunidade e a necessidade de manutenção das trilhas (especialmente porque no caso de Fernando de Noronha os fiscais são da própria comunidade local, por vezes também pescadores). Seguindo o princípio de que há sempre alguma medida possível ao alcance dos próprios fiscais, chegou-se a um acordo no qual os cavalos seriam utilizados apenas no trecho da Trilha do Farol (aproximadamente três quartos de todo o percurso), poupando a Trilha do Capim-açu, que apresentou danos significativamente maiores. O grupo de fiscais também definiu um processo para informar os pescadores e comunidade em geral, buscando conscientizá-los de que durante o período de chuvas, o impacto do uso de cavalo na Trilha do Farol é demasiado grande. Os fiscais entenderam que com a demonstração de flexibilidade por parte do Parque e o trabalho de conscientização será possível dentro de uma ou duas temporadas convencer os pescadores a utilizar outros locais de pesca durante o período de chuvas.

registro das reuniões. A seguir, observe que, assim como nas etapas anteriores, os passos sugeridos devem ser desenvolvidos para se adequar à capacidade dos responsáveis e não o contrário.

A primeira reunião deve ser feita ainda durante o passo oito, como forma de demonstrar na prática como o levantamento dos dados pode facilitar e gerar informações para o trabalho de gerenciamento diário que os responsáveis já realizam na área.

#### Ⓟ **Passo 10** *Treinar os responsáveis para implementar o MIV*

Como foi visto, o treinamento para utilizar os materiais, assim como a compreensão mínima sobre o que é o MIV, deve ser feito nas etapas anteriores.

Para assegurar a continuidade do processo e um formato adequado para os ajustes, recomenda-se que seja elaborado um cronograma de implementação assessorada do

MIV, com visitas periódicas ou consultas à equipe que elaborou o sistema (caso não seja a mesma que o vai implementar), a participação da equipe durante as avaliações determinadas, além de eventuais cursos de treinamento em uma ou outra técnica, de acordo com a identificação das necessidades.

Essa implementação assessorada deve durar preferencialmente um ano, para abranger a coleta de dados durante todas as estações do ano.

## 2. Aprendendo a desenvolver o MIV para uma área

O método proposto neste capítulo não é difícil de ser aplicado, mas é dividido em diversas etapas, que por sua vez possuem vários estágios de desenvolvimento. O método envolve muitas decisões de manejo por parte da equipe responsável por seu desenvolvimento. Há duas formas de assegurar que o resultado do MIV de uma área não seja demasiado subjetivo:

- Conhecimentos prévios variados sobre os aspectos ambientais da área.
- Experiência acumulada no desenvolvimento de MIV.

Na primeira vez em que um indivíduo ou equipe realiza esse tipo de trabalho surgem várias dúvidas. Há um grande receio de não se estar tomando a decisão apropriada. Esta é uma reação saudável, já que o método é muito dependente das decisões de quem o implementa. Recomendam-se as seguintes precauções na primeira vez em que se usa o método:

a) Selecione uma propriedade, particular ou pública, que possua um programa de visitação não muito complexo. Caso não seja possível, selecione uma área parcial da UC ou propriedade para começar o trabalho. Em outras palavras, evite iniciar o aprendizado com um projeto como o do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha.

- b) Procure montar uma equipe, mesmo que pequena (três a quatro técnicos além de você), que possua conhecimentos prévios sobre diferentes aspectos ambientais relevantes. De preferência, selecione ao menos um profissional que tenha alguma experiência prévia com monitoramento de projetos.
- c) Este é um trabalho que deve ser feito estritamente no campo. Há que se percorrer a área várias vezes, que se conhecer bem cada trecho de todas as trilhas e, de preferência, conhecer a área em diferentes estações climáticas. Caso você não tenha esse nível de conhecimento, assegure-se de consultar pessoas que o tenham.
- d) A escolha da primeira área de visitação para aplicação do método não deve ser demasiadamente complexa. No caso de uma trilha, esta não deve ser nem demasiadamente longa, nem demasiadamente curta (entre 1.000m e 2.500m é uma boa margem).
- e) Participe diretamente da realização de todas as etapas, desde as prévias ao MIV (levantamento de trilha) até a coleta, compilação e avaliação de dados. Assim você poderá ter noção do tipo de trabalho envolvido, possibilitando a melhor adequação do MIV às condições locais.
- f) Faça, juntamente com os membros da equipe e os responsáveis pela gestão da área, uma avaliação geral sobre todo o processo.

## 3. Ensinando outros a desenvolver o MIV

Para ensinar outras pessoas a aplicar o método do MIV, são feitas as seguintes recomendações:

- É necessário, primeiro, que o técnico esteja bastante familiarizado com todas as etapas, limites e possibilidades do método. Isso implica não só conhecer bem todas as etapas e a bibliografia referente ao assunto, mas principalmente ter apli-

- cado o método pelo menos duas vezes.
- ❑ Antes de iniciar o treinamento, o técnico deve selecionar cuidadosamente o local que será utilizado para tal. Após a seleção, o técnico deve procurar conhecer bem a área, se necessário fazendo consultas bibliográficas, consultas a especialistas e à comunidade local.
  - ❑ Outro passo é a orientação para a seleção de participantes do curso. É importante que os mesmos sejam entrevistados, pessoalmente ou por meio de questionário, para levantamento de informações sobre o tipo de público que será treinado (lembrando que o MIV pode ter diferentes “caras”, dependendo da capacidade da equipe responsável pela sua implantação), e também para se ter a oportunidade de falar um pouco sobre o tipo de trabalho envolvido.
  - ❑ O curso deve ser montado em etapas, realizadas em ocasiões diferentes. Tentar cobrir todas as etapas do método em um só curso é demasiado ambicioso, pois a quantidade de informações e novidades é muito grande. O melhor é pensar em três fases: 1) Passos 1 a 5; 2) Passo 6; 3) Passos 7 a 10. Durante o intervalo entre cada fase, deve ser elaborado um cronograma de trabalho prático para os participantes do curso. Reconhece-se que é muito difícil realizar um curso nesse formato ideal. Assim, caso não seja possível fazê-lo, o técnico deve elaborar cuidadosamente uma grade para o curso, intercalando cada etapa com o trabalho de campo.
  - ❑ Finalmente, vale para os participantes de um curso a mesma observação feita para quem aprende sozinho: somente a aplicação prática de todas as etapas, ao menos duas vezes, poderá garantir uma capacitação adequada na implementação do método para efeitos de multiplicação.

#### IV. CUIDADOS E RECOMENDAÇÕES

O método proposto neste capítulo carece ainda de testes em variados contextos e,

mais importante, de avaliações metodológicas baseadas em pelo menos dois anos de aplicação dos sistemas implantados.

O processo proposto baseia-se em grande parte na visão e entendimento da equipe que desenvolve o MIV e dos responsáveis pela gestão da área. As decisões de manejo que os responsáveis tomarão, apesar de embasadas em informações práticas e coletadas com rigor, não deixarão de envolver um grau de subjetividade inerente ao “julgamento” de um processo de tomada de decisão. Assim, os desafios apresentados pelo processo são grandes e, de certa forma, imprevisíveis.

Vários aspectos com os quais se deve ter cuidado já foram abordados no corpo do capítulo. Convém, entretanto, lembrar algumas questões adicionais a que estão sujeitos os responsáveis pela área. Uma vez que o MIV é implementado, novas questões poderão ocorrer. O que fazer se o sistema de monitoramento indicar impactos que frequentemente extrapolam tanto a Capacidade de Carga Efetiva como os limites aceitáveis de impacto em diversos indicadores, mesmo após repetidas tentativas de controle? Ou, ainda, o que fazer se a capacidade de carga de uma área for muito pequena, indicando grande fragilidade e potencial para impactos de visitação?

No caso de uma unidade de conservação, é difícil uma resposta para essas perguntas, mas é indiscutivelmente ainda mais difícil para um proprietário particular. Porque no caso de uma UC não há obrigatoriedade de receber visitação, e um Parque Nacional não deveria ser criado em um local que não pode suportar a visitação recreativa (ou seja, uma outra categoria de unidade de conservação seria apropriada). Assim, em resposta às duas questões, a UC poderia, em caso extremo, ser fechada para a visitação recreativa.

No caso de áreas particulares, o proprietário geralmente desenvolve a atividade de ecoturismo como alternativa econômica ambientalmente correta. A sua interrupção pode gerar redução na receita, talvez até



afetando sua subsistência. Pode ainda gerar impactos socioeconômicos na comunidade local que presta serviços integrados à visitação da área.

Para lidar com essas questões, é preciso basear-se no princípio definidor do ecoturismo: essa atividade deve obrigatoriamente promover a conservação do local visitado e ser realizada com controle de impacto e zelo pela qualidade do ambiente.

Assim, em última instância, o ecoturismo deve ser descartado como atividade em um local demasiado frágil ou em uma situação em que não se consiga manejar os impactos dentro de limites aceitáveis. Ao menos até que se possa atingir condições de gestão adequadas.

Essas considerações nos remetem a uma questão de ética na motivação para o desenvolvimento do ecoturismo: qual é o compromisso daqueles que promovem o ecoturismo com a qualidade do ambiente natural aberto à visitação pública? Essa pergunta deve ser respondida por todos os atores, desde o proprietário, passando pelos técnicos envolvidos no planejamento e implementação das atividades, pelas agências e operadoras, até o ecoturista. Uma decisão referente à visitação de uma área natural (seja em termos de quantidade ou tipo de atividade recreativa) que se manifeste contrária à conservação do ambiente visitado desqualifica a atividade como ecoturismo.

## V. BIBLIOGRAFIA

CIFUENTES, Miguel. 1992. *Determinacion de Capacidade de Carga Turística en*

*Áreas Protegidas*. Série técnica. Informe técnico nº 194. Centro Agronómico de Investigación y Enseñanza CATIE. Turrialba, Costa Rica.

DRIVER, B.L., BROWN, Perry. 1978. *The Opportunity Spectrum Concept and Behavioral Information in Outdoor Recreation Resource Supply Inventories: a Rational*. Paper apresentado durante a oficina "Integrated Inventories of Renewable Natural Resources". Anais da oficina. 8 a 12 de janeiro de 1978. Tucson, AZ.

KUSS, Fred, GRAEFE, Alan e VASKE, Jerry. 1990. *Visitor Impact Management. National Parks and Conservation Association*. Washington, DC.

MILLER, K. 1980 *Planificación de Parques Nacionales para el Ecodesarrollo en Latinoamérica*, Madrid, FEPMA. 500 p.

WWF-Brasil. 2001. *Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha: um exemplo de planejamento e implementação*. [Coordenação: Sylvia F. Mitraud] WWF-Brasil, vol. 8. Brasília, DF.

MOORE, Roger. 1994. *Conflicts on multi-use trails: a survey of national park service managers*. Report nº HWA-PD-94-031. Federal Highway Administration. Washington, DC.

STANKEY, George, COLE, David, LUCAS, Robert, PETERSEN, Margaret, FRISSELL, Sidney. 1985. *The Limits of Acceptable Change (LAC) System for Wilderness Planning*. General Technical Report INT – 176. United States Department of Agriculture, Forest Service. Ogden, UT.

## ANEXO

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS  
DE VISITAÇÃO DA TRILHA DOS GOLFINHOS DO PARNAMAR  
FERNANDO DE NORONHA**

**N**este anexo apresentamos alguns dos instrumentos de monitoramento desenvolvidos para o Sistema de Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação – MIV da Trilha dos Golfinhos, no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha.

Considerando que os diversos passos para desenvolver o MIV foram suficientemente abordados no corpo do capítulo, apresentamos a seguir a Matriz de Monitoramento e os instrumentos de coleta e compilação de dados. Eles fazem parte do Plano de Uso Recreativo do Parque, desenvolvido entre 1997 e 2000 pela parceria WWF-Brasil e IBAMA / MMA e vem sendo aplicados atualmente.

É importante lembrar que, para se chegar a estes instrumentos específicos, deve-se seguir os passos recomendados pelo MIV (ver abaixo). No caso do sistema desenvolvido para a Trilha dos Golfinhos, os passos desenvolvidos que podem ser encontrados no documento “Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha: um exemplo de planejamento e implementação”, lançado pelo WWF-Brasil em fevereiro de 2002, por ocasião do lançamento do sistema pelo MMA. Para obter este documento, contate o WWF-Brasil. Para obter os resultados integrais do MIV para o Parque, solicite ao Departamento de Unidades de Conservação – DEUC, no IBAMA-Brasília.

Dos 10 passos propostos no MIV, os anexos do documento acima citado apresenta os resultados do sistema aplicado na Trilha dos Golfinhos para os passos de número 3 a 6. Os instrumentos gerados nos passos de número 7 são apresentado neste anexo, conforme segue:

1. Montar equipe multidisciplinar, de acordo com as características levantadas no planejamento e mapeamento.
2. Revisar a legislação e as políticas ambientais e de turismo relevantes para a UC (Unidade de Conservação) ou propriedade.
3. Analisar ou elaborar objetivos gerais para o uso da área protegida ou propriedade, objetivos específicos para a atividade de ecoturismo e definir objetivos específicos por trilha ou local de visitação.
4. Determinar indicadores para monitoramento de cada trilha.
5. Determinar parâmetros de impactos aceitáveis para cada indicador, incluindo as unidades de medida.
6. Determinar a capacidade de carga.
7. Elaborar a Matriz de Monitoramento, incluindo os instrumentos de coleta e compilação de dados (apresentado a seguir).
8. Coletar dados iniciais para o monitoramento de todos os indicadores, ajustar os instrumentos de coleta e compilação de dados e realizar a primeira etapa de treinamento dos responsáveis pelo manejo.
9. Analisar os usos conflituosos ou excessivos observados durante a coleta de dados iniciais para o monitoramento e determinar ações de manejo corretivas.
10. Treinar os responsáveis para implementar o MIV.

**BIBLIOGRAFIA**

CIFUENTES, Miguel. 1992. *Determinacion de Capacidad de Carga Turística en Áreas Protegidas*. Série técnica. Informe técnico nº 194. Centro Agronómico de Investigación y

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Ensenanza CATIE. Turrialba, Costa Rica.  
 FUNATURA. 1990. *Plano de Manejo do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha*, IBAMA / FUNATURA. Brasília.  
 WWF-BRASIL. 2001. *Uso Recreativo no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha: um exemplo de planejamento e implementação*. [Coordenação: Sylvia F. Mitraud] WWF-Brasil, vol. 8. Brasília, DF.

**MATRIZ DE MONITORAMENTO - Parte 1**

(Descrição de objetivos, indicadores de monitoramento e parâmetros aceitáveis de mudança)

**IDENTIFICAÇÃO DA TRILHA OU ÁREA DE VISITAÇÃO:** Trilha dos Golfinhos

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE VISITAÇÃO NA TRILHA:**

- G1 - Manter a área do costão entre Golfinhos e Sancho como área de reprodução de aves;
- G2 - Aumentar e manter a área de cobertura vegetal nativa;
- G3 - Desenvolver trilha do tipo intensiva de acordo com o ROS, que favoreça a interpretação ambiental ao longo da trilha para todas idades, com segurança e conforto para caminhadas;
- G4 - Manter os ambientes visitados livres de danos ou ações danosas por parte dos visitantes.
- G5 - Propiciar experiência de visitação apropriada para grupos, com prováveis encontros com outros grupos, e compartilhamento de mirantes
- G6 - Concentrar o esforço interpretativo nos temas de avifauna e golfinhos.
- G7 - Manter o ambiente visitado livre da presença e impactos de animais domésticos (vacas, carneiros, cabra

INDICADORES DE VERIFICAÇÃO:	PARÂMETROS DE MUDANÇA ACEITÁVEL:
G1.1 - Número de indivíduos adultos de viuvinhas ( <i>anous minutus</i> ) avistados em ponto fixo selecionado por tempo.	G1.1.1 - Ausência de diferença significativa observada entre área visitada
G1.2 - Número de indivíduos por espécie avistados em transecto em movimento.	G1.2.1 - Ausência de diferença significativa entre médias de índices de diversidade entre áreas visitadas e de controle.
G1.3 - Número médio de indivíduos por espécie observados em dias de visitação comparado com dias sem visitação.	G1.3.1 - Ausência de diferença significativa entre médias de número de indivíduos por espécies principais entre áreas visitadas e de controle.
G2.1 - Metragem da trilha com predominância de espécies exóticas e invasoras.	G2.1.1 - Atualmente, a maior parte da trilha. Procurar recuperar a área para ter até 10% de suas bordas com predominância de invasoras apenas.
G2.2 - Sobrevivência de mudas de árvores nativas plantadas por área plantada ao longo da trilha.	G2.2.1 - 50% de taxa de mortalidade (máximo).
G3.1 - Metragem da largura da trilha.	G3.1.1 - 1,5 a 2 m como trilha desenvolvida e até 50 cm de cada lado como o impacto de visitação (sendo que a vegetação/solo podem estar danificados, mas não eliminados ou expostos)

**6**  
SEÇÃO 3

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

**MATRIZ DE MONITORAMENTO - Parte 1 (continuação)**

INDICADORES DE VERIFICAÇÃO:		PARÂMETROS DE MUDANÇA ACEITÁVEL:
G3.2 -	Número de trechos de trilha em estado inadequado, de insegurança, ou com estruturas danificadas.	G3.2.1 - Até 3 por trimestre
G4.1 -	Número de picadas ou trilhas sociais (caminhos que o visitante faz quando sai da trilha demarcada)	G4.1.1 - Até 1 por trimestre
G4.2 -	Número de observações de vandalismo a recursos naturais, infra-estrutura ou sinalização.	G4.2.1 - Até 1 incidente/ocorrência por trimestre
G5.1 -	Número de encontros entre grupos de visitantes.	G5.1.1 - Encontros com 5 outros grupos
G5.2 -	Número de grupos em um só momento nos mirantes Golfinho 1 e Sancho.	G5.2.1 - Até 3 grupos ou 15 pessoas, o que ocorrer primeiro
G5.3 -	Número de reclamações referentes à trilha.	G5.3.1 - Até 3 por trimestre
G5.4 -	Quantidade de lixo encontrado ao longo da trilha.	G5.4.1 - Até 15 unidades por trimestre
G6.1 -	Número, tipo e descrição dos meios interpretativos disponíveis.	G6.1.1 - Materiais interpretativos sobre aves e golfinhos suficientes para no mínimo 3 meses de visitação
G7.1 -	Número de observações de danos à trilha (naturais ou infra-estrutura) causados.	G7.1.1 -
G7.2 -	Número de avistamentos de animais domésticos na trilha.	G7.2.1 -

**MATRIZ DE MONITORAMENTO - Parte 2**  
(Elementos de orientação para coleta e compilação de dados)

Identificação da trilha ou área de visitação:

I	L <sup>1</sup>	V	f.CD <sup>3</sup>	f.CO	Responsáveis <sup>4</sup>	Frequência de Coleta	Data de avaliação realizada <sup>5</sup>	Nº Doc R. A.
G1.1	1 - Mirante dos Golfinhos II – área controle	N/a <sup>2</sup>			José Silva e Maria Ferreira	Trimestral		
	2 - Mirante dos Golfinhos I	N/a			"			
	3 - Mirante IV	N/a			"			
G1.2				"	Trimestral			
G1.3				"	Trimestral			
G2.1	Contagem total ao longo da trilha	650m	D	2	"	Trimestral		
G2.2					"	Trimestral		
G3.1			F	3	"	Trimestral		

ANEXO

SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

MATRIZ DE MONITORAMENTO - Parte 2 (continuação)

I	L <sup>1</sup>	V	f.CD <sup>3</sup>	f.CO	Responsáveis <sup>4</sup>	Frequência de Coleta	Data de avaliação realizada <sup>5</sup>	Nº Doc R. A.
G3.2			C	5	"	Trimestral		
G4.1			B	5	"	Trimestral		
G4.2			B	5	"	Trimestral		
G5.1			E	4	"	Trimestral e em dias de grande movimento		
G5.2			E	1	"	Trimestral e em dias de grande movimento		
G5.3			A	4	"	Sempre que houver ocorrência		
G5.4			A	4	Coleta: todos os funcionários Registro: José Silva e Maria Ferreira	Sempre que houver ocorrência		
G6.1					"	Semestralmente e a cada ocorrência		
G7.1			B	5	"	Trimestral		
G7.2			A	4	"	Trimestral		

ONDE:

I Indicador.

L<sup>1</sup> L é Local da coleta de dados e <sup>1</sup>: no caso destas duas colunas, apresentamos apenas alguns valores a título de ilustração. Como cada indicador é monitorado em vários locais da trilha, a parte 2 da matriz de monitoramento fica muito extensa, tornando-se impossível a sua reprodução total neste anexo.

<sup>2</sup> Até a elaboração deste capítulo, os dados iniciais de monitoramento destes indicadores não haviam sido ainda coletados.

V Valor inicial de monitoramento.

f.CD<sup>3</sup> f.CD é Número da Ficha de Coleta de Dados e <sup>3</sup> indica que algumas das fichas ainda não haviam sido concluídas até a elaboração deste capítulo. Aquelas que já haviam sido adequadas são indicadas por letras do alfabeto. As fichas são apresentadas a seguir.

f.CO Número da Ficha de Compilação.

<sup>4</sup> Dois fiscais são responsáveis pela coleta e compilação dos dados de monitoramento do MIV do Parque. Porém, os nomes aqui apresentados foram inventados.

<sup>5</sup> Cada vez que os dados de um indicador forem discutidos em uma avaliação, a data da avaliação deve ser anotada nesta coluna. A cada novo evento de avaliação, a data deve ser anotada abaixo da anterior. O mesmo procedimento vale para a coluna seguinte.

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Monitoramento ⇨ **Permanente**

Formulário: **A**\_\_\_\_\_

**FICHA DE COLETA**

Nome do responsável \_\_\_\_\_

Data da coleta	Nome da trilha	Marque as unidades de cada problema que encontrar na trilha			Comentários
		Lixo	Reclamações	Animais domésticos	

**INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:**

A mesma ficha pode ser usada para todas as trilhas e para mais de um dia. Leve-a junto com você todos os dias que for para as trilhas. Quando terminar os espaços vazios na ficha, troque-a por uma nova.

- 1 ► Anotar o seu nome no espaço reservado para “nome do responsável”.
- 2 ► Ao encontrar lixo, animais domésticos, ou receber alguma reclamação de visitante em alguma trilha, anote a data e o nome da trilha nos espaços indicados.
- 3 ► Anote a quantidade de lixo ou animais ou reclamações nas colunas indicadas (o que importa é a quantidade).
- 4 ► Pode usar apenas uma linha por trilha, por dia.
- 5 ► No caso de reclamações, anote na coluna de “comentários” o assunto da reclamação.
- 6 ► Use o espaço de comentários para anotar outras informações que você ache importante, como local onde achou uma grande quantidade de lixo, ou o tipo de animal encontrado, etc.
- 7 ► Se no mesmo dia você encontrar tanto lixo quanto animais domésticos NA MESMA TRILHA, pode usar a mesma linha para anotar.

INDICADORES

- **LIXO**
- **RECLAMAÇÕES DE VISITANTES**
- **PRESENÇA DE ANIMAIS DOMÉSTICOS**

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Monitoramento ⇨ **Permanente**

Formulário: **B**\_\_\_\_\_

**FICHA DE COLETA**

Nome do responsável \_\_\_\_\_

Data da coleta	Nome da trilha	Localização do problema	Marque o problema específico			Comentários
			Vandalismo	Dano de animais	Picadas	

**6**  
**SEÇÃO 3**

**INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:**

A mesma ficha pode ser usada para todas as trilhas e para mais de um dia. Leve-a junto com você todos os dias que for para as trilhas.

- 1 ► Anote o seu nome no espaço reservado para “nome do responsável”.
- 2 ► Ao encontrar problemas em alguma trilha, anote o nome da trilha e a data das anotações nas colunas específicas.
- 3 ► Anote a localização onde o problema está. Procure a marcação das estacas em metros.
- 4 ► Marque com um “x” o tipo de problema que você encontrou (**vandalismo** – de sinalização, de infra-estrutura, de árvores, pedras etc. –, **problemas de danos de animais** – pisoteamento das trilhas, destruição de infra-estrutura, ou de marcação de trilhas etc. –, ou **picadas** – trilhas ou caminhos não planejados abertos pelos visitantes).
- 5 ► Marque mais de uma coluna se houver mais de um problema no mesmo local.
- 6 ► O espaço para comentários serve para você anotar alguma observação especial.
- 7 ► Ao terminar a trilha, conte o total de casos de cada tipo de problema e anote na linha de TOTAL.
- 8 ► Organize com seus colegas o trabalho de manutenção necessário para corrigir os problemas observados!

INDICADORES

- **VANDALISMO**
- **ESTRAGO FEITO POR ANIMAIS DOMÉSTICOS**
- **PICADAS FEITAS POR VISITANTES**

ANEXO

SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

Monitoramento ⇒ **Permanente**

Formulário: C \_\_\_\_\_

FICHA DE COLETA

Nome do responsável \_\_\_\_\_

Nome da trilha \_\_\_\_\_ Data da coleta: \_\_\_\_\_

Localização do problema	Escolha um problema abaixo			Comentários
	Vandalismo	Dano de animais	Picadas	
<b>TOTAL</b>				

INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:

Use uma ficha para cada dia e para cada trilha.

**Antes de sair do escritório**, verifique na ficha de registro destes indicadores se há algum local específico que você precisa checar. Pode ser um local onde foi feita alguma correção anteriormente, pode ser um local onde há risco de problemas de manutenção, etc. Se houver, anote na ficha a **localização** e marque um “x” se for **limpeza, drenagem, ou conserto**.

- 1 ► Anotar o seu nome, o nome da trilha e a data das anotações nos espaços específicos.
- 2 ► Antes de sair, anote os dados de locais que devem ser monitorados.
- 3 ► Nestes locais, anote na coluna de “**comentários**” a situação atual (pode ser que continue o problema, pode ser que tenha sido consertado, etc.)
- 4 ► Ao caminhar a trilha, também observe se há novos problemas. Anote a de acordo com a marcação das estacas em metros.
- 5 ► Marque com um “x” o tipo de problema que você encontrou (**limpeza** de trilha, problemas de **drenagem** – escoamento, erosão, alagamento –, ou necessidades de **conserto** – de infra-estrutura, de estrutura de trilha).
- 6 ► O espaço para comentários serve para você anotar alguma observação especial.
- 7 ► Ao terminar a trilha, conte o total de casos de cada tipo de problema e anote na linha de TOTAL.
- 8 ► Organize com seus colegas o trabalho de manutenção necessário para corrigir os problemas observados!

INDICADORES

- LIMPEZA DE TRILHA
- DRENAGEM
- CONserto DE INFRA-ESTRUTURA



**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Monitoramento ⇨ **Periódico**  
 (ver a data de monitoramento na matriz por trilha)

Formulário: **D** \_\_\_\_\_

**FICHA DE COLETA**

Nome do responsável: \_\_\_\_\_

Nome da trilha: \_\_\_\_\_ Data da coleta: \_\_\_\_\_

Nome da trilha	Localização dos pedaços de trilha com invasoras - verificar localização nas estacas da trilha		total em metros de cada pedaço	Comentários ou espécie
	início em metros	final em metros	com invasoras	

**6**  
**SEÇÃO 3**

**INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:**

Esta ficha deve ser preenchida nas datas indicadas pela matriz de monitoramento de cada trilha. **Antes de ir para a trilha**, copie da matriz de monitoramento, os locais anteriores onde já foram observados estes mesmos indicadores. **Não se esqueça de levar a trena!**

- 1 ▶ Anote o seu nome e data da coleta.
- 2 ▶ Nos pontos já anotados para invasoras, verifique se os locais de início e fim do trecho marcado continuam os mesmos. Anote na coluna de **“comentários”** as novas medidas – maiores ou menores. Se não houve mudança, escreva **“sem mudança”**.
- 3 ▶ No caso de novos locais com invasoras, marque o local na trilha onde elas começam e onde terminam – procure as estacas marcadoras.
- 4 ▶ Quando você voltar para o escritório, calcule o tamanho em metros dos trechos anotados (diferença entre o final e o começo da marcação do trecho).

INDICADOR ▶ **INVASORAS**

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Monitoramento ⇒ **Periódico**  
(ver a data de monitoramento na matriz por trilha)

Formulário: **E** \_\_\_\_\_

**FICHA DE COLETA**

Nome do responsável \_\_\_\_\_

Nome da trilha \_\_\_\_\_ Data da coleta: \_\_\_\_\_

Encontros com grupos durante a caminhada	Total
--	-------

**INSTRUÇÕES PARA COLETA:**

Ao caminhar ao longo da trilha, marque com um “x” ou um “/” todas as vezes que cruzar com um grupo de pessoas. O número de pessoas por grupo não interessa. Se a trilha for linear (ida e volta pelo mesmo caminho) e se você encontrar com o mesmo grupo duas vezes, marque as duas vezes. Não inclua nesta parte os encontros nos mirantes. No final do dia, anote na coluna de “**TOTAL**” o número de grupos que você viu durante a caminhada.

**NÚMERO DE GRUPOS E NÚMERO DE PESSOAS NOS MIRANTES AO MESMOTEMPO**

Mirante:							Mirante:						
	nº pessoas por grupo					Total pes/grps		nº pessoas por grupo					Total pes/grps
	grp 1	grp 2	grp 3	grp 4	grp 5			grp 1	grp 2	grp 3	grp 4	grp 5	
0’a10’						/	0’a10’						/
11’a20’						/	11’a20’						/
21’a30’						/	21’a30’						/
31’a40’						/	31’a40’						/
41’a50’						/	41’a50’						/
51’a60’						/	51’a60’						/

**INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:**

Esta ficha deve ser preenchida nas datas indicadas pela matriz de monitoramento de cada trilha. Antes de sair, verifique na matriz de monitoramento para cada trilha os mirantes que devem ser monitorados e anote nos espaços indicados acima. Prepare-se para ficar uma hora parado em cada mirante, coletando os dados necessários! Leve um relógio que marque os minutos.

- 1 ► Anotar o seu nome, nome da trilha e data da coleta nos espaços reservados.
- 2 ► Ao chegar aos mirantes em que deve coletar os dados, anote o nome do mirante no local específico e marque a hora de começo do monitoramento.
- 3 ► A cada 10 minutos, marque o número de pessoas por grupo novo que aparecer no mirante dentro dos quadradinhos na tabela daquele mirante. A cada novo grupo que chegar, mesmo que seja mais tarde, utilize uma outra coluna.
- 4 ► Quando o grupo sair, cruze o quadradinho na fração de hora em que eles saíram.
- 5 ► Ao final, some o **número de pessoas** que esteve no mirante a cada fração de hora e marque na posição “**pes**” da coluna de total. Some o **número de grupos** e coloque na posição “**grps**”.

INDICADORES

- **ENCONTROS COM GRUPOS**
- **GRUPOS EM MIRANTES**

**ANEXO**

**SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...**

Monitoramento ⇨ **Periódico**  
(ver a data de monitoramento na matriz por trilha)

Formulário: **F** \_\_\_\_\_

**FICHA DE COLETA**

Nome do responsável: \_\_\_\_\_

Nome da trilha: \_\_\_\_\_ Data da coleta: \_\_\_\_\_

Localização	Medida	Instruções para pegar a medida
Total		

**SEÇÃO 3**  
**6**

**INSTRUÇÕES PARA USAR A FICHA E COLETAR OS DADOS:**

Esta ficha deve ser preenchida nas datas indicadas pela matriz de monitoramento de cada trilha. **Antes de ir para a trilha**, copie da matriz de monitoramento, a localização de pontos que começaram a ser monitorados anteriormente. Anote também as instruções para pegar as medidas de largura nestes pontos. **Não se esqueça de levar a trena!**

- 1 ► Anotar o seu nome, nome da trilha e data da coleta nos espaços reservados.
- 2 ► Ao caminhar na trilha, procure os locais anotados, onde o monitoramento começou anteriormente. Tome as medidas seguindo com precisão as instruções indicadas.
- 3 ► Preste atenção para outros locais ainda não anotados onde você acha que a trilha está se alargando. Anote a localização de acordo com a marcação das estacas.
- 4 ► Tome ao menos duas medidas da largura da trilha, 5 ou 10 metros na frente uma da outra. Anote a metragem da largura e descreva com precisão as instruções para que você ou um colega possam tirar as medidas exatamente nos mesmos locais da próxima vez.
- 5 ► Ao terminar a trilha, conte o total de casos anotados onde a trilha está se alargando e coloque na última linha, ao lado do **"TOTAL"**.

INDICADOR

► **LARGURA DE TRILHA**

ANEXO

SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

Apropriada para indicadores: PRESENÇA DE GRUPOS E PESSOAS EM MIRANTES  
Responsável: \_\_\_\_\_

FICHA DE COMPILAÇÃO – 1

Data do início do uso da ficha: \_\_\_\_\_ Data de último registro nesta ficha: \_\_\_\_\_

NOME DA TRILHA: \_\_\_\_\_

Número máximo de pessoas / grupos ao mesmo tempo no mirante nas seguintes datas:										
Nome do Mirante	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

Número máximo de pessoas / grupos ao mesmo tempo no mirante nas seguintes datas:										
Nome do Mirante	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

**INSTRUÇÕES DE PREENCHIMENTO:**  
Anotar nesta ficha apenas o valor máximo de número de pessoas/grupo que foi observado em um determinado dia em cada mirante. De cada ficha de coleta por mirante, apenas um valor deverá ser preenchido. Se tiver que escolher entre o maior número de pessoas ou grupos, dê preferência ao número de pessoas.

Apropriada para indicadores: LOCAIS DAS TRILHAS COM PREDOMINÂNCIA DE ESPÉCIES INVASORAS DE VEGETAÇÃO Responsável: \_\_\_\_\_

## ANEXO

## SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

## FICHA DE COMPILAÇÃO – 2

Data do início do uso da ficha: \_\_\_\_\_ Data de último registro nesta ficha: \_\_\_\_\_

Total de metros de trilha ocupados por invasoras, por trilha, nas seguintes datas:				
Nome da trilha	-----/-----/----- Obs?	-----/-----/----- Obs?	-----/-----/----- Obs?	-----/-----/----- Obs?
Golfinhos				
Porcos				
Farol				
Capim-açu				
Pontinha-P.A.				

## INSTRUÇÕES DE REGISTRO:

- 1) Na coluna de observações "Obs?" você deve indicar se na ficha de coleta foi feita alguma observação para este dia. Coloque "S" para sim e "N" para não. Se colocar "S", anote também o número do formulário de coleta (no canto direito na parte de cima da ficha de coleta há um código de letra e número).
- 2) Para preencher esta ficha, some na ficha de coleta todos os trechos de uma determinada trilha ocupados por invasoras na ficha de coleta. É somente o valor total que deve ser colocado nesta ficha. Observe que como a trilha tem dois lados, o valor máximo a ser colocado aqui é igual ao dobro do tamanho da trilha. Não tem problema.

Como as trilhas não serão amostradas todas no mesmo dia, risque o quadradinho da trilha que não tiver sido amostrada em uma determinada data.

ANEXO

SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

Apropriada para indicadores: LARGURA DE TRILHA  
Responsável: \_\_\_\_\_

FICHA DE COMPILAÇÃO – 3

Nome da trilha:	
Data do início do uso da ficha:	Data de último registro nesta ficha:

NOME DA TRILHA:

medida anotada para cada localização nas seguintes datas:							
Localização	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----	-----/-----/-----

**INSTRUÇÕES DE REGISTRO:**  
Anotar as diferentes medidas para cada segmento no local. Anotar um segmento embaixo do outro, indicando na coluna de localização se é o primeiro, segundo ou terceiro.



ANEXO

SISTEMA DE MONITORAMENTO E CONTROLE DE IMPACTOS...

Apropriada para indicadores: LIMPEZA, CONSERTO, DRENAGEM, VANDALISMO, ESTRAGOS FEITOS POR ANIMAIS, PICADAS Responsável: \_\_\_\_\_

FICHA DE COMPILAÇÃO – 5

Nome da trilha:		Data de último registro nesta ficha:			
Data do início do uso da ficha:		Data de último registro nesta ficha:			
Indicador	nº de casos em ----/----/---- Obs? (1)	nº de casos em ----/----/---- Obs?	nº de casos em ----/----/---- Obs?	nº de casos em ----/----/---- Obs?	nº de casos em ----/----/---- Obs?
Limpeza					
Conserto					
Drenagem					
Vandalismo					
Estragos feitos por animais					
Picadas feitas por visitantes					

(1) - Nesta coluna você deve indicar se na ficha de coleta foi feita alguma observação para este dia. Coloque "S" para sim e "N" para não. Se colocar "S", anote também o número do formulário de coleta (no canto direito na parte de cima da ficha de coleta há um código de letra e número)





# 10. Administração e práticas contábeis

Gilberto Fidelis  
Ariane Janér

## I. OBJETIVO

O objetivo deste capítulo é apresentar mecanismos práticos para controles administrativo e contábil de um empreendimento de ecoturismo. Como os empreendimentos de ecoturismo em base comunitária são, em sua maioria, de pequeno porte e o assunto de administração e contabilidade muito extenso, será dada ênfase aos conceitos mais importantes e às práticas acessíveis para pequenas empresas.

Assim como nos capítulos de *Viabilidade Econômica e Elaboração de Produto*, este capítulo não pretende ser um completo guia para o desenvolvimento de sistemas administrativo-contábeis, mesmo para pequenas empresas.

Recomenda-se que toda empresa ou associação legalizada contratem o serviço periódico ao menos de um contador. Entretanto, cabe ressaltar que a administração de um negócio não se resume à contabilidade.

Este capítulo ajudará a orientar empresários iniciantes sobre os elementos que constituem uma boa prática administrativa e contábil.

## II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

Uma vez constatado que um projeto de ecoturismo é viável, começa a fase de gestão do empreendimento. O plano de negócios é o ponto de partida, mas sem uma boa administração as chances de sucesso num mercado competitivo são reduzidas. Na implantação de um plano de negócios,

geralmente aparecem imprevistos: o cenário econômico geral muda; o governo muda seu regime fiscal; entram novos concorrentes no mercado, e assim por diante. Quem não tem um sistema administrativo adequado corre o risco de tomar decisões erradas.

“Será que preciso aumentar o preço de meus produtos? É melhor investir na expansão do meu hotel ou na compra de um equipamento novo?” Para responder perguntas como essas e tomar decisões gerenciais, é preciso informação. Essa informação só chega a tempo e com transparência se o sistema administrativo for adequado. Esse sistema não precisa ser complicado. Para alguns pequenos empreendimentos até pode ser só no papel.

O importante é a organização das informações e a disciplina para manter o sistema atualizado.

A contabilidade é só uma das fontes de dados de apoio para a administração, mas existem muitas outras. É importante distinguir as duas atividades:

- ❑ **Administração** é um conjunto de princípios, normas e funções que têm por fim ordenar os fatores de produção e controlar sua produtividade e eficiência, para se obter determinado resultado.
- ❑ **Contabilidade** é o estudo e prática das funções de orientação, controle e registro dos atos e fatos de uma administração econômica.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Neste capítulo são abordados os seguintes assuntos :

1. *Forma Organizacional*
2. *Documentação e Legalização*
3. *Tributação*
4. *Práticas Contábeis Básicas*
5. *Planejamento e Controle*

Os primeiros três assuntos são importantes para começar o empreendimento, determinar a carga de impostos e, conseqüentemente, seus lucros. Os últimos dois servem para dar maior agilidade e transparência à administração do empreendimento.

#### 1. *Forma Organizacional*

O tipo de pessoa jurídica da instituição que vai gerir o projeto de ecoturismo é muito importante. A decisão sobre isso deve ser tomada na fase do plano de negócios, porque, como está demonstrado em exemplo na seção Tributação, o tipo de pessoa jurídica afeta diretamente a lucratividade do projeto.

As formas organizacionais mais usadas são ONG, empresa comercial e cooperativa. Cada um tem vantagens e desvantagens. Para decidir qual a melhor opção para o projeto de ecoturismo devem ser considerados os seguintes fatores :

#### 1) **Objetivo Social da Organização**

É um projeto comunitário? É um projeto sem fins-lucrativos? Se trata apenas de ecoturismo ou envolve também outras atividades? Existem planos de expandir? Por exemplo, se é um projeto comunitário com fins lucrativos, a cooperativa pode ser uma boa opção.

#### 2) **Fontes de financiamento**

De que forma a organização vai ser financiada? Com dinheiro de patrocínio, com empréstimos ou com capital de investidores? Por exemplo, se quiser

atrair capital de investidores precisa ter uma empresa comercial.

#### 3) **Provisões para distribuir lucros/superávit**

De que forma o projeto vai distribuir lucros ou superávit para a comunidade e para projetos de conservação? Por exemplo, uma ONG / OSCIP não pode distribuir lucros, somente reinvestir em projetos ligados a seu objetivo social.

#### 4) **Custos de Administração e Cargo de Impostos**

Qual a carga de impostos (sobre faturamento e sobre lucro) e qual o custo administrativo (transparência da contabilidade para fiscalização e da administração para investidores e/ou patrocinadores)?

A seguir apresentamos de forma esquemática as principais alternativas de pessoa jurídica. Porém, é importante lembrar que existem mudanças freqüentes na tributação das diferentes formas organizacionais, que não podem ser detalhadas neste Manual em função de sua complexidade. Por exemplo, os Estados podem estabelecer taxas específicas de ICMS ou regulamentar ou não o SIMPLES. Um outro exemplo diz respeito à nova lei do Terceiro Setor, (Lei 9799 / 99) que representa um marco legal de regulação das atividades das ONG's. Esta lei prevê para instituições, associações, cooperativas e fundações abaixo descritas, quando reconhecidas pelo governo como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), a oportunidade de usufruir de boa parte dos benefícios relacionados. Portanto deve-se sempre consultar um contador sobre as atualizações da legislação tributária, assim como especialistas em organizações da sociedade civil (ver maiores informações no final do capítulo).

#### ▲ **Institutos e Associações (ONG's)**

São pessoas jurídicas que aplicam integralmente seus recursos na manutenção dos

seus objetivos institucionais, não distribuindo quaisquer parcelas de seu patrimônio ou de sua renda a título de lucros ou participação em seus resultados. A aplicação dos recursos deve também ser feita apenas dentro do país.

Suas vantagens são:

- Agilidade nos processos de legalização e/ou alterações estatutárias.
- Isenção total e imediata dos seguintes impostos e taxas: PIS (Programa de Integração Social), ISS (Imposto Sobre Serviços), IRPJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre Lucro Líquido), entre outros, sob a forma de incentivos.
- Facilidade na busca de patrocínios e convênios para suas atividades.
- Facilidade em conseguir inscrição como entidade de Utilidade Pública.

Suas desvantagens são:

- Demora na tomada de algumas decisões (é necessário reunir a assembléia geral).
- Contabilidade específica, que precisa ser feita por profissional com qualificação específica.

#### ▲ Fundações (ONG)

São instituições de caráter social, criadas e mantidas por iniciativas de particulares ou do Estado, com finalidades filantrópicas, educacionais, assistenciais, culturais, científicas ou tecnológicas, tendo como fundamento de sua existência um patrimônio destinado a um fim.

Suas vantagens são:

- Por ter patrimônio próprio, a Fundação fica investida de um alto grau de confiabilidade.
- Isenção e/ou redução de impostos federais, estaduais e/ou municipais, tais como: PIS, ISS, CSLL, IRPJ, dentre outros.
- Facilidade de inclusão como entidade de Utilidade Pública, após decorrido o prazo mínimo de três anos de sua constituição.

Suas desvantagens são:

- Necessidade de patrimônio para ser criada.
- Necessidade de obter o aval do Minis-

tério Público, tornando o processo de legalização demorado.

- Dificuldade de enquadrar a atividade de ecoturismo dentro dos seus objetivos sociais.

#### ▲ Empresa Comercial Limitada

Caracteriza-se pela execução de atividades comerciais diversas, estando sujeita a tributação. É constituída por um mínimo de dois sócios e o seu capital é fechado, constituído em cotas.

Suas vantagens são:

- Maior agilidade no processo de legalização e alterações contratuais.
- Estrutura organizacional bem simples, facilitando seu gerenciamento.

Sua desvantagem é:

- Custo tributário elevado.

#### ▲ Cooperativas

São associações de pessoas físicas ou jurídicas, de responsabilidade limitada ou ilimitada, com interesses comuns, economicamente organizadas de forma democrática, contando com a participação livre de todos e respeitando direitos e deveres de cada um de seus cooperados, que lhe prestam serviços, sem fins lucrativos.

Suas vantagens são:

- Custo tributário reduzido, além da isenção de alguns impostos, tais como IPRJ e COFINS em alguns casos.
- Redução do custo para contratação de serviços.

Suas desvantagens são:

- Dificuldade na organização de sua estrutura, tendo em vista a necessidade de, no mínimo, 20 pessoas para criar uma cooperativa.
- A forma de tomada de decisões por maioria simples de todos os cooperados.

### 2. Documentação e Legalização

A ajuda de advogados e contadores é importante para a orientação e encami-

nhamento do processo de constituição de uma pessoa jurídica. Como esses profissionais cobram pelo tempo de consultoria, é aconselhável a preparação prévia da documentação (por exemplo, fazer um esboço do contrato social), diminuindo assim as despesas de consultoria. Pode-se optar por orientações do SEBRAE regional.

Os passos a serem seguidos para legalizar a pessoa jurídica e os documentos necessários são os seguintes :

#### ▲ Institutos e Associações

- Preparação da Ata de Constituição e dos Estatutos Sociais.
- Registro no Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas.
- Após o registro dos Atos, pedido de registro de CNPJ no Ministério da Fazenda.
- Com os Atos Constitutivos devidamente registrados e o CNPJ, registro no órgão de turismo estadual vinculado à Embratur.
- Registro na Secretaria Municipal da Fazenda, que dará direito ao número de Inscrição Municipal e ao Alvará de localização.
- Compra dos livros fiscais e impressão das Notas Fiscais.
- Custo de legalização estimado em R\$1.500,00 (base do Rio de Janeiro, em novembro de 2000).
- Prazo de legalização estimado em 60 dias.

#### ▲ Fundações

- Preparação da Ata da reunião que deliberou pela constituição da entidade.
- Escritura pública (Cartório de Notas), onde constarão os nomes dos fundadores, o patrimônio que constitui a dotação e a especificação dos objetivos da fundação.
- Preparação do Estatuto que regerá a fundação.
- Aprovação do Ministério Público (Curadoria de Fundações).
- Registro de todos os Atos acima mencionados no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

- Transferência da dotação para a fundação.

Caso haja interesse em registrar o instituto, a associação ou a fundação como instituição de Utilidade Pública, deve-se observar os seguintes pré-requisitos e proceder da seguinte forma:

1º) *O pedido de declaração de Utilidade Pública será dirigido ao Secretário de Justiça do Estado, acompanhado dos seguintes documentos comprobatórios:*

- a) Certidão de registro dos estatutos no cartório componente.
- b) Atestado passado por autoridade judicial da comarca onde está sediada a instituição requerente, sobre o seu funcionamento efetivo e contínuo nos 3 (três) anos imediatamente anteriores no caso das fundações e 3 (três) anos no caso de associações e institutos, com exata observância dos princípios estatutários.
- c) Atestado de bons antecedentes dos membros da diretoria.
- d) Demonstração do patrimônio existente, da receita e da despesa realizada no exercício financeiro imediatamente anterior à formulação do pedido.
- e) Licença da autoridade policial competente para o funcionamento sempre que, pela natureza da instituição, seja exigível pela Legislação.
- f) Ata da assembléia de eleição da diretoria.
- g) Outros comprovantes de registros, das Secretarias Estaduais de Educação e Cultura, do Ministério do Trabalho ou de outro órgão em que por lei a entidade tenha que se registrar.
- h) Relatório dos últimos três anos, em que fique demonstrado efetivo exercício das atividades.



A prova das condições estabelecidas acima poderá também ser feita na Assembléia Legislativa, caso se trate de lei a ser votada pela Assembléia.

2º) A declaração de Utilidade Pública, bem como a sua manutenção, fica subordinada à efetiva observância dos seguintes requisitos estatutários:

- a) Fim público sem qualquer discriminação quanto aos beneficiados.
- b) Ausência de finalidades lucrativas.
- c) Ausência de remuneração para seus dirigentes ou conselheiros.
- d) Ausência de distribuição de lucros ou dividendos aos sócios ou participantes.
- e) Escrituração das receitas e despesas em livros revestidos de formalidades regulamentares capazes de comprovar-lhes a exatidão.
- f) Aplicação integral de seus recursos no País, na manutenção dos objetivos estatutários.

#### ▲ Empresa Comercial Limitada

- Preparação dos Atos Constitutivos com os objetivos específicos para a atividade de ecoturismo.
- Registro dos Atos no Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou na Junta Comercial Estadual.
- Registro de CNPJ no Ministério da Fazenda, após o registro dos Atos.
- Registro no órgão de turismo estadual vinculado à Embratur.
- Registro na Secretaria Municipal da Fazenda, que dará direito ao número de Inscrição Municipal e ao Alvará de Localização.
- Registro de Inscrição Estadual na Secretaria de Fazenda do Estado (venda de produtos).
- Compra dos livros fiscais e impressão das Notas Fiscais.
- Custo de legalização estimado em R\$1.500,00 (base do Rio de Janeiro, em novembro de 2000).
- Prazo de legalização estimado em 60 dias.



**Caso haja necessidade de registro no regime do Simples (ver item 3, abaixo), é necessário um enquadramento específico.**

#### ▲ Cooperativas

- Preparação do Estatuto.
- Apresentação do Estatuto à entidade representativa das cooperativas no estado para apreciação, a fim de verificar se não há conflito com a legislação cooperativista vigente.
- Registro na Junta Comercial.
- Registro de CNPJ no Ministério da Fazenda, após o registro dos Atos.
- Certificado do Corpo de Bombeiros.
- Registro da Inscrição Estadual na Secretaria de Fazenda do Estado (venda de produto).
- Requerimento junto à Prefeitura Municipal, do Alvará de Licença para estabelecimento e da Inscrição Municipal.
- Registro na entidade representativa das cooperativas no estado.
- Compra e Autenticação dos Livros Fiscais.
- Impressão das Notas Fiscais.

#### 3. Tributação

Os impostos representam um custo importante em qualquer empreendimento e merecem bastante atenção. Vale lembrar que sonegar impostos é crime e a Receita Federal está cada vez melhor equipada para fiscalizar possíveis sonegadores. Os impostos e tributos podem ser divididos em três categorias gerais: tributação sobre faturamento, sobre lucro e sobre folha de pagamento.

#### ▲ Impostos sobre Faturamento

- PIS (Programa de Integração Social)** ▶ Tributo federal sobre o faturamento bruto com uma alíquota de 0,65%. Caso a opção seja pela criação de uma ONG, esse imposto poderá incidir sobre a folha de pagamento, a uma alíquota de 1%.
- COFINS** ▶ Tributo federal, com alíquota de 2% incidente sobre o faturamento bruto da empresa, com exceção das microempresas, que podem ser enqua-

dradas no regime fiscal Simples (ver item específico após a Tabela 1).

- ❑ **ISS** (*Imposto Sobre Serviços*) ▶ Tributo municipal, geralmente com uma alíquota de 5%, incidente sobre o faturamento bruto do mês. Por exemplo, venda de pacotes (serviços) turísticos.
- ❑ **ICMS** (*Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços*) ▶ Tributo estadual, com alíquota em torno de 18%, dependendo do Estado, incidente sobre a venda de mercadorias. Por exemplo, venda de camisetas.

### ▲ Impostos sobre o lucro

- ❑ **CSLL** (*Contribuição Social sobre Lucro Líquido*) ▶ Tributo federal, que pode ser cobrado conforme o lucro real ou o lucro presumido:

**LUCRO REAL:** a empresa tributada só recolhe a Contribuição Social no momento do

IRPJ, incidindo uma alíquota de 8% sobre o lucro líquido.

**LUCRO PRESUMIDO:** a empresa tributada recolhe 1% sobre o faturamento bruto mensal.

- ❑ **IRPJ** (*Imposto de Renda de Pessoa Jurídica*) ▶ Tributo federal, cobrado conforme o regime de tributação da empresa:

**LUCRO REAL:** alíquota de 15%, até um lucro de R\$ 240 mil por ano; além desse valor, a alíquota é de 25% sobre o lucro líquido.

**LUCRO PRESUMIDO:** alíquota de 4,8%, na atividade de ecoturismo.

### ▲ Incentivos fiscais

Para atrair novos empreendimentos, vários estados e municípios oferecem incentivos fiscais na forma de isenção (por prazo determinado) ou redução de impostos. A existência de incentivos deve ser verificada e, em caso afirmativo, as alíquotas mostradas na Tabela 1 a seguir devem ser adequadas.

10 SEÇÃO 3

📄 TABELA 1

IMPOSTOS INCIDENTES SOBRE A FORMA OPERACIONAL DE CADA EMPRESA						
PESSOA JURÍDICA	TIPOS DE IMPOSTOS					
	SOBRE O FATURAMENTO (%)				SOBRE O LUCRO (%)	
	FEDERAL		MUNICIPAL	ESTADUAL	FEDERAL	
	PIS	COFINS	ISS	ICMS	IRPJ	CSLL
Comercial Limitada:						
- <i>Lucro Real</i>	0,65*	2*	Geralmente 5**	Sobre vendas de mercadorias	15***	8***
- <i>Lucro Presumido</i>	0,65*	2*	5**	Sobre vendas de mercadorias	Conforme Atividades	0,96****
Instituições e Associações	1*****	Isenta	Isenta	Isenta	Isenta	Isenta
Fundações	1*****	Isenta	Isenta	Isenta	Isenta	Isenta
Cooperativas	1*****	Isenta (A)	5**	Sobre vendas de mercadorias	Isenta	Isenta

**REFERÊNCIAS:**

- \* % sobre o Faturamento
- \*\* % sobre Serviços
- \*\*\* % sobre Lucro
- \*\*\*\* % sobre Receita Estimada
- \*\*\*\*\* % sobre Folha de Pagamento
- (A) observar o disposto na legislação específica

### ▲ CPMF (Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira)

Sobre todas as movimentações financeiras, também incide atualmente a CPMF. Previsto inicialmente para desaparecer assim que o Governo equilibrasse suas contas, esse imposto tende a tornar-se permanente. A alíquota é de 0,38% sobre qualquer tipo de movimentação financeira.

A Tabela 1 apresenta um resumo dos impostos sobre faturamento e lucro de acordo com a forma organizacional.

### ▲ Enquadramento no regime fiscal Simples para micro empresas e empresas de pequeno porte

Uma forma de evitar o custo tributário elevado é enquadrar o empreendimento no regime fiscal Simples. Para isso, a empresa


deve ser limitada e o faturamento anual não pode ultrapassar R\$ 720 mil. Também há restrições quanto às atividades e aos sócios. Como as restrições são muitas, enquadrar no Simples um empreendimento de turismo depende da interpretação da lei. Por exemplo, uma agência de turismo é excluída porque revende produtos de outros, o que é corretagem, atividade que não pode se enquadrar no Simples. Espera-se que essa lei, que é nova, ainda sofra algumas adaptações.

Deve-se ficar atento para legislações específicas em cada Estado que regulamentam o SIMPLES. Alguns deles, por exemplo, não regulamentaram e, portanto, não se permite adesões. Outros prevêem diferentes taxas de ICMS para empresas inscritas no SIMPLES. Consulte seu contador ou a Secretaria da Fazenda do estado.

Na tabela 2 apresentamos um resumo da forma de calcular os impostos incidentes em empresas enquadradas no Simples.

 TABELA 2

IMPOSTOS E ALÍQUOTAS INCIDENTES EM EMPRESAS ENQUADRADAS NO REGIME FISCAL SIMPLES								
IMPOSTO CONTRIBUIÇÃO	PERCENTUAIS POR FAIXA DE RECEITA BRUTA							
	MICRO EMPRESA			EMPRESA DE PEQUENO PORTE				
	I*	II*	III*	IV*	V*	VI*	VII*	VIII*
	ATÉ 60.000,00	DE 60.000,01 A 90.000,00	DE 90.000,01 A 120.000,00	ATÉ 240.000,00	DE 240.000,01 A 360.000,00	DE 360.000,01 A 480.000,00	DE 480.000,01 A 600.000,00	DE 600.000,01 A 720.000,00
IRPJ	zero	zero	zero	0,13%	0,26%	0,39%	0,52%	0,65%
PIS/PASEP	zero	zero	zero	0,13%	0,26%	0,39%	0,52%	0,65%
CSLL	zero	0,4%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
COFINS	1,8 %	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Contribuições Previdenciárias do Empregador	1,2%	1,6%	2%	2,14%	2,28%	2,42%	2,56%	2,7%
Subtotal I	3%	4%	5%	5,4%	5,8%	6,2%	6,6%	7%
IPI	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Subtotal II	3,5%	4,5%	5,5%	5,9%	6,3%	6,7%	7,1%	7,5%
ICMS e/ou ISS	Até 1%	Até 1%	Até 1%	Até 2,5%	Até 2,5%	Até 2,5%	Até 2,5%	Até 2,5%
<b>Total Geral</b>	<b>Até 4,5%</b>	<b>Até 5,5%</b>	<b>Até 6,5%</b>	<b>Até 8,4%</b>	<b>Até 8,8%</b>	<b>Até 9,2%</b>	<b>Até 9,6%</b>	<b>Até 10%</b>

 REFERÊNCIA: \*Valores em R\$



**▲ Impostos sobre a Folha de Pagamento ou Encargos Sociais**

- ❑ PIS sobre a Folha de Pagamento ▶ No caso das ONGs, recolhimento de 1% sobre a folha de pagamento.
- ❑ FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) ▶ Para um contrato normal são recolhidos 8% sobre a folha de pagamento mensal. Além disso, deve ser feita uma provisão para multa de 3,2% para casos de rescisão de contrato. Para um contrato temporário (ver abaixo), o recolhimento é de 2% sobre a folha de pagamento sem necessidade de fazer provisão para rescisão de contrato.
- ❑ INSS (Seguridade Social) ▶ A contribuição é de 20%. Também é pago um seguro de 2%.
- ❑ Terceiros (Salário Educação, INCRA, SENAC, SESC, SEBRAE, etc.) ▶ Para um contrato normal é 5,8% sobre a folha de pagamento; para um contrato temporário

é 2,9%.

- ❑ Outros ▶ Também considerados encargos sociais mensais são as provisões de 13º salário, correspondente a 8,33% do salário (1 salário dividido por 12 meses); férias, correspondentes a 11,1% do salário (ou 1 1/3 salário dividido por 12 meses); e aviso prévio, correspondentes a 8,33% (1 salário dividido por 12 meses).

**Contrato Temporário**

Para empresas em expansão ou com atividades cíclicas (sazonais), a nova legislação trabalhista permite contratos temporários sobre os quais incidem os mesmos encargos sociais, porém são necessárias provisões em caso de demissão ou rescisão de contrato. Um contrato temporário pode durar, no máximo, 2 anos, e só pode ser renovado uma vez. Esse contrato vai depender de anuência dos sindicatos de classe para ser firmado.

A Tabela 3, a seguir, apresenta o resumo dos encargos sociais.

**TABELA 3**

ENCARGOS SOCIAIS E TRABALHISTAS									
IMPOSTO	NATUREZA DA ORGANIZAÇÃO								
	Empresa: Limitada		Empresa: Simples		Entidade: Isenta / IR		Contrato Temporário		
	%		%		%		%		
INSS	20,00	Incidência s/total dos salários	1,20	Para faturamento até R\$ 60.000,00 anual	20,00	Incidência s/total dos salários	20,00	Incidência s/total dos salários	
	2,00	Incidência s/total salários – seguro			2,00	Incidência s/total salários – seguro	1,00	Incidência s/total salários – seguro	
TERCEIROS	5,80	Incidência s/total salários – terceiros	2,70	Varição para faturamento até R\$ 720.000,00	4,50	Incidência s/total salários – terceiros	2,90	Incidência s/total salários – terceiros	
FGTS	8,00	Incidência s/ total dos salários	8,00	Incidência s/total dos salários	8,00	Incidência s/total dos salários	8,00	Incidência s/total dos salários	
PIS	-	-	-	-	1,00	Incidência s/total dos salários	-	-	
<b>PROVISÕES</b>									
13º Salário	8,33	Incidência s/total dos salários	8,33	Incidência s/total dos salários	8,33	Incidência s/ total dos salários	8,33	Incidência s/total dos salários	
Férias	11,10	Incidência s/total dos salários	11,10	Incidência s/total dos salários	11,10	Incidência s/total dos salários	11,10	Incidência s/total dos salários	
Multa – FGTS	3,20	Incidência s/total dos salários	3,20	Incidência s/total dos salários	3,20	Incidência s/total dos salários	-	-	
Aviso Prévio	8,33	Incidência s/total dos salários	8,33	Incidência s/total dos salários	8,33	Incidência s/total dos salários	-	-	

Para ilustrar a importância da pessoa jurídica e do regime fiscal, seguem dois exemplos.

**EXEMPLO 1:** O EFEITO DA ESCOLHA DA PESSOA JURÍDICA

Tomemos como exemplo um empreendimento com faturamento bruto de

R\$ 250 mil, que paga salários (excluídos os encargos) de R\$ 60 mil e tem outras despesas na ordem de R\$ 100 mil.

Como se pode observar na Tabela 4, o melhor resultado se obtém com uma ONG de Utilidade Pública, e o pior com uma empresa limitada que declara pelo lucro presumido. Cooperativas e o regime Simples também são vantajosos neste exemplo.

**TABELA 4**

ILUSTRANDO A IMPORTÂNCIA DA CUIDADOSA SELEÇÃO DA PESSOA JURÍDICA (EM R\$)									
TIPO DE PESSOA JURÍDICA	FAT. <sup>1</sup> BRUTO	IMPOSTOS SOBRE FAT. <sup>2</sup>	FAT. LÍQUIDO	DESPESAS	SALÁRIOS	ENCARGOS SOCIAIS <sup>3</sup>	LUCRO BRUTO	IMPOSTOS SOBRE LUCRO <sup>4</sup>	LUCRO LÍQUIDO
Ltda Lucro Real	250.000	19.125	230.875	100.000	60.000	38.195	32.680	7.516	25.163
Ltda Lucro Presumido	250.000	33.525	216.475	100.000	60.000	38.195	18.280	0	18.280
Ltda Simples	250.000	15.225	234.775	100.000	60.000	19.667	55.108	0	55.108
ONG	250.000	0	250.000	100.000	60.000	38.862	51.138	0	51.138
Fundação	250.000	0	250.000	100.000	60.000	38.862	51.138	0	51.138
Cooperativa	250.000	12.500	237.500	100.000	60.000	9.000	68.500	0	68.500
Utilidade Publica	250.000	0	250.000	100.000	60.000	16.648	73.353	0	73.353

**REFERÊNCIAS:**

- 1 Fat. = Faturamento.
- 2 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostradas na Tabela 1 para os impostos PIS, COFINS, ISS, ICMS. No caso da pessoa jurídica enquadrada no regime fiscal Simples, ver alíquotas na Tabela 2.
- 3 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostradas na Tabela 3, exceto no caso do Simples (Tabela 2).
- 4 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostrada na Tabela 1 para os impostos IRPF e CSLL, exceto no caso do Simples (Tabela 2)

Para mostrar que tudo depende do faturamento e estrutura de custo do empreendimento, vamos a outro exemplo.

**EXEMPLO 2:** O EFEITO DO FATURAMENTO E DA ESTRUTURA DE CUSTOS

Tomemos um empreendimento bem mais lucrativo, com faturamento de R\$ 650 mil, e despesas e salários iguais aos do exemplo anterior. Na tabela 5 (pág. seguinte) observa-se que, para uma empresa

limitada, é melhor declarar lucro presumido que real. O regime Simples, que no exemplo já visto deu um resultado bem parecido ao de uma ONG, torna-se menos atrativo.

Concluindo os dois exemplos, para decidir qual é a melhor pessoa jurídica para o empreendimento de ecoturismo, devem ser considerados:

- ❑ **Objetivo do empreendimento** ▶ lucro para acionistas ou função “social” para a comunidade.

 TABELA 5

ILUSTRANDO O IMPACTO DO NÍVEL DE FATURAMENTO E DA ESTRUTURA DE CUSTOS (EM R\$)									
TIPO DE PESSOA JURÍDICA	FAT. <sup>1</sup> BRUTO	IMPOSTOS SOBRE FAT. <sup>2</sup>	FAT. LÍQUIDO	DESPESAS	SALÁRIOS	ENCARGOS SOCIAIS <sup>3</sup>	LUCRO BRUTO	IMPOSTOS SOBRE LUCRO <sup>4</sup>	LUCRO LÍQUIDO
Ltda Lucro Real	650.000	49.725	600.275	100.000	60.000	38.195	402.080	92.478	309.601
Ltda Lucro Presumido	650.000	49.725	600.275	100.000	60.000	38.195	402.080	0	402.080
Ltda Simples	650.000	33.475	616.525	100.000	60.000	19.667	436.858	0	436.858
ONG	650.000	0	650.000	100.000	60.000	38.862	451.138	0	451.138
Fundação	650.000	0	650.000	100.000	60.000	38.862	451.138	0	451.138
Cooperativa	650.000	32.500	617.500	100.000	60.000	9.000	448.500	0	448.500
Utilidade Pública	650.000	0	650.000	100.000	60.000	16.648	473.353	0	473.353

**REFERÊNCIAS:**

- 1 Fat. = Faturamento.
- 2 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostradas na Tabela 1 para os impostos PIS, COFINS, ISS, ICMS. No caso da pessoa jurídica enquadrada no regime fiscal Simples, ver alíquotas na Tabela 2.
- 3 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostradas na Tabela 3, exceto no caso do Simples (Tabela 2).
- 4 Aplicação das alíquotas para cada tipo de pessoa jurídica mostrada na Tabela 1 para os impostos IRPF e CSLL, exceto no caso do Simples (Tabela 2)

10  
SEÇÃO 3

- Tamanho de empreendimento** ▶ se o faturamento for maior que R\$ 720 mil, o regime não pode ser o Simples.
- Número e tipo de sócios** ▶ quem e quantos estão envolvidos na parceria.
- Facilidade de vender participação** ▶ é mais fácil no caso de empresa comercial.
- Contabilidade** ▶ declarando-se lucro presumido, reduz-se a burocracia.

4. Práticas contábeis básicas

Por exigência legal, qualquer pessoa jurídica precisa ter uma contabilidade. Essa contabilidade é a base para apuração dos impostos e tributos a serem pagos, bem como para o planejamento das contas do empreendimento. Se a pessoa jurídica receber a visita de um fiscal da receita, precisa abrir os livros contábeis, mostrar as notas fiscais, etc.

Se o objetivo de fazer contabilidade fosse só para prestar informações à Receita Federal,

qualquer profissional poderia fazê-lo com êxito. Porém, a contabilidade também é a principal fonte de dados para a administração do empreendimento. Por isso precisa ser transparente, de forma que os administradores possam tomar suas decisões.

Os elementos básicos de uma contabilidade são :

▲ **Livro caixa**

Todas as entradas e saídas de caixa são escrituradas no livro caixa. Essa é a forma de contabilidade mais simples. Veja o Exemplo 3 na página seguinte.

O objetivo é controlar as despesas e receitas futuras, para que se possa planejar o fluxo de dinheiro no caixa.

▲ **Contas a pagar e receber**

O objetivo é controlar as despesas e receitas futuras, para que se possa planejar o fluxo de dinheiro no caixa.

**EXEMPLO 3:****LIVRO CAIXA**

Item	Data	Entrada	Saida	Saldo
Saldo 30/06/98				200
Birding Brazil	15/07/98	1.499		1.699
Hotel Beija Flor	20/07/98		300	1.399
Saldo 31/07/98				1.399
Supermercado	07/08/98		90	1.309
Restaurante Ticotico	08/08/98		110	1.199
Restaurante Bem-te-vi	08/08/98		145	1.054
Ingressos	08/08/98		200	854
Restaurante Sai	09/08/98		115	739
Guia Local	10/08/98		60	679
Guia Ornitólogo	10/08/98		200	479
Hotel Beija-Flor	10/08/98		300	179
Gratificações	10/08/98		20	159
Birding Brazil	15/08/98	1.525		1.684
Transporte	18/08/98		280	1.404
Saldo 31/08/98				1.404

**▲ Plano de contas**

Para um maior controle das finanças da empresa, aconselha-se fazer um plano de contas, ou seja, organizar as receitas, despe-

sas, investimentos e financiamentos em categorias e subcategorias, de forma que retrate o funcionamento do empreendimento. É importante separar cada categoria.

**MODELO DE PLANO DE CONTAS  
E O CASO DO PROJETO SILVES****EXEMPLO 4:**

- Venda de serviços/produtos.
- Salários temporários.
- Salários fixos.
- Alimentação.
- Combustível.
- Manutenção.
- Material de consumo.
- Pagamento de água/luz.
- Telefone.

O Projeto Silves mantém uma pousada, Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos, e desenvolve projetos com a comunidade. No começo do Programa de Ecoturismo de Base Comunitária a ASPAC, entidade que implementa o projeto, já registrava todos os gastos e receitas num livro caixa. Dessa forma, já era possível saber se havia dinheiro em caixa ou em quanto crescia ou diminuía o saldo por mês. No entanto, não havia controle de despesas com projetos com a comunidade e quanto se faturava com ecoturismo. Também não havia subsídios para avaliar se os preços praticados eram corretos. Quando os

mecanismos de controle adequados foram desenvolvidos, observou-se que os preços cobrados estavam subestimados, ou seja, abaixo dos custos da pousada.

### ▲ Conta Razão

Esse controle visa demonstrar, de forma transparente, a posição de cada conta do plano de contas, seus saldos e movimentações diárias. O exemplo a seguir mostra os custos diretos (ver capítulo *Viabilidade Econômica*) de um hotel, divididos em pagamentos para autônomo, conta de combustível, serviços, supermercado e traslado.

#### EXEMPLO 5:

#### CONTA RAZÃO E UM EXEMPLO DE SUA UTILIDADE

ESPECIFICAÇÃO	CONTA	DATA	MOVIMENTO
Arrumadeiras	Autônomo	11/07/98	40
Arrumadeiras	Autônomo	18/07/98	40
Arrumadeiras	Autônomo	23/07/98	20
Arrumadeiras	Autônomo	28/07/98	20
Auxiliar de Cozinha	Autônomo	11/07/98	20
Auxiliar de Cozinha	Autônomo	18/07/98	20
Auxiliar de Cozinha	Autônomo	23/07/98	20
Cozinheira	Autônomo	11/07/98	40
Cozinheira	Autônomo	18/07/98	40
Cozinheira	Autônomo	23/07/98	40
Cozinheira	Autônomo	28/07/98	40
Guias Locais	Autônomo	11/07/98	60
Guias Locais	Autônomo	18/07/98	45
Guias Locais	Autônomo	23/07/98	30
Guias Locais	Autônomo	28/07/98	15
Salário de Guia Naturalista	Autônomo	11/07/98	400
Salário de Guia Naturalista	Autônomo	18/07/98	400
Salário de Guia Naturalista	Autônomo	23/07/98	400
<b>Autônomo Total</b>			<b>1.690</b>
Combustível para Barco 1	Combustível	07/07/98	600
Combustível para Barco 1	Combustível	14/07/98	600
Combustível para Barco 1	Combustível	19/07/98	600

**EXEMPLO 5:****CONTA RAZÃO  
E UM EXEMPLO DE SUA UTILIDADE**

<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	<b>CONTA</b>	<b>DATA</b>	<b>MOVIMENTO</b>
Combustível para Barco 2	Combustível	07/07/98	300
Combustível para Barco 2	Combustível	24/07/98	300
Combustível Total		2400	
Lavanderia	Serviços	12/07/98	75
Lavanderia	Serviços	19/07/98	50
Lavanderia	Serviços	24/07/98	40
Lavanderia	Serviços	29/07/98	25
<b>Serviços Total</b>			<b>190</b>
Supermercado	Supermercado	07/07/98	500
Supermercado	Supermercado	14/07/98	350
Supermercado	Supermercado	19/07/98	300
Supermercado	Supermercado	24/07/98	250
<b>Supermercado Total</b>			<b>1400</b>
Traslado terrestre	Traslado	07/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	11/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	14/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	18/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	19/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	23/07/98	50
Traslado terrestre	Traslado	24/07/98	25
Traslado terrestre	Traslado	28/07/98	25
<b>Traslado Total</b>			<b>350</b>
<b>TOTAL GERAL</b>			<b>6.030</b>

Sabendo-se também quantos turistas se hospedaram no hotel em determinado mês e qual foi a receita, é possível verificar se o

custo direto por turista está dentro do planejado. Suponha-se que o hotel recebeu 38 turistas nesse período:

**EXEMPLO 6:**

**Custo direto por turista = R\$ 6.030 : 38 = R\$ 159, divididos da seguinte forma:**

CONTA	VALOR 7/98	% TOTAL	POR TURISTA	PLANO
Autônomo Total	1.690	28%	44	45
Combustível Total	2.400	40%	63	50
Serviços Total	190	3%	5	5
Supermercado Total	1.400	23%	37	40
Traslado Total	350	6%	9	10
<b>Total</b>	<b>6.030</b>	<b>100%</b>	<b>159</b>	<b>150</b>

Se no planejamento do ano tivesse sido projetado um custo direto médio de R\$ 150 por turista, o administrador saberia que a despesa desse mês foi excessiva, e também poderia constatar que o problema está no gasto com combustível.

**▲ Contas bancárias separadas**

Se um projeto tiver várias atividades distintas, é recomendável ter contas bancárias distintas.

**10** SEÇÃO 3

**CONTA BANCÁRIAS SEPARADAS NO PROJETO TAMAR EM FERNANDO DE NORONHA**

**EXEMPLO 7:**

A base do Projeto TAMAR/IBAMA em Fernando de Noronha construiu um Centro de Visitantes (um bem para ser depreciado – ver capítulo *Viabilidade Econômica*), com uma loja e uma cafeteria. Também desenvolve atividades de ecoturismo. Além disso, mantém projetos de conservação, financiados em parte pelo IBAMA. Se todas as despesas e receitas entrassem na mesma conta, não se saberia onde (e quanto) se ganha e como se gasta o dinheiro. Seria difícil responder perguntas simples como :

- Quanto custou construir o Centro de Visitantes?
- Os ganhos da loja e da cafeteria podem pagar as despesas de manutenção do Centro de Visitantes, os projetos de conservação e os custos administrativos do TAMAR/FN?
- O IBAMA nos deve dinheiro, ou vice-versa?

Ao se criar contas separadas para a construção do Centro de Visitantes, as atividades comerciais, os projetos de conservação e a administração, transferências bancárias entre contas tornam claras as seguintes questões:

- O investimento no Centro de Visitantes.
- O lucro (bruto) das atividades comerciais.
- Os subsídios das atividades comerciais para as atividades de conservação.

### 5. Planejamento e Controle

Quem não sabe planejar não tem controle sobre o futuro. Um plano não protege contra tudo, mas evita erros básicos e permite reagir mais rapidamente diante da ocorrência de problemas.

#### ▲ Ciclo de planejamento

Uma empresa bem administrada tem sempre um planejamento adequado às suas atividades. O plano de negócios é seu primeiro projeto estratégico de longo prazo (ver capítulo *Viabilidade Econômica*).

Recomenda-se fazer um plano anual de atividades (por setor, se o empreendimento for grande), com uma previsão de vendas e necessidades financeiras (orçamento anual). De preferência, esse plano deve ser detalhado mês a mês. Periodicamente (com maior ou menor frequência, dependendo da necessidade), discutem-se em reunião as diferenças entre as metas e o uso de recursos financeiros projetados e realizados, e se é necessário ajustar o plano a uma nova realidade.

#### ▲ Uso de contabilidade para monitoramento e planejamento financeiro

As práticas contábeis já foram discutidas no item 4. Resumindo, para melhor monitorar seu desempenho financeiro, precisa-se de:

- ☐ Contas bancárias separadas para atividades separadas, como por exemplo, vendas em loja, operação de hotel, projeto de conservação, etc. Cabe atentar para o fato de que se o movimento de uma atividade for pouco expressivo, não é necessário criar uma nova conta. Por exemplo, se o movimento de vendas na loja do hotel for muito baixo, ele pode ser gerenciado pela própria conta da operação do hotel.
- ☐ Criação de categorias de custos, de forma a acompanhar custos diretos e custos indiretos (ver capítulo *Viabilidade Econômica*). Isto é bastante útil, por

exemplo, para o estabelecimento de preços.

- ☐ Projeção do fluxo de caixa a curto prazo. Esta ação é útil, por exemplo, para não entrar no vermelho, o que obrigará o empresário a pagar altas taxas de juros sobre o financiamento a que tiver necessariamente que recorrer.
- ☐ Projeção de lucros/superávit, para poder planejar a médio e longo prazos.

#### ▲ Administração de marketing

O marketing é um aspecto chave do sucesso de um empreendimento, portanto deve estar presente nas rotinas administrativas (para toda esta seção, ver capítulo *Elaboração do Produto de Ecoturismo*). Uma das primeiras providências a se tomar, quando se pretende investir em ecoturismo, é preparar um cadastro de contatos, de suma importância para o marketing. Esses contatos são, além de clientes atuais e em potencial, a imprensa, patrocinadores, consultores, líderes de comunidade, amigos do projeto, etc. Esse banco de dados é a base para:

- ☐ Mala direta dirigida ▶ Por exemplo, informação para a imprensa.
- ☐ Controle do retorno de ações de marketing ▶ Este cliente é fruto de qual iniciativa de promoção?
- ☐ Ações específicas ▶ Por exemplo, há problemas que podem ser resolvidos com a mobilização de pessoas com influência política.

Além disso, é necessário um sistema de reservas que deve gerar as seguintes informações:

- ☐ Número de turistas recebidos e sua permanência.
- ☐ Taxa de cancelamento.
- ☐ Previsão de turistas para os próximos meses.
- ☐ Fonte da reserva ▶ Por exemplo, via Internet, via agência, direto com o empreendimento, etc.
- ☐ Como o cliente soube de seu produto? ▶ Já era cliente, por folheto, por recomendação de amigos, etc.



A satisfação dos clientes deve ser medida através de um tour comments, ou seja, qualquer mecanismos de avaliação dos serviços prestados que se estabeleça no seu negócio, como por exemplo, fichas de avaliação (mais formal) ou telefonemas e e-mails após o final da viagem (mais informal). Os comentários dos turistas devem ser avaliados para subsidiar alterações nos serviços ou instalações. Deve-se arquivar os formulários para subseqüentes avaliações.

Também deve-se manter um diário simples no qual são anotados detalhes sobre o clima, acontecimentos importantes (“Vimos uma onça ao lado do hotel”; “Turista X quebrou a perna”). Esse diário é uma memória útil para consultas sobre as chances de chuva em determinado mês, ou para evitar imprevistos que provoquem insatisfações.

**▲ Administração Operacional**

Quando o desempenho financeiro revelar que os gastos do empreendimento são muito altos, é necessário entender as causa para que se possa cortá-los. Deve-se ter uma idéia do que “fisicamente” acontece. Para isso, é preciso prestar atenção em três itens especificamente:

**a) Alimentação**

Despesas elevadas com alimentação têm várias causas. É possível que se esteja jogando muita comida fora (deve-se verificar, a propósito, se o turista está satisfeito com a comida). É necessário um controle de compras e estoque, e verificar se o(a) cozinheiro(a) sabe dimensionar a quantidade de comida a ser comprada para o número de turistas. Outra causa pode ser a excessiva pulverização das compras entre vários fornecedores. A não ser que isso seja intencional (para distribuir benefícios para a comunidade), deve-se concentrar mais as compras e negociar descontos.

**b) Transporte**

Em caso de uso de transporte próprio (barcos, veículos, etc.) deve-se administrar as despesas com combustível e manutenção. A primeira providência é saber a distância normalmente percorrida e quanto combustível se gasta em média. Dessa forma se obtém um parâmetro de comparação. Depois deve-se instituir um controle diário de uso do meio de transporte, ou seja, uma caderneta onde se anote, no mínimo, os itens mostrados no exemplo abaixo.

**EXEMPLO 8:**

**CONTROLE DIÁRIO DE USO DE MEIO DE TRANSPORTE PRÓPRIO**

IDENTIFICAÇÃO DO MEIO DE TRANSPORTE:							
Dia	Hora	Trajeto	Motivo	Responsável	Gastos (Combustível, Manutenção)		
					Tipo de gasto	Litros	Custo total R\$

Assim, identifica-se o uso inadequado do meio de transporte, os gastos excessivos com manutenção etc. No caso específico de carro, van, micro-ônibus etc., pode-se incluir uma coluna na tabela para colocação da quilometragem no começo e no final do trajeto.

### c) Recursos Humanos

O turismo é um negócio altamente dependente de recursos humanos. Muitas vezes são os funcionários e contratados que fazem a diferença entre uma empresa e outra. Isso começa no atendimento ao telefone no primeiro contato e continua até depois do tour.

Os salários e encargos representam a maior parte dos custos de overhead (custos indiretos) de uma empresa. Geralmente se trabalha com funcionários e free lancers, estes últimos contratados temporariamente nas épocas de maior movimento.

Os salários no mundo do turismo são relativamente baixos e a rotatividade (*turn over*) de recursos humanos é alta. O “troca-troca” de funcionários enfraquece a memória e o estilo de uma empresa. Talvez valha a pena pagar um pouquinho melhor, vincular o salário ao desempenho da empresa, ou procurar outras formas (treinamento, benefícios) de incentivar a lealdade dos funcionários. O custo pode ser mais alto, mas isso pode ser compensado pela maior produtividade.

O treinamento dos funcionários e contratados é uma maneira de personalizar o estilo da empresa. Deve-se, por exemplo, levar funcionários de escritório a participar de um tour o que aumentará o seu envolvimento com o trabalho.

### ▲ Computadores

O computador é quase indispensável no dia-a-dia do turismo. Empreendimentos pequenos, com uma operação simples, podem funcionar com papel, mas para a maioria dos empreendimentos turísticos o computador pode ser uma arma poderosa para facilitar o trabalho administrativo. Possíveis usos para o computador são:

- Elaboração de formulários (reserva, recibos, *vouchers*, *tour comments*, etc.) e processamento de informações dos formulários preenchidos automaticamente.
- Desenho e produção de folhetos e apostilas.
- Manutenção de um banco de dados de clientes (mala direta, melhoria de atendimento, etc.).
- Contabilidade.
- Internet (pesquisa e marketing).

Existem vários softwares no mercado que podem ser usados por pequenas e médias empresas. Por exemplo, para um nível mais simples e pessoal, o Microsoft Money e o Quicken, e para um nível mais sofisticado o Quickbooks (brasileiro).

## IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

É muito importante, no início do negócio, apoio técnico para buscar conhecimento e treinamento. O grande risco é o empreendedor acreditar que não precisa se organizar, por estar tudo transparente dentro de sua cabeça. O que ele esquece é que se o negócio cresce rápido, ele pode não conseguir acompanhar. Se ele viajar, ficar doente ou incapacitado de estar à frente do negócio, o substituto será capaz de assumir o empreendimento?

Outro risco é exagerar na administração e criar uma grande burocracia, que paralisa a estrutura e eleva custo, não justificado pelos ganhos.

### ▲ Mais informações

As instituições do SEBRAE e do SENAC possuem representações regionais e podem ser importantes no apoio ao planejamento, implantação e gestão do ecoturismo. Serviços como incubadoras de empresas e técnicas de empreendedorismo existem nos SEBRAE regionais e em algumas universidades (p. ex. empresa júnior formada por estudantes de turismo ou administração).

Por causa das freqüentes mudanças na legislação é melhor se atualizar via contador e sites no Internet. As mais importantes fontes

de apoio gerais para empreendedores são :

SEBRAE

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

SENAC

[www.senac.com.br](http://www.senac.com.br)

RITS – Rede de Informações para o Terceiro Setor

[www.rits.org.br](http://www.rits.org.br)

Nova Lei do Terceiro Setor

[www.comunidadesolidaria.org.br](http://www.comunidadesolidaria.org.br)

OCB - Organização das Cooperativas do Brasil

[www.ocb.org](http://www.ocb.org)

Secretaria da Receita Federal – Ministério da Fazenda

[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)

Rede Governo – busca de informações diversas

[www.redegoverno.gov.br](http://www.redegoverno.gov.br)

Embratur

[www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br)

#### V. BIBLIOGRAFIA

HIGUCHI H. *Imposto de Renda das Empresas – Interpretação e Prática*. São Paulo, Atlas, 2001

# 11. Participação comunitária e parceria

Verônica Toledo  
Sylvia Mitraud

## I. OBJETIVO

Neste capítulo objetiva-se detalhar os elementos que compõem os conceitos de “participação comunitária” e “parcerias”, e apresentar um conjunto de métodos e estratégias para introduzir esses conceitos e processos dentro de um projeto de desenvolvimento do ecoturismo.

## II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

A implementação de programas de ecoturismo por meio de um processo de participação ativa da comunidade e do estabelecimento de parcerias é uma premissa que permeia todo este manual. Como esses conceitos já se tornaram obrigatórios nos discursos relacionados ao desenvolvimento socioeconômico, é necessário detalhar os componentes característicos de um processo participativo e de uma parceria.

Entendemos **participação** a atuação voluntária, individual ou de grupo, articulado em experiências coletivas que contribuem para a construção de uma sociedade democrática, socialmente justa e culturalmente conservacionista.

Já a **parceria** é o processo de cooperação mútua entre duas ou mais partes, acordado e comprometido com a satisfação de interesses comuns e/ou complementares.

Há muitas características comuns entre os dois processos:

- Ambos ocorrem em diferentes formas: individual, em grupo ou institucional. E

em diferentes níveis ou intensidade: parcial, integral, periódica ou pontual.

- Para promover o crescimento individual ou de um grupo, a participação e a parceria devem ser desenvolvidas como processos de conquista. Assim, não acontecem quando não há motivação, iniciativa e empenho das partes envolvidas.
- Ambos têm um tempo histórico, similar a um “prazo de validade”. Ou seja, envelhecem, o que neste caso significa que se burocratizam. Daí que, para lhes assegurar a atualidade, devem ser vividos como um processo histórico de reconquista diária.
- Em vista das características anteriores, participação e parcerias devem ser monitoradas, isto é, durante seu desenvolvimento devem ocorrer avaliações, revisões e ajustes, para que os seus objetivos sejam atingidos.
- Participação e parcerias são também processos de articulação, isto é, processos que provocam, dão origem a, e combinam outros movimentos.

Apesar desses pontos em comum, os dois processos apresentam diferenças significativas, quanto aos seguintes aspectos:

### a) *Interesses comuns:*

- A participação não depende, necessariamente, da existência de interesses comuns. Por exemplo, três pessoas participando de um mesmo ritual religioso podem estar ali com objetivos diversos:

uma o faz como parte de um procedimento de pesquisa; outra para se aquietar internamente; outra ainda para agradecer uma benção.

- Na constituição de uma parceria é necessário haver interesses em comum e/ou complementares.

**b) Sujeito do processo:**

- A participação é uma ação individual (de uma instituição, de um indivíduo ou de um grupo).
- A parceria pressupõe que existe um “outro”, ou seja, um parceiro.

**c) Regulamentação:**

- A participação, além de voluntária, não pressupõe arranjos prévios.
- A parceria, além de voluntária, é regida por acordos claros, estabelecidos previamente.

No âmbito deste Manual, sugere-se que os processos de participação e parceria sejam desenvolvidos com base nos seguintes princípios:

- Reconhecimento dos interesses comuns;
- Reconhecimento dos interesses divergentes;
- Representatividade dos interesses;
- Estabelecimento de compromissos e responsabilidades;
- Transparência na tomada de decisões;
- Legitimidade nas relações, onde entende-se por relações legítimas aquelas que são autênticas (que se estabelecem por iniciativa própria de todos os envolvidos, sem falsa representação), ou que são orientadas por documento legal (por exemplo, contrato);
- Respeito pleno à autonomia dos parceiros, entendendo-se por autonomia o direito do indivíduo ou do grupo de criar e/ou escolher as normas e acordos que regem a sua conduta;
- Respeito pleno ao direito de ser escutado e de escutar.

Porém, participação e parceria são processos recentes em nossa cultura, sem ainda integrar a identidade cultural brasileira, não sendo ainda componentes estruturais da maneira de produzir e de ser das pessoas. Isso dificulta o desenvolvimento de processos participativos em grupos de pessoas no âmbito de comunidade.



Para o ecoturismo de base comunitária, a participação dos moradores locais é premissa para assegurar a legitimidade, a representatividade e o sucesso nas ações do projeto. Por sua vez, o estabelecimento de parcerias é um instrumento capaz de viabilizar ações.

Para que uma comunidade se sinta como tal – isto é, aquela que tenha consciência de sua trajetória histórica e de sua potencialidade, que saiba realizar escolhas com autonomia e que desenvolva ações para concretizar essas escolhas – é necessário que possua suficiente identidade de grupo. Sem identidade de grupo não há comunidade, mas um aglomerado de pessoas. Essa identidade é criada na cultura, expressa nas formas de produzir e sobreviver, de refletir sobre a própria vida. As duas dimensões da cultura – material e simbólica – refletem o que há de mais visível na identidade cultural. Por isso, a reflexão e elaboração de estratégias para tornar visível a identidade cultural da comunidade, assim como estimular o aprofundamento dos aspectos da participação e parceria, devem ser preocupações daqueles que trabalham o ecoturismo de base comunitária.

As estratégias apresentadas neste capítulo, que fazem parte do método de pesquisa participativa, têm-se revelado um bom instrumento de apoio ao processo de tornar visível

a identidade cultural. Como parte deste instrumento, o diagnóstico participativo é elaborado no interior de uma comunidade para revelar as características, causas, consequências e atores sociais presentes no seu problema. O método estimula uma prática geradora de mudança na percepção e na atitude das pessoas perante os problemas e seus fatores determinantes. Assim, além de tornar a identidade cultural existente, o método também permite que se vá gerando uma cultura – e uma identidade cultural – participativas.

### III. Caixa de Ferramentas

Algumas estratégias consideradas essenciais para o desenvolvimento de processos de participação e parceria são:

1. *Mapeamento de dados secundários.*
2. *Estabelecimento de mecanismos claros e contínuos de informação e comunicação.*
3. *Promoção do conhecimento mútuo entre as pessoas.*
4. *Introdução à pesquisa participante: construindo uma equipe de trabalho.*
5. *Diagnóstico participativo ou avaliação sociocultural participativa rápida.*
6. *Apresentação do projeto para a comunidade.*
7. *Planejamento participativo.*
8. *Integração de ações.*
9. *Legitimidade do processo.*
10. *Monitoramento e avaliação.*
11. *Parcerias no processo participativo.*

#### 1. *Mapeamento de dados secundários*

O primeiro passo de um trabalho comunitário participativo é o levantamento de informações sobre o lugar, o processo de ocupação e a organização do espaço: quem são, onde moram, como moram, quantos são, onde fazem suas preces, onde se reúnem e por quê; enfim, como vivem os membros da comunidade com a qual se pretende interagir num processo participativo e de parceria.

Esse mapeamento é feito por meio da coleta, organização e análise de dados secundários relacionados à história da área e da comunidade: geografia, recursos naturais, demografia, escolaridade, faixa de renda, condições de moradia, de saúde, atividades produtivas, festas locais, conflitos culturais históricos ou processos de mudança sociocultural em andamento, e outros aspectos relevantes.

Ao longo do levantamento, também é necessário identificar as instituições governamentais e não-governamentais que atuam na região – sua missão, seus objetivos e sua forma de atuação – listando as possibilidades de parcerias quando seus objetivos coincidirem.

#### 2. *Estabelecimento de mecanismos claros e contínuos de informação e comunicação*

O estabelecimento de canais de comunicação e informação adequados entre as diversas partes envolvidas é um dos maiores desafios na condução de um processo participativo. Em avaliações de projetos, é constante a identificação da comunicação inadequada ou insuficiente como causa de vários problemas de participação ou conflito entre parceiros.

É comum a confusão entre informação e comunicação. Informação constitui-se de um dado, uma mensagem transmitida de um indivíduo a outro numa via de mão única. A comunicação pressupõe troca de mensagens – ou informações – entre emissor e receptor, para que seja estabelecido um entendimento conjunto. Ou seja, a comunicação é uma via de mão dupla, que envolve não só o transmitir, mas também o receber, compreender e refletir.

Em conseqüência, a comunicação deve usar linguagem e meios adequados à compreensão dos diferentes atores envolvidos. Deve também considerar que quanto maior o acesso às informações envolvidas no processo de comunicação, melhor será o potencial de compreensão mútua.

Outro fator determinante é que a necessidade de mecanismos adequados de comunicação não se inicia com a aprovação de um projeto ou a formalização de uma parceria, mas já nos primeiros contatos com a comunidade. Ao abrir caminhos na comunidade na busca de aliados para o desenvolvimento do ecoturismo de base comunitária, deve-se atentar para que a relação seja baseada em mecanismos de comunicação mutuamente adequados. É importante escutar o outro, mas também criar condições para que a comunidade se escute, o pesquisador se escute, vendo-se através do entendimento que os outros expressam.

Uma vez que os contatos tenham evoluído para o estabelecimento de parcerias mais claras e estruturadas, até mesmo formalizadas, é necessário considerar mais alguns fatores. Um deles é a necessidade de compartilhamento dos resultados, dificuldades e sucessos de todas as partes da parceria, e também de refletir coletivamente sobre os interesses comuns, os objetivos de cada um, os rumos da parceria, as visões de rumos futuros. Esses fatores mantêm a comunicação atualizada e contribuem para se evitar ou mesmo resolver eventuais conflitos.

Outro fator é a necessidade de mecanismos sistemáticos de visualização global dos estágios do trabalho em parceria. Esses mecanismos devem se adequar às características de todas as partes envolvidas e, uma vez estabelecidos, é muito importante manter a sua continuidade.

### *3. Promoção do conhecimento mútuo entre as pessoas*

Uma vez conhecido o perfil “oficial” da comunidade, deve-se conhecer sua identidade, diversidade e dinâmica, aquilo que a movimenta, que a atrai, como está organizada, quais são seus líderes formais e informais. É nesse processo, que ocorre em diferentes situações de encontro com a comunidade, que se inicia, espontânea e

informalmente, a introdução dos temas relacionados ao ecoturismo. É preciso identificar dentro da comunidade os pontos de unidade e os focos de conflitos relacionados ao tema, direta ou indiretamente.

Nesta fase inicia-se a formação do grupo de trabalho local – comunitário –, ou seja, o **grupo fonte**. Esse grupo será formado pelos aliados naturais encontrados durante as visitas iniciais, as pessoas sensíveis às necessidades de mudanças, receptivas à criação de uma alternativa conservacionista sustentável para a geração de renda (o ecoturismo de base comunitária) e sensíveis à necessidade de organização social. Valendo-se de técnicas de comunicação clara, especialmente a escuta cuidadosa da fala do outro e o esclarecimento mútuo do que se escuta, os vínculos entre o pesquisador – ou equipe externa – e a comunidade vão sendo criados.

As associações de moradores e outras formas de organização social pré-existentes têm-se revelado boas portas de entrada para o início do processo de conhecimento entre os atores. Nesse estágio do contato – conhecimento mútuo – é bom aprofundar o conhecimento sobre a identidade e linguagem locais. O estabelecimento de práticas claras de comunicação depende de uma boa compreensão desses aspectos da comunidade.

Durante o contato inicial com a sociedade civil organizada, os assuntos que deverão ser foco de conhecimento mútuo são a missão, objetivos, interesses locais e forma de atuação de cada instituição, especialmente da instituição que se aproxima da comunidade. Ao abordar o tema do ecoturismo, é recomendável evitar o uso de conceitos não compreensíveis para a comunidade, ou utilizar clichês do discurso do desenvolvimento socioeconômico. Por exemplo, ao invés da expressão “qualidade de vida”, deve-se abordar os elementos que compõem o conceito de “qualidade de vida”: trabalho, saúde, escola, segurança, lazer, água, expectativa de vida, etc. Os temas abordados devem ser facilmente identificados e contextual-

izados pela própria comunidade, sem um filtro conceitual externo a eles.

Apesar de a sociedade civil organizada ser uma porta de entrada eficiente e acessível, a equipe necessita abordar a comunidade por outros ângulos, buscando não só conhecer as diversas faces inerentes a qualquer comunidade, como também fazer-se conhecer por diversos grupos em diversos contextos. Neste sentido, uma outra excelente porta de entrada é a participação em

festas locais, que permitem o contato não formal entre a equipe e a comunidade, oferecendo a oportunidade de participação mútua em atividades relacionadas à festa. Na descontração do evento, a equipe tem a oportunidade de mostrar-se como um “vizinho” potencial. Permite também o registro das pessoas e da cultura por meio de diversos instrumentos (fotografia, filmagem, gravação, desenhos, registros escritos, etc.).

### COMO INICIAR CONTATOS COM UMA COMUNIDADE

#### EXEMPLO:

OS EXEMPLOS E ESTRATÉGIAS ABAIXO SÃO ÚTEIS PARA TODOS OS TRABALHOS COM A COMUNIDADE E NÃO SÓ PARA OS MOMENTOS INICIAIS.

- a) *Visitar a comunidade em data festiva e participar dos eventos de comemoração. Fotografar pessoas, casas, decoração; filmar apresentações; gravar discursos.*
- b) Voltar à comunidade em oportunidade a mais próxima possível para trazer fotos e outros materiais.
- c) *Fazer contato com associações, escolas e/ou igrejas, postos de saúde, postos da guarda florestal e lideranças formais: professores, pastores, padres e seus representantes locais, agentes de fiscalização, dirigentes comunitários, agentes de saúde.*
- d) Apresentar-se, falar do trabalho que faz, deixar material institucional, pedir espaço para organizar uma exposição das fotos, convidar para ver.
- e) *Organizar a exposição com a ajuda dos que estiverem em volta e daqueles que conheceu na primeira visita.*
- f) Desenvolver atividade de arte-educação com as pessoas disponíveis e/ou interessadas (jovens, mulheres e crianças).
- g) *A todo momento, aprofundar o conhecimento: durante o cafézinho, visitas, bate-papo, futebol, sala de costura, troca de receitas, etc. Conversar, perguntar, escutar muito. Permitir que o morador, ao falar, se escute.*
- h) Criar um ponto de encontro, que pode ser até a varanda de onde se hospeda, por exemplo.



## ESTUDO DE CASO

### UMA EXPERIÊNCIA DE ECOTURISMO COMUNITÁRIO NA AMAZÔNIA BRASILEIRA, SILVES, AM

*PARTICIPAÇÃO E PARCERIA – UM TRABALHO COM ENTIDADES  
E COMUNIDADES RIBEIRINHAS*

**E**m busca de auto-sustentabilidade para as atividades de conservação, a Associação de Silves pela Preservação Ambiental e Cultural (ASPAC), com o apoio do WWF-Brasil, investiu no ecoturismo, construindo o Hotel Aldeia dos Lagos, e oferecendo um produto ecoturístico que envolvesse as comunidades de Silves e de outras ilhas da Reserva. O projeto de preservação dos lagos envolve educação ambiental, desenvolvimento comunitário e administração, sendo que o ecoturismo, de um jeito ou de outro, guia todos os objetivos e ações do projeto.

Primeiramente, a direção da Associação apresentou a proposta de operação de ecoturismo pela comunidade local como forma de geração de recursos tanto para o sustento da própria comunidade quanto para a conservação dos lagos.

Logo após esse contato inicial, foi feito um trabalho de pesquisa sócio-econômica. Ao começar o projeto de ecoturismo, realizaram-se novas visitas às localidades para desenvolvimento de produto, com “olhos de visitante”. Foram construídos roteiros ecoturísticos, operados pelas comunidades da forma que elas decidiram. A partir daí, as visitas passaram a ser sistemáticas, especialmente para o programa de educação ambiental, de conservação dos lagos e para a organização das atividades de ecoturismo.

A única experiência da comunidade com visitação era associada ao turismo tradicional. Assim, a maior dificuldade da ASPAC foi justamente diferenciar o ecoturismo do turismo convencional. Para facilitar a compreensão e romper preconceitos, o ecoturismo foi apresentado como uma proposta de turismo diferente, consciente, de valorização das pessoas, cultura e mão-de-obra regionais, e com o princípio da participação direta das comunidades envolvidas.

Os resultados têm se mostrado positivos. A ASPAC e o projeto de ecoturismo desfrutam de maior credibilidade junto às comunidades, passando a ter o apoio político das mesmas. Com isso, alguns comunitários que antes não acreditavam no ecoturismo hoje estão envolvidos nas atividades do projeto.

Para atingir os objetivos, foi muito importante ter alguém experiente e confiável para fazer os contatos com as comunidades. Neste caso, duas pessoas da própria comunidade, que já tinham uma boa experiência em trabalhos comunitários, receberam treinamento específico para o projeto. Essas pessoas são fundamentais para todo o processo.

Quando se chega a um povoado, uma família, uma comunidade, é necessário ter firmeza sobre o projeto e as informações que serão trocadas. É importante ter a noção da permuta, saber ouvir, querer aprender, valorizar a comunidade, o conhecimento das

peças e os valores regionais. Mas também deve-se ter objetividade em relação às propostas do projeto e, principalmente, não acrescentar nada que não esteja dentro do possível, não agir como político, fazendo promessas. É também muito importante trabalhar as expectativas das pessoas, deixando claro que nada acontecerá instantaneamente, que são ações de longo prazo e que é um processo de aprendizagem para todos, inclusive técnicos e especialistas.

Finalmente, para otimizar trabalho e resultados, nas reuniões com as comunidades deve-se buscar o máximo de participação possível, não só das lideranças de cada comunidade. Para que isso ocorra, é importante considerar o calendário, o ritmo e os costumes da comunidade em questão, escolhendo a melhor forma, o melhor dia, local e hora para a reunião.

#### 4. Introdução à pesquisa participante: construindo uma equipe de trabalho

**D**urante o trabalho de conhecimento mútuo, a equipe deve estar atenta para a identificação de indivíduos da comunidade que possam formar o grupo fonte. Depois disso, devem ser realizadas atividades que acarretem e facilitem a formação do grupo, criando laços e identificação entre eles.

Este é o início do diagnóstico participativo – também chamado de avaliação socio-cultural participativa rápida, ou ainda sondagem exploratória participativa. O trabalho pode ser realizado num fim de semana, envolvendo as seguintes atividades:

**a)** Distribuir máquinas fotográficas descartáveis entre os moradores já amigos (sempre privilegiando jovens, mulheres e crianças), prováveis formadores do núcleo de apoio local, ou o grupo fonte.



Máquinas fotográficas descartáveis, filmadora e gravador são apenas algumas das possibilidades, de efeito ímpar, mas não as únicas. O mesmo processo pode ser desencadeado, por exemplo, via desenhos, construção de mapas, esculturas, painéis, entrevistas escritas, entre outros.

**b)** Pedir que façam fotos temáticas da comunidade: pontos de beleza cênica, pontos de problemas, lazer, trabalho, pessoas mais antigas do lugar, pessoas mais jovens do lugar, recém-nascidos, espaços e/ou construções comunitárias importantes (hortas, oficinas), pontos de encontro (escola, posto de saúde, barracão comunitário), etc.

**c)** Com uma filmadora e alguns gravadores, pedir e fornecer orientações básicas para que entrevistem:

- As autoridades e/ou lideranças do lugar (o grupo é que decide quem são as autoridades e/ou lideranças comunitárias), indagando-lhes sobre sonhos, projetos e dificuldades.
- As pessoas que sabem as histórias, as lendas e os “causos” do lugar.
- Os elementos do grupo fonte entre si, fazendo-lhes indagações semelhantes.

**d)** Fotografar o grupo em ação.

**e)** Recolher e organizar o material, sempre coletivamente: distribuir tarefas, estabelecer prazos e organizar/executar a edição artesanal e cooperativa, do Livro da Comunidade.

**f)** Produzir mais de um exemplar do livro para distribuir na biblioteca da escola, nas associações e nos pontos de referência comunitária.

Desse modo, não só a **comunicação** está se processando, mas também a **cooperação**,

a **articulação** e alguns processos inconscientes de conquista, manifestados na produção individual e coletiva, visual e escrita do conhecimento acerca do lugar (avaliação sociocultural participativa rápida ou auto-diagnóstico participativo). Além da comunicação, esses elementos são cruciais na geração e manutenção dos processos de participação e parceria.

g) Realizar uma oficina comunitária de duas ou três horas para apresentar e entregar o material produzido. Durante a oficina, a equipe de trabalho se apresenta, expõe e entrega os materiais, e explicita a proposta de trabalho do projeto.

- ☐ Nutrir atenciosamente o grupo fonte: o entusiasmo desse grupo é o referencial local para os efeitos demonstrativos e de multiplicação.
- ☐ Priorizar contatos com as lideranças identificadas na sondagem.
- ☐ Trabalhar com palavras e conceitos que tenham significado na realidade local.

As etapas de mapeamento, conhecimento mútuo e formação da equipe de trabalho (grupo fonte) requerem tempo e disponibilidade de pessoal. O pesquisador ou equipe de trabalho que conduz o processo deve buscar o equilíbrio entre a necessidade de cumprir um planejamento próprio para o desenvolvimento do projeto e o ritmo do processo de abordagem.

#### 5. Diagnóstico participativo ou avaliação sociocultural participativa rápida

A partir deste ponto, o grupo fonte provavelmente já se criou e há um número mínimo de moradores (cinco é um bom número para começar), atraídos pelo movimento do pesquisador e dispostos a se articular com ele. Esta é a condição para dar seqüência aos procedimentos da pesquisa participativa, com a elaboração do diagnóstico participativo ou avaliação sociocultural participativa rápida.

O diagnóstico participativo é realizado por meio dos seguintes passos:

- a) Identificar as lideranças da comunidade: munindo-se das fotos das lideranças pré-identificadas, fazer um levantamento junto aos diversos membros da comunidade, escolhidos aleatoriamente mas de forma a assegurar representatividade dos segmentos pré-diagnosticados. Mostrando as fotos, perguntar aos entrevistados quem eles chamariam para coordenar um trabalho.
- b) Elaborar mapas ou esquemas, mentais ou falados, que refletem a situação local.
- c) Realizar o levantamento de informações para a pesquisa de percepção, atitudes e valores ambientais. A seguir, exemplo de um questionário para este fim:

Na proposta deste Manual a equipe de trabalho/pesquisa participante é constituída pelos pesquisadores do projeto e seus aliados locais, o *grupo fonte*, em procedimentos permanentes de apoio mútuo, discutindo, analisando, construindo juntos o conhecimento sistemático acerca do lugar. E devem ser simultaneamente estimulados em *oficinas* de atividades de auto-descoberta e crescimento pessoal, com técnicas que facilitem a transformação do grupo inicial em equipe de trabalho, atendendo ao conjunto das expressões emocionais presentes e em elaboração.

Na abordagem, é importante que o pesquisador de campo sempre esteja sintonizado com aquilo que o identifica com o lugar e com as pessoas do lugar:

- ☐ São percepções-chaves: como me reconheço no outro, como me sensibilizo e me envolvo com a realidade do outro e da comunidade.

## EXEMPLO:

FORMULÁRIO PARA PESQUISA  
DE PERCEPÇÃO AMBIENTAL EM UMA COMUNIDADE**Instrumento para coleta de dados sobre percepção ambiental**

DADOS PESSOAIS: Gênero: Feminino ( )  
Masculino ( )  
Idade \_\_\_\_\_ Há quanto tempo mora aqui \_\_\_\_\_  
Onde nasceu \_\_\_\_\_

1. Feche os olhos, pense na Ilha das Peças. Qual a primeira imagem ou palavra que vem a sua cabeça?
2. Descreva a Ilha das Peças para alguém que ainda não conhece o lugar.
3. O que você colocaria (+) na Ilha das Peças?
4. O que retiraria (-) da Ilha das Peças?
5. O que você faz em seu tempo livre?
6. “Bem estar” é uma palavra que te lembra o quê?
7. “Progresso” é uma palavra que te lembra o quê?
8. Para você, é importante a existência do Parque Nacional do Superagüi?  
Sim ( ) Não ( )
9. Você mora no entorno do Parque Nacional do Superagüi. Que influência tem este fato em sua vida?
10. Uma catástrofe eliminou a comunidade e o lugar. Reconstrua-o (desenhando ou escrevendo).

**d)** Realizar o levantamento de informações para a pesquisa sobre identidade cultural dos moradores do lugar. Vejam, na página a seguir, um exemplo de instrumento para realizar esta etapa

**e)** Identificar e descrever o movimento da comunidade, seus problemas ambientais, causas e conseqüências.

**f)** Identificar as necessidades de geração de renda.

**g)** Investigar alternativas ambientalmente sustentáveis para a geração de renda.

**h)** Realizar um inventário participativo dos recursos naturais, plotando os dados em mapas mentais e/ou falados ou construindo maquetes (ver capítulo *Levantamento de Potencial Ecoturístico / Inventário*).

**i)** Realizar levantamento da percepção da comunidade em relação às instituições

que atuam no lugar: o quê faz e como faz cada instituição existente, do ponto de vista da comunidade.

**j)** Realizar levantamento da percepção de **cada instituição** a respeito de si mesma e das demais – o que faz, como faz e se faz bem feito.



Todo o material produzido deve ser discutido com o grupo fonte (que eventualmente vai crescendo), de modo que tanto a produção quanto a apropriação do conhecimento sejam coletivas e qualificadoras, características da pesquisa participante.



será preparada a versão definitiva do material, em duas formas: uma em linguagem técnica, para uso institucional, e outra para divulgação e uso prático da comunidade.

Como parte final dessa oficina, deve ser resgatada e formalizada a proposta do projeto do ecoturismo de base comunitária, e definidas as pessoas sensíveis ao seu desenvolvimento e dispostas a trabalhar nele, juntando-se ao grupo fonte.

### 6. Apresentando o projeto para a comunidade

Uma vez atualizado o grupo fonte, sua primeira tarefa deve ser produzir e realizar uma oficina de sensibilização especialmente voltada para o projeto. A oficina deve ser fartamente ilustrada com fotos, filmes, livros e outros relatos de experiências afins – bem e mal sucedidas – para serem dissecadas em equipe. Esta oficina deve ser conduzida por um facilitador, tendo como pano de fundo a realidade do lugar, investigada e sistematizada no diagnóstico participativo.

Como resultado dessa oficina deve-se buscar a definição e realização de uma programação de intercâmbio: promover visitas de observação e aprendizagem a lugares onde experiências semelhantes se desenrolam e receber pessoas de outras comunidades com atividades afins para ouvir sugestões. Assim, inicia-se um processo participativo de tomada de decisões, planejamento e administração do ecoturismo na comunidade, configurando uma sistemática de gestão igualmente participativa.

### 7. Planejamento Participativo

Os processos de conhecimento mútuo, mapeamento e diagnóstico participativo preparam o cenário para a gestão participativa do projeto que se pretende realizar com a comunidade. No âmbito deste Manual, gestão participativa é um sistema coletivo de gerenciamento em que o grupo

responsável pela execução da atividade também responde pela sua concepção, planejamento e administração. Essa forma de gestão estimula uma compreensão de sucesso que vai além da excelência do serviço oferecido e da fonte de receita, incorporando, no conceito, bem-estar e qualidade de vida – tanto pessoal quanto comunitária –, e requer mobilização e participação de todos os envolvidos.

O planejamento participativo é a coluna vertebral do processo de gestão participativa. Sua realização é feita com a participação do grupo fonte e outros moradores interessados, com base na proposta elaborada nas etapas anteriores, valendo-se do diagnóstico participativo como subsídio.

A partir do conhecimento da proposta (passos 5 e 6), uma oficina de planejamento com o grupo fonte definirá:

- Objetivos** (o quê se quer).
- Metas** (distribuição do planejamento no tempo: período a período, o produto intermediário esperado).
- Atividades** (ações desejadas e priorizadas).
- Indicadores** (quais fatos ou situações indicarão que o objetivo foi atingido).
- Divisão de responsabilidades** (quem faz o quê, quando, com quem).
- Recursos necessários**, incluindo necessidades de capacitação.

É desejável que o planejamento seja precedido e acompanhado internamente por mecanismos de comunicação e informação, e externamente por mecanismos de documentação e análise da sustentabilidade da atividade (ver capítulo *Viabilidade Econômica*).

O planejamento deve ser conduzido por meio de uma dinâmica de grupo onde todos participem, valendo-se de técnicas de visualização do andamento da oficina para facilitar o trabalho conjunto e a elaboração de propostas de consenso. Esse registro visual dos trabalhos favorece a racionalização e objetividade das discussões, ao mesmo tempo que possibilita o seu aprofundamento. Isso porque funciona como ajuda-

memória das afirmações, divergências e conclusões, que em discussões posteriores podem ser recuperadas para evitar a repetição dos mesmos argumentos.

Sugere-se o uso da técnica de cartões retangulares de papel medindo 10cm x 20cm (tarjetas), apresentados por grupos de cores, onde são registradas palavras-chaves ou frases curtas que sintetizam o pensamento expressado. As diferentes propostas frequentemente geradas por meio de “chuva de idéias”, são anotadas em cartões posteriormente fixados em painéis (com fita crepe, ímã) para que possam ser vistos por todos os participantes. Além das cores diferentes, os cartões podem ser cortados em diferentes formatos a partir do retângulo padrão. Estas diferenças ajudam a apresentação hierarquizada de informações e ainda a visualização do processo de síntese. Idéias inicialmente conflitantes ou que num primeiro momento interrompem a fluência do encaminhamento vão para um canto específico (“geladeira ou estacionamento de idéias”) para serem oportunamente retomadas.

Essa técnica é democrática em três níveis essenciais:

- ❑ Favorece a igualdade entre participantes, pois dá o mesmo destaque às idéias expressadas por todos.
- ❑ Estimula a participação de pessoas tímidas ou que têm dificuldades em expressar publicamente sua opinião, pois os cartões podem ser escritos individualmente, sem identificação de quem escreveu, e geralmente são mesclados antes de serem apresentados ao grupo maior. Em outras palavras, a técnica assegura relativo anonimato, por vezes essencial em situações de resolução de conflitos.
- ❑ Permite o exercício em grupo da análise e síntese de idéias, assim como resolução de conflitos, favorecendo não só a construção de um produto gerado por todos, mas também a percepção pelos participantes de que o produto é coletivo.

É indispensável a presença de um facilitador para acompanhar as atividades durante

todo o desenrolar dos trabalhos, conduzindo, passo a passo, sua seqüência, estimulando a participação, distribuindo e coordenando tarefas, despertando as memórias, recuperando as relações entre eventos e pessoas, mantendo o cumprimento dos horários.



O trabalho com tarjetas pressupõe que o grupo que participa da oficina sabe ler e escrever. O uso deste meio para um grupo onde há elevado número de pessoas que não possuem essas habilidades, além de improdutivo, pode tornar-se um fator para o retraimento daqueles que não conseguem acompanhar o trabalho. Em grupos onde há casos isolados de analfabetismo, o facilitador pode ajudar diretamente essas pessoas. Para verificar se todos sabem ler e escrever, pergunte a alguém do grupo fonte que conheça bem os demais, como por exemplo, um(a) professor(a).

### 8. Integração de ações

A gestão participativa requer ações articuladas e convergentes dentro da comunidade: ações de escolas, igrejas, associações de moradores e outras organizações sociais existentes, instituições governamentais e setor produtivo organizado. Para que isso seja possível, é necessário não só que os integrantes do grupo fonte estejam atentos para as ações de outras instituições de que participam ou têm conhecimento, mas principalmente a comunicação entre os grupos, de forma a otimizar o trabalho de todas as instituições e evitar duplicação de esforços.

Em casos onde esse processo de comunicação e integração entre diferentes instituições atuantes em uma mesma região já se encontra relativamente cristalizado, pode-se promover a formação de conselhos ou grupos de trabalho em nível institucional.

## ESTUDO DE CASO

RESERVAS EXTRATIVISTAS  
DE PEDRAS NEGRAS E CURRALINHO

## UM EXEMPLO DE PROJETO DE ECOTURISMO EM RONDÔNIA

## EXPECTATIVA E MOTIVAÇÃO

**Q**uando se trabalha com comunidades, é muito difícil manter ou controlar a fase de motivação e um trabalho mal feito pode levar rapidamente ao desânimo e descrédito. Nas Reservas Extrativistas Estaduais de Pedras Negras e Curralinho (RO), onde as necessidades básicas são urgentes, tomou-se o cuidado de, junto com a comunidade, definir muito bem todas as etapas a serem cumpridas, desde o momento de apresentação do projeto.

Sempre foi dada atenção especial ao esclarecimento das dificuldades e do tempo necessário para avaliação, aprovação e liberação de recursos, que podem demorar anos. Durante o período de espera, o contato com a comunidade continuou a ser mensal ou bimestral. Algumas atividades foram realizadas, mesmo com poucos recursos, para que a organização comunitária se fortalecesse, e para que a população sentisse a seriedade do projeto e das pessoas envolvidas, evitando o desânimo.

Assim, construiu-se um pomar comunitário, uma casa teste para receber os primeiros visitantes, uma operação turística demonstrativa e teve início o processo de capacitação e treinamento.

Após a inauguração da Pousada Pedras Negras, foram utilizadas as mesmas estratégias, visto que a demanda não chegou de modo satisfatório nos primeiros meses.

Dependendo do esforço de marketing disponível, a comunidade tem que estar esclarecida de que a consolidação do produto dar-se-á em alguns meses e até anos. No mundo dos negócios, e dentro de padrões de investimentos normais, nenhum projeto apresenta balanço financeiro positivo antes de dois anos. No ecoturismo, produtos novos, autênticos e originais podem ter resultados positivos mais cedo. Porém, isso não deve ser encarado como regra.

### 9. Manutenção da legitimidade do processo

**A** participação efetiva dos diferentes segmentos da comunidade, por meio de representantes por eles reconhecidos como tal (o reconhecimento de lideranças sugerido no diagnóstico participativo identifica essas representações), é o que confere legitimidade às decisões do grupo, reconhecendo sua pertinência e autoridade nos procedimentos e nas pessoas.

Assegurada a representação dos setores

relevantes, e iniciados os trabalhos de planejamento e gestão do projeto, a comunicação torna-se um fator crítico para a manutenção da legitimidade estabelecida. Um processo participativo deve contemplar mecanismos de checagem da representatividade dos indivíduos que atuam em nome de grupos. Para isto, sugere-se ampla divulgação na comunidade, dando aos representantes a oportunidade de se inteirar sobre o andamento do projeto por meio de outras fontes além de seus representantes. Os mecanismos podem ser:



- ❑ Encontros informais ou formais periódicos sobre o andamento dos trabalhos.
- ❑ Murais em pontos de encontro.
- ❑ Spots (breves mensagens) em programas de rádio.
- ❑ Atividades internas de treinamento em ação (um grupo de guias conduzindo moradores do lugar pelos caminhos do ecoturismo local).
- ❑ Geração de benefícios para a comunidade como um todo.
- ❑ Oportunidades de trabalho e renda para grupos cada vez maiores de pessoas.

### 10. Monitoramento e avaliação

**A** elaboração de um sistema de monitoramento e avaliação do projeto, com a definição de indicadores – ou seja, listagem de indícios objetivos e observáveis, que possibilitem o acompanhamento da implementação do projeto – é fundamental para corrigir ou redirecionar ações durante o processo de implementação. O monitoramento e a avaliação visam prevenir erros de encaminhamento ou de rumo antes que se tornem irreparáveis. Visa também otimizar ações positivas e atualizar o planejamento (estratégias, abordagem, parcerias, etc.).

Para montar um sistema de monitoramento, é preciso:

- a) Consultar os objetivos, metas, atividades e indicadores planejados na etapa 8 acima.
- b) Definir os meios de verificação de cada indicador, avaliando sua viabilidade em termos de quantidade de esforço e de recursos financeiros. Indicadores inviáveis devem ser eliminados.
- c) Elaborar instrumentos de coleta e registro de dados.
- d) Elaborar procedimentos para a sistematização e avaliação periódicas, respeitando o processo participativo.
- e) Elaborar plano de monitoramento, com a periodicidade de coletas, registro dos dados e os responsáveis.
- f) Realizar treinamentos e exercícios práticos para os responsáveis pela coleta e registro de dados.

- g) Realizar treinamentos e exercícios práticos para o grupo fonte sobre como utilizar os resultados do monitoramento para avaliações em curso do projeto.

No estabelecimento do sistema de monitoramento, a elaboração de indicadores é provavelmente a etapa que exige maior cuidado. No capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos de Visitação* o tema é discutido em mais detalhes, incluindo as características de um bom indicador e a elaboração de instrumentos de coleta, registro e análise dos dados verificados. Entretanto, recomenda-se a consulta à bibliografia especializada.

### 11. Parcerias no processo participativo

**P**essoas e grupos se encontram, se separam, se aliam e se confrontam, criam laços, se organizam de diversas maneiras. Uma delas é o estabelecimento de parcerias para levar adiante projetos, qualificar um processo, realizar sonhos comuns.

A parceria ocorre quando, no mínimo, duas pessoas ou grupos com interesses comuns ou complementares estabelecem acordos de cooperação mútua e se comprometem com a sua realização.

Ainda que compromissos acordados sejam pré-requisitos para a parceria, nem todas as parcerias precisam ser formalizadas. Em cada situação é preciso analisar as vantagens e desvantagens de se formalizar uma parceria. Por exemplo, quando a experiência da ação cooperativa é apenas inicial, sem nitidez de perdas e ganhos ou da reciprocidade possível, a formalização da parceria pode inibir a ação de um ou de outro parceiro. Isto porque acordos têm um tempo e um ritmo para serem definidos. Deve-se estar atento para decidir o momento ou a situação oportuna para a formalização da relação. Por outro lado, é possível, por vezes, que uma parceria longa e produtiva nunca chegue a ser formalizada.

Entretanto, há situações em que a formalização é recomendada:

- Quando o compromisso estabelecido é institucional e é necessário garantir a continuidade do processo.
- Quando uma das partes é governamental.
- Quando há recurso financeiro envolvido.
- Quando há produção conjunta de conhecimento técnico.
- Quando a formalização gera benefícios políticos ou institucionais mútuos, internos e externos.

Há diferentes instrumentos legais para a formalização de parcerias:

- Acordos de cooperação.
- Convênios.
- Termo de compromisso.
- Contrato de prestação de serviços.
- Carta de intenções.
- Termo de Cooperação “guarda-chuva” (vinculado a planos de trabalho ou termos aditivos).

Há diversos modelos para cada um desses tipos de contrato. Quando uma das partes ou ambas possuem um padrão, é importante negociar os termos e, eventualmente, gerar um terceiro contrato que atenda aos interesses dos parceiros. Nas parcerias com o setor governamental, em que é obrigatório o uso do modelo oficial, é importante negociar a flexibilização das cláusulas tendo como parâmetro o histórico e as necessidades do grupo.

Alguns cuidados devem ser tomados na formalização de uma parceria:

- Definir os termos do acordo com cuidado para torná-los claros e práticos.
- Elaborar cláusulas pensando no contrato como um instrumento de resolução de possíveis conflitos, como por exemplo propriedade intelectual, aplicação de recursos financeiros, etc.
- Rever e ratificar compromissos, responsabilidades, competências, deveres e acordos de planejamento.
- Incluir cláusulas de rescisão, aditamento e prazo de vigência do contrato.

## 12. A constituição formal de grupos de interesse

No processo de desenvolvimento do ecoturismo de base comunitária, é comum que sejam formados grupos de interesse, seja de membros da comunidade que trabalham em um mesmo segmento de serviços de ecoturismo (por exemplo, guias locais, donos de pousada, restaurantes, etc.), seja de pessoas envolvidas no gerenciamento de um negócio de propriedade coletiva (por exemplo, a Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos em Silves). Por vezes podem-se também formar grupos compostos dos moradores de uma determinada região da comunidade ou município. Há uma diversidade de possíveis grupos. Em alguns casos, como nos dois primeiros tipos mencionados (segmento de serviços e gerenciamento de negócio) é importante que o grupo seja formalmente organizado e juridicamente constituído, seja como uma organização não governamental (por exemplo, uma associação), uma cooperativa, uma microempresa, ou outra pessoa jurídica da sociedade civil. Dessa forma, o grupo passa a constituir uma instância de poder com competência e autoridade reconhecidas (tanto internamente na comunidade quanto externamente junto a governo e outras entidades da sociedade civil).

Deve atentar-se, entretanto, para o momento adequado para a formalização da instituição e para o processo pelo qual isto é feito. Uma instituição formal só deve ser constituída por iniciativa dos seus membros. A definição de missão, objetivos, estratégias e composição de membros deve ser feita internamente ao grupo. Geralmente técnicos de instituições governamentais ou não governamentais têm orientado grupos comunitários para a formalização de instituições de forma a facilitar o acesso a crédito, a programas governamentais, ou para pressionar a comunidade ao trabalho em grupo. Entretanto, como vimos no começo deste capítulo, o trabalho em grupo, participativo, só é possível quando há um amadurecimen-

to da identidade do grupo e das relações existentes nele.

Para a criação de instituições locais, especialmente associações e cooperativas, recomenda-se a consulta ao SEBRAE regional. Essa entidade não só orienta tecnicamente a criação de instituições, mas também oferece cursos de capacitação para o seu gerenciamento.

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

Sensibilização da comunidade e preparação da equipe de trabalho são o fio condutor de um processo que tem na participação e mobilização comunitárias a chave do sucesso.

Convém destacar que o projeto se propõe a realizar um trabalho com os moradores interessados e não para eles. Isso é particularmente importante no processo de desenvolvimento do ecoturismo, em que a invasão cultural não é apenas um risco, mas quase uma contingência. Deve-se ter cuidado para não atropelar valores e espaços constituídos na comunidade antes de sua chegada. As trocas culturais sempre ocorrerão, mas devem ser resultado de processos de afinidades e escolhas, nunca imposições. “Respeito” é uma palavra-chave.

Mesmo no turismo denominado ecológico, ou ecoturismo, a atividade pode gerar o afastamento das comunidades nativas, expropriando-as e desrespeitando-as em seus locais de residência, dando início a um processo de marginalização e subvalorização.

Apesar do discurso promovido por empresas de turismo, a atividade turística não tem predominantemente valorizado o que o lugar a ser visitado tem de diferente, na sua especificidade, vegetação, hidrografia, relevo, seu povo e a sua cultura, a música, seus hábitos, a culinária local. Entretanto, a cultura é a “ponte” que pode gerar o respeito entre as populações de diferentes origens. Sem esse conhecimento, predomina a relação superficial com os moradores do lugar e o comportamento pre-

datório sobre a natureza.

Quando o desenvolvimento da atividade não segue os princípios do processo participativo, ambiente e cultura locais se transformam em mercadorias e passam a ser consumidas como mais um produto descartável. O ecoturismo deve, e precisa, gerar renda, mas sua condição é a conservação da biodiversidade e da diversidade cultural: este é o seu diferencial em relação a outras modalidades de turismo.

Do ponto de vista do método, alguns procedimentos são fundamentais para que o trabalho resulte numa prática de escuta e fala, num processo de comunicação entre as pessoas da equipe, o conjunto dos moradores e suas organizações:

- Evitar emprestar ouvidos a disse-que-disse.
- Evitar ser platéia para histórias desvitalizadoras.
- Ter ciência de que tudo o que não adianta o trabalho, atrasa.
- Evitar alimentar divisões, inclusive entre organizações e instituições.
- Ter clareza sobre o que une e o que se separa, e estar atento à dinâmica desse processo.
- Manter o foco na ação e nos objetivos.
- Nutrir atenciosamente o grupo fonte: o entusiasmo deste grupo é o referencial local para os efeitos de “multiplicação”.
- Assegurar o reconhecimento dos moradores locais como agentes transformadores e parceiros, garantindo a proteção ambiental e o desenvolvimento de alternativas de trabalho, educação e lazer.
- Comprometer-se com a cultura local de modo a criar condições para que os moradores não sejam violentados em sua essência, suas raízes e seus valores.
- Gerar encontros de integração.
- Promover intercâmbios entre os grupos das diferentes comunidades trabalhadas.
- Promover intercâmbios entre os grupos, as instituições e os moradores (equipe local funcionando como articuladora/organizadora).
- Viabilizar intercâmbios técnicos de ca-

pacitação, cobrindo as demandas de gerência e outras identificadas no processo de planejamento e acompanhamento das atividades.

## V. BIBLIOGRAFIA

- AVELINE, C. C. 1998. *Apontando para o Futuro*. Revista Planeta no.9, Editora Três.
- DEMO, P. 1984. *Participação e Meio Ambiente – uma proposta educativa preliminar*. Secretaria Especial do Meio Ambiente, Brasília.
- DIEGUES, A. C. 1992. *Desenvolvimento Sustentável ou Sociedades Sustentáveis: da Crítica dos Modelos aos Novos Paradigmas*. São Paulo em Perspectiva, no.1-2, jan/julho.
- FIGUEIREDO, L. A. V. 1997. *Ecoturismo e Participação Popular no Manejo de Áreas Protegidas: Aspectos*. In RODRIGUES, Ayr B.: Turismo e Ambiente: reflexões e Propostas. São Paulo: Hucitec.
- HIRSCHMAN, A. 1989. *O Progresso em Coletividade*. tradução de João Francisco Bezerra. São Paulo: Fundação Inter Americana.
- MORIN, E. & KERN, A. B. 1995. *Terra Pátria*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- NAISBITT, J. 1994. *O Paradoxo Global*. Rio de Janeiro: Ed. Campus.
- Revista Good Year especial, out. nov. dez. 1991
- SPVS/CNPq/PROBIO Guaraqueçaba. 1999. *Relatório preliminar de pesquisa em andamento, 1998/1999*. Não publicado.
- VIEZZER, MOEMA & OVALLES, O. 1995. *Manual Latino-Americano de Educ-Ação Ambiental*. São Paulo: Editora Gaia.



## 12.A contribuição de voluntários em projetos de ecoturismo

Max Dante  
Mónica Corullón  
Marcos Martins Borges <sup>(1)</sup>

### I. OBJETIVO

Este capítulo visa apresentar o conceito de **Voluntário** e dar orientações básicas para que projetos de ecoturismo possam incorporar o trabalho voluntário na dinâmica de sua implementação.

### II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

A experiência de projetos de campo nas áreas de conservação e desenvolvimento sustentável mostra que há sempre uma demanda pelo trabalho voluntário, especializado ou não. Esta demanda parte tanto dos projetos quanto da população local. No desenvolvimento de projetos desta natureza, atualmente coloca-se o desafio duplo de, por um lado, estimular e envolver a sociedade por meio do trabalho voluntário e, por outro, administrar adequadamente este tipo de trabalho dentro do contexto da comunidade local e do projeto em questão.

Projetos de ecoturismo devem orientar-se pelo objetivo de harmonizar a atividade humana, visando a conservação da natureza em que todos vivemos. Um dos fatores que influenciam a capacidade de um projeto de ecoturismo de alcançar este objetivo maior

junto à sociedade é a ampliação das oportunidades de participação de pessoas interessadas em conhecer as discussões atuais acerca das questões ambientais, especialmente aquelas que residem em áreas urbanas, com limitado contato direto com o ambiente natural.

É necessário mobilizar o maior número possível de cidadãos que, solidários à causa ambiental, poderão contribuir para a multiplicação desta discussão, sensibilizando outros quanto à importância das ações de conservação e desenvolvimento sustentável. A partir dessa mobilização, mais pessoas poderão participar da formulação e controle de políticas públicas que efetivamente conservem a biodiversidade de nosso planeta e racionalizem o uso dos recursos naturais.

Por outro lado, existe um número expressivo de pessoas dispostas a emprestar seu talento e doar algum tempo livre para colaborar em projetos ou programas de conservação e desenvolvimento sustentável. São pessoas de todas as idades, com formação e/ou experiência em diversas áreas de conhecimento, já sensibilizadas, que poderão comprometer-se com essa contribuição voluntária, cidadã e solidária. A natureza dos projetos de ecoturismo (conservação ambiental, benefícios para as comu-

SEÇÃO 3  
12

(1) – Devido à relativa novidade que este tema representa a coordenação do PEC (Programa de Ecoturismo Comunitário), do WWF, optou por uma abordagem dupla para o desenvolvimento deste capítulo. Primeiro, o assunto foi discutido em uma das oficinas participativas (ver a sessão *Apresentação*), onde elencou-se uma série de recomendações para a abordagem do tema no Manual. Este material foi então passado a Marcos Borges, que o sistematizou e iniciou a composição do capítulo. Em um segundo momento, o material foi passado para dois especialistas em programas de voluntários em geral, a nível nacional, para que estes compusessem o capítulo integrando seu conhecimento especializado às experiências práticas dos participantes do PEC.

nidades locais, potencial educativo, entre outros) e a localização em áreas naturais bem conservadas e dotadas de atrativos turísticos (ambientais e culturais), tornam estes projetos especialmente atraentes para voluntários interessados na questão ambiental.

Este capítulo pretende mostrar a importância do diagnóstico dessas necessidades e potencialidades na elaboração de um eficaz programa de voluntários para o ecoturismo, além de fornecer orientações gerais para seu planejamento de forma a ampliar os benefícios tanto para o projeto quanto para os voluntários.

#### Um Novo Conceito de Voluntário

O uso da palavra *voluntário* não deve ser associado a termos arcaicos como assistencialismo ou caridade. Deve, isto sim, ser ligado à idéia de ampliação das oportunidades de participação social responsável em questões relevantes para a melhoria na qualidade de vida coletiva. O serviço voluntário deve ter caráter complementar às ações essenciais que uma organização social desenvolva. Não se deve confundir a disponibilidade solidária de cidadãos com uma oportunidade de exploração gratuita de trabalho profissional. Ou seja, um projeto não deve desenvolver um programa de voluntários como uma estratégia de suprir necessidades permanentes de trabalho especializado e/ou de driblar os encargos e responsabilidades trabalhistas da instituição.

Por outro lado, é claro que uma organização de base ou de atuação local, e especialmente um projeto de ecoturismo, tem objetivos específicos que demandam uma variedade de conhecimentos especializados e para cuja realização muitas vezes não há recursos financeiros ou há recursos insuficientes. Assim, o desenvolvimento de um programa de voluntários pode ser um excelente meio de cumprir com seu objetivo social e ambiental maior de sensibilização e mobilização da sociedade em geral, enquanto também promove a realização de

seus objetivos específicos.

Em resumo, a procura pelo voluntário não deve ser motivada principal ou exclusivamente pela escassez de recursos humanos ou financeiros. A reconceituação da palavra *voluntário* passa pelo entendimento de que é necessário responsabilizar e qualificar a participação de toda a sociedade nas questões públicas e sociais. No contexto do ecoturismo como alternativa econômica e de conservação, assim como em outras atividades alternativas, a sustentabilidade do processo depende da capacidade dos projetos e comunidades locais de ampliar a participação da sociedade no seu desenvolvimento.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Voluntários podem prestar serviços significativos em praticamente todas as áreas de projetos de ecoturismo, dos serviços de limpeza e manutenção às atividades de planejamento e gerenciamento. A seguir, uma lista das principais áreas citadas por técnicos dos oito projetos parceiros no desenvolvimento deste Manual como áreas em que o envolvimento de voluntários seria especialmente útil:

- Diagnóstico participativo.
- Inventário do potencial ecoturístico.
- Pesquisa.
- Capacitação e treinamento.
- Condução de grupos.
- Interpretação ambiental.
- Manejo de trilhas.
- Implantação de infra-estrutura.

O planejamento cuidadoso para incluir o serviço voluntário nas atividades do projeto manterá a qualidade das ações desenvolvidas. O voluntário é um profissional qualificado que empresta solidariamente algum talento ou experiência, que deve ser otimizada profissionalmente pelo projeto. Igualmente crítico é o posterior gerenciamento eficiente do programa de voluntários. Ambos poderão garantir a qualidade e efetividade dos trabalhos realizados pelos voluntários. A relação entre o voluntário e o

projeto deve ser de caráter institucional, sendo profissionalizada não pela remuneração financeira, mas pelo padrão de excelência dos serviços prestados. Os voluntários em uma organização não são amadores, e jamais deverão ser vistos ou tratados como tais.

Um grupo de voluntários profissionalmente gerenciado ampliará a legitimidade da instituição ao participar da discussão de políticas institucionais, de eventos de capacitação e formação profissional, ou ao mobilizar outras pessoas e recursos. O voluntário bem motivado, profissionalmente capacitado e gerenciado, terá maior engajamento nas questões de conservação e desenvolvimento sustentável. Poderá sensibilizar outras pessoas de sua família, trabalho ou associações de que faça parte.

Abaixo serão apresentados os elementos principais para a elaboração e gerenciamento de um programa de voluntários que, na verdade, são orientações básicas e não de um detalhado passo-a-passo. São cinco os elementos tratados:

1. *Planejamento.*
2. *Recrutamento.*
3. *Monitoramento e avaliação do Programa.*
4. *O voluntariado jovem e os estagiários.*
5. *Continuidade das atividades e do Programa.*

### 1. Planejamento

O planejamento profissional de um programa de voluntários é elaborado a partir de um diagnóstico das potencialidades e necessidades existentes no projeto de ecoturismo e na comunidade em que este se desenvolve.

As especificidades de cada projeto e toda a diversidade de necessidades, recursos potenciais e oportunidades têm que ser cuidadosamente analisadas e cruzadas, antes que se definam as funções do serviço voluntário. O gerenciamento adequado de um pro-

grama de voluntários – pela ótica tanto da instituição quanto do voluntário – demanda tempo, dedicação e recursos da instituição que o desenvolve. Por exemplo, o voluntário demanda treinamento em rotinas da instituição e supervisão na execução de atividades. Em termos de recursos financeiros, o(a) voluntário(a) tem despesas de hospedagem, transporte, alimentação e etc que geralmente necessitam ser ao menos parcialmente cobertas pela instituição que o(a) recrutou.

Assim, é essencial que sejam recrutados voluntários para atividades que sejam realmente necessárias e que estejam claramente delineadas como funções e tarefas a serem executadas. Por outro lado, o bom planejamento aumenta a garantia de que o voluntário terá uma experiência positiva, estimulando-o(a) a não apenas continuar a voluntariar seu tempo e conhecimento especializado, como também a envolver outras pessoas no mesmo tipo de atividade. Em resumo, o recrutamento, seleção, capacitação e integração de voluntários ao projeto devem ser realizados somente após o planejamento e descrição de suas funções.

### □ A Política de Voluntários

O plano de trabalho com voluntários deve ser orientado estrategicamente pelos princípios, concepções e valores maiores da organização, expressos em sua missão institucional.

O consenso conceitual é essencial para o sucesso no trabalho com voluntários. Para tanto, é necessário que seja formulada uma política de voluntários que envolva desde sua elaboração, a participação de todas as equipes de trabalho da instituição. Essa participação poderá ocorrer em momentos e formas distintos, para que não haja prejuízo nos trabalhos realizados e se garanta o entendimento e envolvimento de todos na nova responsabilidade assumida, ou seja, o gerenciamento do trabalho voluntário.

É também fundamental que haja sintonia entre a política de voluntários e os eixos temáticos que direcionam os projetos e pro-



gramas da instituição. Isto quer dizer que a política de voluntários não poderá ser muito diversa de sua política de gerenciamento de recursos humanos, sob risco da política de voluntários não se integrar à cultura institucional e conseqüentemente encontrar dificuldades em sua implantação.

☐ Elementos do planejamento de um programa de voluntários

**a) Objetivos:**

Os objetivos de um programa de voluntários devem ser estabelecidos a curto, médio e longo prazos. É necessário ainda buscar a coerência entre os objetivos e a missão da organização que o implantará, com a verificação sistemática de sua colaboração para um objetivo geral. Isto poderá ser feito por meio do monitoramento e avaliação do programa de voluntários.

**b) Descrição de atividades:**

Planejar previamente as atividades que deverão ser realizadas pelo(a) voluntário(a) de maneira clara e objetiva. Preferencialmente, deve-se elaborar um termo de referência para cada “função” ou duração do serviço de um(a) voluntário(a).

**c) Análise de custo e benefício para a instituição:**

O número de voluntários tem que ser adequado às necessidades e condições do projeto. É preciso analisar o custo-benefício de utilizar voluntários, levando em consideração o custo financeiro e de tempo para administrar adequadamente o voluntário na instituição em geral e nas atividades específicas do termo de referência.

**d) Definição de critérios e processo de seleção e relacionamento com voluntários:**

Além de definir os critérios para selecionar voluntários baseado no termo de referência, é preciso também definir previamente as medidas que deverão ser tomadas caso haja problemas durante a realização do serviço. Apesar do serviço voluntário ser geralmente realizado com profissionalismo e compromisso, deve-se estar ciente dos

principais problemas potenciais e ter uma estratégia para identificá-los e lidar com eles. Os principais problemas que um projeto ou instituição podem enfrentar na integração de voluntários à sua equipe de trabalho são dois:

- ☒ Conflitos com a população local devido a comportamento inadequado no contexto social ou cultural.
- ☒ Baixo nível de comprometimento do(a) voluntário(a) com os objetivos maiores da instituição e do projeto.

**e) Definição de equipe de gerenciamento do programa:**

A instituição deve definir um coordenador adequado para trabalhar com os voluntários. Recomenda-se também a definição de uma “comissão” de pelo menos três pessoas de diferentes setores da instituição para avaliar o trabalho com os voluntários. Isto permite uma maior integração da instituição com os voluntários, aumentando o potencial de aprendizado mútuo. Por outro lado, esta medida também facilita a identificação e administração de problemas no relacionamento com o(a) voluntário(a) ou no seu desempenho.

**f) Contratação de seguro de vida e acidentes para voluntários:**

Para os casos em que os voluntários deverão trabalhar em campo, recomenda-se que a instituição assegure-se de que os mesmos possuam seguro de vida, acidentes e saúde. O seguro pode ser provido pelos próprios voluntários ou então pela instituição. A última opção pode ser mais adequada para a instituição que opte por um programa permanente de voluntários. Neste caso, convém fazer um levantamento das ofertas do mercado para contratar um pacote institucional.

**g) Conhecimento e cumprimento da legislação brasileira para voluntários:**

O recente crescimento do debate sobre a reconceitualização do serviço voluntário no Brasil motivou a criação da Lei Federal nº 9.608/98, reproduzida a seguir:

Reprodução da Lei Federal nº 9.608/98, que define e regulamenta o serviço voluntário no Brasil.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

Art.1 • Considera-se serviço voluntário, para fins desta Lei, a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade.

Parágrafo Único - O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

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

Art.3 • O prestador do serviço voluntário poderá ser ressarcido pelas despesas que comprovadamente realizar no desempenho das atividades voluntárias.

Parágrafo Único - As despesas a serem ressarcidas deverão estar expressamente autorizadas pela entidade a que for prestado o serviço voluntário.

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

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

Brasília, 18 de fevereiro de 1999

## 2. Recrutamento

**B**aseado no planejamento do programa de voluntários, a instituição ou o projeto pode prosseguir ao recrutamento.

### □ Divulgação

A intensidade e diversidade da divulgação dependem das necessidades do pro-

jeto. Se poucos voluntários são necessários, deve-se fazer a divulgação mais pontual, menos onerosa, e voltada ao perfil especificado no programa (por exemplo, para uma pesquisa sobre fauna, divulgar junto ao departamento de biologia de uma universidade). Se são necessários vários voluntários e de diferentes áreas do conhecimento, então deve-se realizar uma divulgação mais

ampla, buscando os meios de comunicação possíveis (internet, folhetos, mala direta, anúncios, imprensa etc.) e contatos diretos em locais de alta probabilidade de retorno (universidades, cursos afins, grupos de terceira idade, escoteiros etc.).

Sem dúvida, as universidades são um excelente local para a busca de voluntários. Pessoas já aposentadas, apesar de por vezes apresentarem limitações físicas para certos tipos de trabalho ou ambientes, têm tempo, conhecimento e disposição para o trabalho voluntário. O site [www.programavoluntarios.org.br](http://www.programavoluntarios.org.br) é destinado às entidades que estão precisando de trabalho voluntário (cerca de 2.000 entidades já o utilizam).

#### ☐ Seleção

Independente do número de voluntários necessários, para a seleção é importante seguir os critérios e processo estabelecidos durante o planejamento. Isto ajuda a evitar em grande parte os problemas mencionados neste capítulo. O coordenador do programa de voluntários deve ser também o coordenador da seleção, e deve envolver na seleção os membros das equipes que estarão trabalhando com os voluntários. Assim, garante-se que as pessoas que estarão trabalhando com os voluntários estejam de acordo com o processo e possivelmente tornem-se co-responsáveis pelo bom andamento do programa.

Durante o processo de seleção, deve-se prestar especial atenção aos seguintes aspectos:

**a) Atentar para a adequação do perfil dos candidatos aos serviços que deverão ser realizados.** O termo de referência ajuda a instituição a definir com maior clareza o que necessita, mas o processo de seleção envolve também a atenção ao que o candidato deseja, tem aptidão e qualificação para realizar. Deve-se atentar especialmente para o fato de que perfil inadequado para determinado serviço não signifi-

ca necessariamente ausência de capacitação. Um voluntário muito capacitado para um trabalho mais simples também tem dificuldades em se adaptar.

- b) Verificar a disponibilidade de tempo dos voluntários.** Muitos podem ter um dia da semana ou algumas horas do dia para o trabalho. Para resolver este problema, o projeto tem que se planejar, distribuindo a tarefa de acordo com o tempo disponibilizado ou conseguindo mais voluntários.
- c) Estabelecer claramente os limites de atuação (direitos e deveres) tanto do(a) voluntário(a) quanto da instituição,** uma vez que se tenha definido um(a) candidato(a). Igualmente importante é informar claramente o(a) voluntário(a) sobre as condições de trabalho do local onde ele(a) estará realizando o trabalho.

Voluntários podem se sentir “íntimos” do projeto, do corpo técnico ou da comunidade e interferir negativamente nos processos e relações. Isto ocorre principalmente quando o trabalho envolve comunidade tradicional e um colaborador com mais conhecimentos. Para evitar este tipo de interferência, deve-se deixar clara a hierarquia do projeto, o papel do(a) voluntário(a) e alertá-lo(a) para estes problemas.

Recomenda-se que antes da decisão final, como em qualquer outro processo de seleção de pessoal, realize-se uma entrevista para esclarecimento e adequação do plano de trabalho a ser realizado e definição das regras de conduta.

- ☐ Seguindo a legislação brasileira, *firmar termo de adesão antes do início do trabalho.* O termo de adesão deve ter como anexo o plano de trabalho, as responsabilidades e direitos já discutidos. A seguir encontra-se um modelo do Termo de Adesão citado no Artigo 2 da Lei Federal nº 9.608/98.

**EXEMPLO:**

**MODELO DE TERMO DE ADESÃO**

**Termo de Adesão para Voluntários**

Nome da Instituição: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Área de atividade: \_\_\_\_\_

Nome do voluntário: \_\_\_\_\_

Documento de identidade: \_\_\_\_\_ CPF \_\_\_\_\_

Referências pessoais \_\_\_\_\_

O trabalho voluntário a ser desempenhado junto a esta instituição, de acordo com a Lei nº 9.608 de 18/02/98, é atividade não remunerada, com finalidades assistenciais, educacionais, científicas, cívicas, culturais, recreativas e tecnológicas, entre outras afins, e não gera vínculo empregatício nem funcional, ou quaisquer obrigações trabalhistas, previdenciárias e afins.

Trabalho voluntário na área de: \_\_\_\_\_

Tarefa específica: \_\_\_\_\_

Duração: de \_\_\_\_\_ até \_\_\_\_\_ Horários: \_\_\_\_\_

Declaro que estou ciente da legislação sobre Serviço Voluntário e que aceito atuar como Voluntário nos termos do presente Termo de Adesão.

Cidade \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura do voluntário, RG e CPF

Testemunhas:

\_\_\_\_\_  
Assinatura, RG e CPF

\_\_\_\_\_  
Assinatura, RG e CPF

De acordo:

\_\_\_\_\_  
Superintendente/Coordenador da Instituição

### 3. Monitoramento e avaliação do Programa

O monitoramento e avaliação do programa devem seguir o plano de atividades acordado. Outros capítulos deste Manual tratam em detalhe de procedimentos de monitoramento e avaliação (ver capítulos *Participação Comunitária e Parceria, Controle de Impactos de Visitação, Levantamento do Potencial Ecoturístico (Inventário)*, entre outros). Essencialmente, deve-se acompanhar periodicamente a realização dos trabalhos de acordo com o plano de atividades do termo de referência (ou do documento de planejamento da atividade do(a) voluntário(a). Este acompanhamento deve ser preferencialmente feito com a participação do(a) voluntário(a). Também periodicamente deve-se fazer a avaliação do trabalho, identificando-se os pontos positivos e os pontos que necessitam de melhoria, seja no trabalho do(a) voluntário(a), seja no trabalho da instituição para com o(a) voluntário(a) (apoio, supervisão, treinamento etc.).

Para um programa de voluntários cabe apresentar algumas recomendações para o gerenciamento do Programa que podem evitar problemas no desempenho dos serviços voluntários e na relação entre voluntários, instituição e comunidade local:

- Integrar ativamente os voluntários aos diferentes setores da instituição.
- Integrar os voluntários à comunidade ou demais instituições onde irão desempenhar suas atividades.
- Prover treinamento adequado para os voluntários desempenharem suas atividades no contexto da instituição e do projeto. Uma vez iniciado o trabalho, o voluntário deve receber ao menos a mesma atenção e orientação que um membro fixo da equipe de trabalho.
- Não sobrecarregar os voluntários, ou o inverso, não deixá-los desocupados.
- O coordenador do programa, ou supervisor, deve trabalhar em conjunto com a "comissão" do programa de voluntários.

- Ao término do trabalho, recomenda-se que a instituição dê um certificado de realização do serviço voluntário.

### 4. O voluntariado jovem e os estagiários

A condição dos projetos de ecoturismo, no que diz respeito à conservação da natureza e ao desenvolvimento social de comunidades, além de sua privilegiada localização em áreas preservadas e de alto interesse turístico, são elementos de forte potencial motivador para o voluntariado jovem e para estudantes universitários em busca de formação complementar e profissional por meio de estágios.

Esse voluntariado latente pode ser facilmente recrutado nas universidades e se caracteriza também pelo grande interesse de participação nas questões sociais. A decisão sobre um contrato de estágio ou serviço voluntário depende da natureza da atividade planejada.

Principalmente no caso de estagiários ou voluntários jovens, o investimento feito em formação e capacitação tem caráter determinante para manutenção da motivação inicial. É importante pensar que a qualidade de um serviço depende diretamente do grau de motivação daqueles que o desempenham. Portanto, é necessário ter sempre presentes as expectativas que os voluntários ou estagiários trazem e, se neste caso a demanda for por educação ambiental, é essencial que seja satisfatoriamente atendida.

Pode-se afirmar ainda que estagiários e voluntários jovens, mesmo trazendo "pouca bagagem" em experiência profissional, são capazes de promover renovação e aprimoramento técnico de programas e projetos por meio da acentuada prontidão para a ação prática e reflexiva. Portanto, havendo disponibilidade das equipes remuneradas, esses voluntários podem promover uma "oxigenação" motivadora, conceitual e estratégica em uma organização social ambientalista.

Porém, com este público também corre-se maior risco de problemas, principalmente com voluntários, mas também com estagiários. Há dois problemas que podem ocorrer com maior frequência com este grupo:

❑ Conflito com a população local

Às vezes por inexperiência dos jovens, o comportamento durante a realização do trabalho pode ser menos profissional do que o que se esperaria de um funcionário. Envolvimentos pessoais – ou a mistura de aspectos pessoais com profissionais – ou atividades fora do âmbito do trabalho podem gerar conflitos que envolvem inesperadamente a instituição.

❑ Baixo nível de comprometimento profissional

O trabalho voluntário jovem e estágios em projetos de ecoturismo, quando o serviço é realizado no destino ecoturístico propriamente dito, geram por vezes o interesse de candidatos mais motivados pela oportunidade de lazer do que de trabalho.

Em ambos os casos, a melhor forma de evitar os problemas ou de solucioná-los é seguir as recomendações feitas no item 3 acima e não hesitar em tomar medidas mais sérias em casos graves (como por exemplo valer-se das diretrizes elaboradas no planejamento do programa de voluntários para rescindir o acordo de colaboração entre o(a) voluntário(a) ou estagiário(a) e a instituição).

ESTUDO DE CASO

A EXPERIÊNCIA

DA ASSOCIAÇÃO MICO-LEÃO-DOURADO COM ESTAGIÁRIOS

**A** Associação Mico-Leão-Dourado (AMLD) tem um programa de estágios desde 1984, que já treinou e capacitou 120 estagiários. A busca é feita principalmente nas universidades brasileiras e, às vezes, no exterior, dependendo das necessidades. Há dois tipos de estágios: de curta e de média duração.

Os estágios de curta duração – um mês – são destinados aos estudantes de graduação durante o período de férias. Normalmente, são selecionados três estudantes para as férias de verão e um para as de inverno. Nesses casos, são oferecidos ao estudante a hospedagem, alimentação e transporte terrestre até a área de trabalho.

Na primeira semana, o estudante é apresentado às diversas equipes e passa pelo menos um dia no campo com cada uma delas, conhecendo rapidamente as peculiaridades de cada projeto da associação.

A partir da segunda semana, o estudante pode optar por uma equipe com a qual trabalhará o restante do tempo. Não havendo atividade previamente programada, os fins de semana são livres.

Ao final do estágio, o estudante produz um relatório e o entrega ao coordenador da equipe que acompanhou. Esta é a condição para que receba o certificado. Quando a AMLD identifica uma necessidade que pode ser suprida por estagiário, a seleção é feita de acordo com o perfil necessário. Esses estágios, normalmente, duram de três a seis meses.

Além do mencionado acima, o Projeto de Conservação do Mico-Leão-Dourado oferece ainda uma pequena ajuda de custo para o estagiário. Este tipo de estágio é direcionado por meio de um termo de referência e seus resultados são relatados pelo estagiário ao final do período. Muitos estudantes produzem suas monografias de graduação por esse programa. Em alguns casos, os estagiários foram contratados pela AMLD após terem se graduado. É comum também o recebimento de recém-formados para esse tipo de estágio. Dos 120 estagiários treinados desde que o programa foi iniciado, muitos ainda continuam atuando em projetos de conservação.

### 5. Continuidade das atividades e do programa

Um dos desafios na implementação de um programa de voluntários é manter a continuidade em dois níveis: sempre que o(a) voluntário(a) tenha partido e/ou um(a) novo(a) voluntário(a) assuma a posição; segundo, manter o programa em andamento uma vez que a primeira leva de voluntários tenha cumprido o seu termo de trabalho.

Em ambos os casos, a continuidade dependerá principalmente do compromisso da instituição para com o programa. O coordenador do programa tem papel-chave neste processo. Porém, a instituição pode também estabelecer convênios e parcerias, tanto para garantir o “suprimento” de voluntários ou estagiários (por exemplo, uma parceria com uma instituição cuja principal função é a organização de voluntários, ou com uma universidade), quanto para garantir a disponibilidade de recursos financeiros para cobrir os gastos com voluntários e até mesmo com a manutenção do programa (como por exemplo, o pagamento de despesas de transporte, hospedagem e alimentação, ou o pagamento do salário do coordenador do programa).

#### IV. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

Ao longo do capítulo procuramos ressaltar os principais riscos e apresentar recomendações para o projeto de ecoturismo ou instituição lidar com os problemas mais prováveis no trabalho com voluntários.

##### ☐ Mais Informações

Se essa argumentação for suficiente para promover uma reflexão mais aprofundada sobre o planejamento de um programa de voluntários que possa efetivamente reconceituar e recontextualizar a palavra voluntário, fica a sugestão de consulta aos endereços eletrônicos que tratam da questão, em nível nacional e internacional.

▲ ECOSOLIDARIEDADE –  
PROGRAMA ECOVOLUNTÁRIOS  
[www.programavoluntarios.org.br](http://www.programavoluntarios.org.br)

O site tem como objetivo angariar recursos de empresas parceiras e patrocinadoras por meio da escolha e voto do internauta nos projetos de conservação de diferentes ONG's, incluindo o WWF-Brasil, que julguem mais importantes. As empresas patrocinadoras destinam recursos para a vencedora. Há um link para ecovoluntários onde o interessado se inscreve e aguarda o retorno da ONG que possui vaga disponível para atuação em área de atuação do interessado e em região próxima da sua.

▲ PROGRAMA VOLUNTÁRIOS DO  
CONSELHO DA COMUNIDADE SOLIDÁRIA  
[www.programavoluntarios.org.br](http://www.programavoluntarios.org.br)

Apresenta artigos e informações variadas, fórum de discussão, os endereços dos Centros de Voluntários no Brasil, além de uma novidade: o voluntário virtual. Já há mais de 2.000 voluntários cadastrados que oferecem seu trabalho via Internet. São diagramadores, tradutores, criadores de páginas na rede (*webpages*, ou *homepages*), publicitários, advogados, contadores, etc.

▲ PORTAL DO VOLUNTÁRIO  
[www.portaldovoluntario.org.br](http://www.portaldovoluntario.org.br)

Possui notícias e entrevistas, ações das empresas, relatos de experiências, além de cadastro para serviço voluntário.

▲ ECOVOLUNTÁRIOS  
[www.geocities.com/ecovoluntarios](http://www.geocities.com/ecovoluntarios)

A Ecovoluntários é uma lista que distribui informações sobre todos os programas de voluntariados em projetos de vida silvestre que existem na América Latina e em todo o mundo. Existem diversos tipos de voluntariados, tais como tartarugas marinhas, primatas, aves, mamíferos marinhos e muito mais. Também há informações sobre cursos, reuniões, seminários e oficinas que podem ser de interesse.

Maiores informações no e-mail [ecovol@adinet.com.uy](mailto:ecovol@adinet.com.uy)

▲ ENERGIZE

[www.energize.com](http://www.energize.com) ou  
[www.energizeinc.com](http://www.energizeinc.com)

Dedicado a diretores de programa de voluntariado, há debates sobre assuntos polêmicos na gerência e coordenação de voluntários. Inclui formulários interativos para pesquisas de opinião e agenda de conferências, eventos e encontros sobre o tema.

▲ THE CONTACT CENTER NETWORK

[www.contact.org](http://www.contact.org)

Oferece uma base de dados que permite que as entidades coloquem informação sobre seus serviços, eventos especiais, oportunidades de voluntariado. Possui links com 10.000 sites de entidades sem fins lucrativos na internet e outros sites de interesse.

▲ THE CORPORATION OF NATIONAL SERVICE

[www.cns.gov](http://www.cns.gov)

Serviços comunitários operados por agências governamentais. Sites sobre voluntariado e formas de associar educação e serviço comunitário.

▲ CYBERVPM – GRUPO DE DISCUSSÃO

Grupo de discussão para gerentes e coordenadores de programas de voluntários. Assinaturas pelo endereço [listserv@listserv.aol.com](mailto:listserv@listserv.aol.com), colocando no corpo da mensagem “Subscribe cybervpm” seguido de seu nome (por exemplo, “Subscribe cybervpm Maria Ferreira”), deixando o item Assunto (ou Subject) em branco e não colocando nenhum outro endereço de e-mail na mensagem.

▲ IMPACT ONLINE

[www.impactonline.org](http://www.impactonline.org)

Oportunidades de voluntariado de curto prazo, uma base de dados para que as entidades incluam suas oportunidades e necessidades, e assessoria e conselhos para voluntários.

▲ PROJECT AMERICA

[www.project.org](http://www.project.org)

Inclui o “Guia de Ação para o Serviço Comunitário”, assistência para desenvolver

projetos com voluntários e dicas para localizar grupos de serviço locais.

▲ SERVENET

[www.servenet.org](http://www.servenet.org)

Permite que as entidades divulguem suas oportunidades de serviço. Inclui fatos e dicas sobre voluntariado, uma agenda de encontros e discussão on-line sobre diversos aspectos.

▲ SOUND VOLUNTEER MANAGEMENT

[www.halcyon.com/penguim/svm.htm](http://www.halcyon.com/penguim/svm.htm)

Contém duas seções: uma para voluntários, com oferta de oportunidades de serviço; outra para coordenadores de voluntários, com artigos e informações sobre diversos tópicos, como relações entre voluntários e funcionários, como recrutar e selecionar voluntários, etc.

▲ VOLUNTEER.POINT

[www.accesspt.com/civicsys/main.html](http://www.accesspt.com/civicsys/main.html)

Permite a colocação de anúncios de entidades procurando voluntários. Inclui artigos sobre voluntariado e uma lista de Centros de Voluntários dos EUA, por estado.

▲ VOLUNTEER TODAY:

AN ELECTRONIC GAZETTE

[www.bmi.net/mba](http://www.bmi.net/mba)

Boletim on-line sobre como recrutar, treinar e manter os voluntários na instituição.

▲ VOLUNTEERS - Grupo de Discussão

Grupo de discussão on-line para voluntários. Assinaturas pelo endereço [listserv@listserv.aol.com](mailto:listserv@listserv.aol.com), colocando no corpo da mensagem “Subscribe Volunteers” seguido de seu nome (por exemplo, “Subscribe Volunteers José Brandão”), deixando o item Assunto (ou Subject) em branco e não colocando nenhum outro endereço de e-mail na mensagem.

Vale também consultar alguns endereços de Centros de Voluntariado que estão produzindo Banco de Dados e tecnologia na



implantação de políticas e programas de voluntários no Brasil. A maioria dos Centros de Voluntários oferece orientação, capacitação e treinamento para indivíduos e para instituições.

- ▲ O **Voluntários Candangos**, de Brasília, por exemplo, tem um excelente material para candidatos a voluntários, onde se discutem questões como ética, responsabilidade e compromisso.
- ▲ O **Centro de Voluntariado de São Paulo** publicou o documento *Manual de Orientação com Direitos e Responsabilidades, Atitudes e Valores dos Voluntários*.
- ▲ O **Ação Voluntária Curitiba** oferece capacitação de alto nível para instituições.
- ▲ O **Voluntários em Ação**, de Florianópolis, oferece cursos de gestão de voluntários para entidades.

Muitos Centros foram capacitados em planejamento e gerenciamento de programas de voluntários. A seguir, lista de endereços de alguns Centros de Voluntários no Brasil:

- 1) **ARACAJU/SE**  
Centro de Voluntários de Sergipe - CVSE  
Travessa Adolfo Rollemberg, 63 – São José - Aracaju - SE - CEP: 49015-010  
Contato: Andréa Torres  
Azevedo/Enrique Daniel Figueredo  
Tel./Fax: (55 79) 214-6735 –  
Tel.: 214-7380  
e-mail: [voluntarios@voluntariosse.org.br](mailto:voluntarios@voluntariosse.org.br)  
[www.voluntariosse.org.br](http://www.voluntariosse.org.br)
- 2) **BELO HORIZONTE/MG**  
Central de Articulação e Promoção do Voluntariado de Minas Gerais  
R. Silva Freire, 133 - Horto  
Belo Horizonte - MG - CEP: 31035-070  
Contato: Demóstenes Romano Filho  
Tel./Fax: ( 55 31) 3481-1188  
e-mail: [voluntar@gold.com.br](mailto:voluntar@gold.com.br)
- 3) **BLUMENAU/SC**  
Centro Voluntários em Ação - Blumenau  
R. XV de Novembro, 701 - Sala 101  
Centro - Blumenau - SC  
CEP: 89010-300  
Contato: Martina Odebrecht  
Bornhausen  
Tel.: (55 47) 222-1299 -  
Fax: (55 47) 322-2655  
e-mail: [volbl@zaz.com.br](mailto:volbl@zaz.com.br)
- 4) **BRASÍLIA/DF**  
Voluntários Candangos - Centro de Voluntariado do DF  
SEPN - Q 506 - BL. C - s/s 01  
Brasília - DF - CEP: 70740-530  
Contato: Olivia Volker Rauter  
Tel./Fax: (55 61) 340-6127/347-5560  
e-mail: [volcandangos@yawl.com.br](mailto:volcandangos@yawl.com.br)  
[www.voluntarios.org.br](http://www.voluntarios.org.br)
- 5) **CAMPINAS/SP**  
Centro de Voluntariado de Campinas  
R. Barão de Atibaia 890 - Guanabara  
Campinas - SP - CEP: 13023-011  
Contato: Cleuza Luiza R. Sironi  
Tel./Fax: (55 19) 3232-0817/3235-1974  
e-mail: [cvcampinas@ig.com.br](mailto:cvcampinas@ig.com.br)
- 6) **CAMPO GRANDE/MS**  
Centro de Voluntariado de Campo Grande  
R. João Erovaldo de Campos, 90  
Campo Grande - MS - CEP 79009-250  
Contato: Eliane Medeiros Brunet  
Tel./Fax: (55 67) 765-1986  
e-mail: [voluntario@terra.com.br](mailto:voluntario@terra.com.br)  
e-mail: [sirpha@uol.com.br](mailto:sirpha@uol.com.br)
- 7) **CASCADEL/PR**  
Centros de Voluntários Cascavel  
R. Paraná, 2621 - Centro  
Cascavel - PR - CEP 85812-001  
Contato: Rosa Ângela/Ivanilde Coelho  
Tel.: (55 45) 322-4090  
Fax: (55 45) 322-4206  
e-mail: [ivanilde.coelho@caixa.gov.br](mailto:ivanilde.coelho@caixa.gov.br)

- 8) CURITIBA/PR**  
 Centro de Ação Voluntária de Curitiba  
 R. Ébano Pereira, 359 - Centro  
 Curitiba - PR - CEP: 80410-240  
 Contato: Mariângela Budant Hortmann  
 Tel./Fax: (55 41) 322-8076  
 e-mail: [acao@acaovoluntaria.com.br](mailto:acao@acaovoluntaria.com.br)  
[www.acaovoluntaria.com.br](http://www.acaovoluntaria.com.br)
- 9) FLORIANÓPOLIS/PI**  
 Centro de Voluntários do NUCS -  
 Núcleo de Cidadania e Solidariedade  
 R. Marechal Pires Ferreira, 512 -  
 Centro  
 Floriano - PI - CEP 64800-000  
 Contato: Sérgio Ricardo Costa  
 Carneiro/Maria do Carmo Drummond  
 Tel./Fax: (55 86) 522-1677  
 e-mail: [cvnucs@bol.com.br](mailto:cvnucs@bol.com.br)  
 e-mail: [carneirosergio@hotmail.com](mailto:carneirosergio@hotmail.com)
- 10) FLORIANÓPOLIS/SC**  
 Instituto Voluntários em Ação - SC  
 Rua Deodoro, 226, sala 701  
 Florianópolis - SC CEP: 88010-020  
 Contato: Ana Maria W. do Vale Pereira  
 Tel./Fax: (55 48) 222-1299  
 e-mail: [voluntarios.sc@ativanet.com.br](mailto:voluntarios.sc@ativanet.com.br)
- 11) FORTALEZA/CE**  
 Centro Ceará Voluntários  
 Av. Barão de Studart, 1980 - Térreo  
 Fortaleza - CE - CEP: 60120-001  
 Contato: Célia Costa Dantas  
 Tel./Fax: (55 85) 244-7225/224-2058  
 e-mail: [ccv@secrel.com.br](mailto:ccv@secrel.com.br)  
[www.secrel.com.br/ccv](http://www.secrel.com.br/ccv)
- 12) GOIÂNIA/GO**  
 Centro Goiano de Voluntariado  
 R. 87, 648 - Setor Sul  
 Goiânia - GO - CEP 74093-300  
 Contato: Thaís Araújo e Silva  
 Tel./Fax: (55 62) 545-3002  
 e-mail: [voluntariado@ovg.org.br](mailto:voluntariado@ovg.org.br)  
 e-mail: [elainemoura@uol.com.br](mailto:elainemoura@uol.com.br)
- 13) GUARAPUAVA/PR**  
 Voluntários Lobo Solidário  
 R. XV de Novembro, 3566 - sala 20  
 Shopping Maria Antonia - Centro  
 Guarapuava - PR - CEP 85010-000  
 Contato: Sandra Lúcia Cúnico Hyczy  
 Tel./Fax: (55 42) 622-6495  
 e-mail: [lobosolidario@almix.com.br](mailto:lobosolidario@almix.com.br)  
 e-mail: [sandrah@onda.com.br](mailto:sandrah@onda.com.br)
- 14) ITOBI/SP**  
 Núcleo "Fermento e Sal" -  
 Desenvolvimento e Capacitação  
 Caixa Postal 05  
 Itobi - SP - CEP 13715-970  
 Contato: Odille Maria Sampaio  
 Vianna/Josefina Lepri Morandin  
 Tel.: (55 19) 671-3156/673-1246 -  
 Fax: (55 19) 647-1355  
 e-mail: [geradicb@uol.com.br](mailto:geradicb@uol.com.br)  
 e-mail: [fermentoosal@bol.com.br](mailto:fermentoosal@bol.com.br)
- 15) LIMEIRA/SP**  
 Programa Voluntários de Limeira  
 R. Santa Cruz, 647, 1º andar, sala 4  
 Limeira - SP CEP: 13480-041  
 Contato: Maria Elizabete Mecatte Varga  
 Tel./fax: (55 19) 451-2600  
 e-mail: [pvl@widesoft.com.br](mailto:pvl@widesoft.com.br)  
[www.limeira.org.br/voluntarios/](http://www.limeira.org.br/voluntarios/)
- 16) NATAL/RN**  
 Natal Voluntários  
 Av. Rodrigues Alves, 871 - Tirol  
 Natal - RN - CEP 59020-200  
 Contato: Mônica Mac Dowell  
 Tel./fax: (55 84) 211-1527  
 e-mail: [natalvoluntarios@uol.com.br](mailto:natalvoluntarios@uol.com.br)
- 17) NOVO HAMBURGO/RS**  
 Fundação Semear  
 R. Joaquim Pedro Soares, 540  
 Novo Hamburgo - RS - CEP: 93510-320  
 Contato: Nara Grivot Cabral  
 Tel.: (55 51) 594-4044 -  
 Fax: (55 51) 595-2134  
 e-mail: [voluntarios@acinh.com.br](mailto:voluntarios@acinh.com.br)
- 18) PALMAS/TO**  
 Associação do Voluntariado  
 Tocantinense

104 Sul, Conjunto 01, Lote 24  
Palmas - TO - CEP: 77000-000  
Contato: Olívia Coelho Macedo  
Tel./Fax: (55 63) 218-2218  
e-mail: *com.s-to@uol.com.br*

- 19) PORTO SEGURO/BA**  
Centro de Voluntariado do Sítio do  
Descobrimento – CVSD  
R. Gaspar de Lemos, 02 – Areião  
Porto Seguro – BA – CEP 45810-000  
Contato: Elisabete Reis Leite dos  
Santos  
Tel.: (55 73) 288-2739 Fax. (55 73)  
679-1090  
e-mail: *silvana.odb@portonet.com.br*  
e-mail: *beteeduc@bol.com.br*
- 20) PRESIDENTE PRUDENTE/SP**  
Central de Voluntários em Ação de  
Presidente Prudente  
Av. Onze de Maio, 2501 - Jardim  
Marupiara - Presidente Prudente - SP -  
CEP 19061-360  
Contato: Júlia Terezinha da Silva santos  
Tel./Fax: (55 18) 221-9040  
e-mail: *pjjunior@uol.com.br*
- 21) PORTO ALEGRE/RS**  
ONG Parceiros Voluntários  
Largo Visconde do Cairu, 17, 8º andar  
Porto Alegre - RS - CEP: 90030-110  
Contato: Maria Elena Pereira  
Johannpeter  
Tel.: (55 51) 227-5819  
Fax: (55 51) 226-1066  
e-mail: *parceiro@nutecnet.com.br*
- 22) RECIFE/PE**  
Recife Voluntário  
Av. Visconde de Suassuna, 255 - Boa Vista  
Recife - PE - CEP: 50050-540  
Contato: Rui Mesquita/Joaquim do  
Rêgo Barros Filho  
Tel.: (55 81) 3221-7151  
Tel /Fax: (55 81) 3221-6911  
e-mail: *cvrecife@uol.com.br*  
e-mail: *recife@voluntario.org.br*  
*www.voluntario.org.br*

- 23) RIBEIRÃO PRETO/SP**  
Centro de Voluntariado de Ribeirão  
Preto  
R. Visconde de Inhaúma, 489, 5º andar  
Ribeirão Preto - SP - CEP: 14010-100  
Contato: Domingos Mendes Alves  
Tel./Fax: (55 16) 605-1563  
e-mail: *cvrp@netsite.com.br*
- 24) RIO CLARO/SP**  
Centro de Voluntariado de Rio Claro  
R. 8, 1600 - Rio Claro - SP - CEP  
13500-210  
Contato: Maria Teresa Machado Luz  
Tel./fax: (55 19) 533-3144  
e-mail: *machadoluz@linkway.com.br*  
e-mail: *cvrc@bol.com.br*
- 25) RIO DE JANEIRO/RJ**  
RioVoluntário  
Av. General Justo, 275 – Loja B –  
Centro  
Rio de Janeiro – RJ – CEP: 20021-130  
Contato: Heloísa Coelho  
Tel.: (55 21) 262-1110/ 533-8877 -  
Fax: (55 21) 533-8844  
e-mail: *voluntario@alternex.com.br*  
*www.rivoluntario.org.br*
- 26) SALVADOR/BA**  
Centro de Voluntários Bahia  
R. Francisco Muniz Barreto, 02, 1º  
andar - Pelourinho  
Salvador - BA - CEP: 40025-090  
Contato: Maria das Graças Bispo dos  
Santos  
Tel/Fax.: (55 71) 322-9953/ 322-1867  
e-mail: *voluntariosbahia@zaz.com.br*
- 27) SANTA FÉ DO SUL/SP**  
Centro de Voluntariado  
de Santa Fé do Sul  
Av. Navarro de Andrade, 36  
Santa Fé do Sul - SP - CEP: 15775-000  
Contato: Marcela Regina da Costa A.  
Braga  
Tel/Fax: (55 17) 631-1388  
e-mail: *braga@sfsmelfinet.com.br*  
*www.sfsmelfinet.com.br/voluntariado*

- 28) SANTOS/SP**  
Centro de Voluntários de Santos  
R. Maestro Heitor Villa Lobos, 160 -  
Ponta da Praia  
Santos - SP - CEP: 11030-240  
Contato: Marialva Carrer da Cruz  
Tel./Fax: (55 13) 3261-2027/261-4890  
e-mail: *voluntarios@ig.com.br*
- 29) SÃO GONÇALO/RJ**  
CENFLUV - Central Fluminense de  
Voluntários  
R. Mello e Souza, 161 - Mutondo  
São Gonçalo - RJ - CEP: 24450-290  
Contato: Júlia Tadeu Golulart  
Teixeira/Ana Maria da C. Silva  
Tel./Fax: (55 21) 725-5527  
e-mail: *casadamulher@bol.com.br*
- 30) SÃO JOSÉ DOS CAMPOS/SP**  
Centro de Voluntariado  
de São José dos Campos  
R. Coronel João Cursino, 104 - apto 71  
São José dos Campos - SP -  
CEP 12243-680  
Contato: Angela Meirelles da Rocha  
Tel. (55 12) 341-8291  
Fax: (55 12) 341-9394  
e-mail: *ameirelles@directnet.com.br*
- 31) SÃO PAULO/SP**  
Centro de Voluntariado de São Paulo  
Av. Paulista, 1313, 4º andar, sala 460  
São Paulo - SP - CEP: 01311-200  
Contato: Maria Amália Del Bel  
Muneratti  
Tel./Fax: (55 11) 284-7171/288-9056  
e-mail: *cvsp@uol.com.br*  
*www.voluntariado.org.br*
- 32) TERESINA/PI**  
Centro Piauí Cidadão  
Av. José dos Santos e Silva, 1769 –  
Centro/Sul  
Teresina - PI - CEP: 64001-300  
Contato: Jorge da Cunha/Kleber Gallas  
Tel.: (55 86) 3084-3591/222-0735  
e-mail: *cpcpiaui@bol.com.br*
- 33) VITÓRIA/ES**  
Movimento Capixaba de Voluntários  
Av. Américo Buaiz, 205 - Sala 506  
Vitória - ES - CEP: 29050-950  
Contato: Alexandre Rampazzo/ Maria  
José Quinteira  
Tel./Fax: (55 27) 382-3873  
e-mail: *mcvolun@zaz.com.br*
- 34) VITÓRIA/ES**  
Ação Comunitária do Espírito Santo  
Praça Costa Pereira, 52 – 12º andar  
Vitória – ES  
CEP 29010-080  
Tel/Fax: (0+xx+27) 222-1388  
E-mail: *aces@excelsa.com.br*



# 13. Pesquisa na atividade de ecoturismo

*Leandro Valle Ferreira  
Timothy Molton*

## I. OBJETIVO

**E**ste capítulo tem como objetivo descrever a importância da pesquisa científica no contexto do ecoturismo e mostrar como seus resultados podem aperfeiçoar essa atividade. Pretende, também, fornecer subsídios para seu desenvolvimento na forma de orientação sobre os elementos e fases que compõem o processo de realização da pesquisa.

## II. INTRODUÇÃO CONCEITUAL

A pesquisa é uma investigação sistemática, com o fim de descobrir ou estabelecer fatos ou princípios relativos a um campo qualquer do conhecimento. Tanto a pesquisa quanto a aplicação de seus resultados são importantes para o desenvolvimento humano. Todos os ramos das ciências e do conhecimento dependem das atividades de pesquisa para avançar e evoluir, e ao mesmo tempo para nos ajudar a compreender e melhorar nossa convivência com o ambiente que nos circunda, usando-o sem agredi-lo.

As atividades de pesquisa podem ser divididas em dois grandes grupos: a **pesquisa pura** e a **pesquisa aplicada**. A pesquisa pura consiste na aquisição do conhecimento sobre determinado assunto, sem finalidade de utilização prática e/ou imediata. A pesquisa aplicada consiste na geração de conhecimentos da ciência e da tecnologia (instrumentos, meios e métodos) para se chegar às aplicações práticas.

A pesquisa é uma atividade intrínseca à nossa espécie. Temos um desejo inerente de

entender o mundo. Daí vem a "pesquisa pura". Também temos necessidades, relacionadas ao desenvolvimento e à sobrevivência, que implicam aplicação dos nossos conhecimentos, e daí vem a "pesquisa aplicada". Contudo, essa divisão é muito questionada e subjetiva. Os avanços do conhecimento e da tecnologia, muitas vezes obtidos nas chamadas atividades de pesquisa aplicada, têm suas origens nas atividades desenvolvidas pela pesquisa pura.

A pesquisa é um processo de comunicação, por meio do qual uma pessoa ou grupos de pessoas dialogam com o ambiente usando uma linguagem comum. Contudo, a grande diferença é que esse diálogo não se desenvolve como uma conversa social ou cotidiana, em que ambas as partes perguntam e respondem. A pesquisa é um processo mais complexo. Deve-se formular uma pergunta e escolher (ou mesmo desenvolver) os métodos mais adequados para se encontrar as respostas. Esse é o método ou procedimento científico, no qual a conversa com a natureza ocorre por meio de perguntas (hipóteses) e as respostas chegam por meio de experimentos científicos. Dessa forma, a experimentação é a maneira de aquisição de conhecimentos na qual o pesquisador fixa, manipula e introduz variáveis no objeto de estudo (exemplo: química, física, biologia ou ecoturismo), coletando informações quantitativas e/ou qualitativas.

A grande vantagem da pesquisa é que as perguntas podem ser testadas, direta ou indiretamente, por procedimentos experimentais. Isso é diferente das hipóteses não científicas, onde a veracidade ou não das per-

guntas **não pode** ser posta à prova por procedimentos experimentais, como as hipóteses teológicas ou filosóficas.

A pesquisa é geralmente entendida como uma atividade exclusivamente acadêmica, pesada e incompreensível para o público leigo ou técnico. Porém, como alguns capítulos deste Manual mostram (ver *capítulos Monitoramento e Controle de Impactos, Levantamento de Potencial Ecoturístico (Inventário)*, entre outros), a pesquisa também pode ser simples e cotidiana. Isto vai depender da pergunta que se deseja responder. Por exemplo, um agricultor deseja saber qual a profundidade adequada para colocar a semente de uma determinada planta para otimizar a produção de mudas. Para tanto, ele coloca sementes em 3 níveis diferentes de solo e observa e compara seu desenvolvimento em cada nível, atentando para diversos fatores, como por exemplo, número de mudas que nascem, rapidez do brotamento, vigor da planta, mortalidade ao longo do tempo, entre outros fatores. Em suma, a pesquisa é uma atividade importante e fundamental para o planejamento de qualquer atividade humana. Desta forma, para que o ecoturismo contribua com a conservação dos recursos naturais, e para a melhoria da condição de vida de comunidades locais, suas atividades devem ser planejadas e monitoradas com auxílio de pesquisas científicas.

### III. CAIXA DE FERRAMENTAS

Como foi explicado anteriormente, este capítulo não visa formar pesquisadores, mas sim orientar os usuários do Manual sobre os elementos e processo de realização de pesquisa. Isto será feito por meio dos seguintes itens:

1. *Pesquisa em ecoturismo*
2. *Passos da metodologia científica*

#### 1. *Pesquisa em ecoturismo*

A pesquisa deve ser integrada ao ecoturismo desde a fase de planejamento até o

manejo. Ela é muito importante para assegurar conteúdo às informações fornecidas para o ecoturista. Os resultados da pesquisa devem ser incorporados ao ecoturismo, implicando um diálogo constante com os pesquisadores. O conhecimento e a divulgação do ambiente natural e cultural é um dos pontos que asseguram qualidade a qualquer programa de ecoturismo. Por outro lado, a atividade ecoturística pode contribuir ativamente para o processo de pesquisa.

Em qualquer programa de ecoturismo, o monitoramento dos impactos deve ser previsto no planejamento, o que exige desenvolvimento de pesquisa, por meio de um programa de coleta de dados, análises e tomada de decisões. Por exemplo, o capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos* apresenta um método sistemático para a coleta e avaliação de informações sobre o ambiente visitado (no caso, trilhas). A pesquisa também não se resume ao ambiente natural. Pesquisas de diagnóstico sócio-econômico, importantes para se identificar, prever e mensurar os benefícios que uma nova atividade econômica vai gerar (no caso, o ecoturismo), são de extremo interesse para planejadores e também para financiadores de projetos. O capítulo *Participação Comunitária e Parceria* sugere um processo de coleta e avaliação de dados baseado no planejamento participativo da atividade de ecoturismo em determinada localidade. Ou seja, os métodos apresentados representam atividades de pesquisa. Entretanto, nenhum dos dois métodos corresponde ao método científico de pesquisa que muitas vezes será necessário para o estudo mais aprofundado sobre algum elemento crítico identificado no ambiente visitado, ou mesmo no processo de organização social.

#### ▲ **Envolvimento comunitário na pesquisa.**

A comunidade local é uma fonte importante (muitas vezes a mais importante) de conhecimentos sobre a região pesquisada, conhecimentos estes que obviamente devem ser incorporados ao projeto.

Pessoas da comunidade que têm conhecimentos sobre as áreas naturais podem contribuir no desenvolvimento e na operação do produto ecoturístico. Podem ainda ser capacitadas para atuar como guias ou assistentes de pesquisas de campo, pois ninguém conhece melhor sua área do que o próprio morador. Portanto, além de ser fonte de informações, a comunidade local pode contribuir na busca de informações. Deve ainda ser uma das maiores beneficiadas pelas pesquisas. Para isso, deve ser consultada e informada sobre a proposta da pesquisa e ter acesso aos respectivos resultados. Em certos casos, quando o tipo de pesquisa é aplicado e o assunto pesquisado referente a um problema da comunidade (por exemplo, de organização social), a comunidade pode participar da elaboração do objetivo e definição do método da pesquisa.

- ▲ **Envolvimento do ecoturista na pesquisa.** Muitas vezes é possível incluir um componente de pesquisa dentro do programa do ecoturista. Sob orientação do guia, o grupo de ecoturistas pode anotar observações de determinadas aves, borboletas, pegadas de animais, etc. Para ser útil, o programa tem que ser bem orientado e vistoriado.

O extremo de envolvimento de ecoturistas em pesquisa tem seu exemplo clássico nos programas de organizações como o *Earthwatch*, nos quais voluntários (que arcam com suas próprias despesas de transporte, alimentação e estadia) trabalham como assistentes de um projeto de pesquisa.

- ▲ **Envolvimento do pesquisador no ecoturismo.** Às vezes é possível mostrar como são desenvolvidas as pesquisas. Os pesquisadores devem ser encorajados a fazê-lo, atuando como guias especializados para demonstração de campo ou por meio de palestras e debates com o ecoturista, sem muita formalidade. Eventualmente, um bate-papo na hora do jantar cumpre esse papel.

Em alguns casos, a critério do pesquisador e se for de interesse do projeto, o ecoturista pode conhecer o andamento da pesquisa no campo, como por exemplo na observação e auxílio na coleta de aves por meio de redes, ou na visita para observação de um plantio agrícola experimental. Deve-se atentar para que as visitas não interfiram no experimento e que o pesquisador responsável sempre esteja presente.

- ▲ **Elaboração de roteiros e eventos científicos.** Se entre os objetivos do projeto estiver a pesquisa científica, e esta já possuir experimento em andamento, dados já disponibilizados e resultados para análise, pode-se oferecer ao mercado roteiros de interesse científico, destinados a pesquisadores e estudantes universitários. Os grupos devem ser pequenos e o responsável pelo projeto deve ser também o responsável pela elaboração e condução do roteiro. Pode-se também pensar na promoção de encontros científicos que tenham como base os equipamentos e os recursos naturais e culturais da região, que seriam utilizados como estudos de caso. Para esse fim, utiliza-se o espaço do empreendimento (pousada, sítios de pesquisa), cobrando-se taxas de administração, contribuindo para a divulgação e enriquecimento do produto. Universidades próximas à região de influência do projeto, principalmente aquelas que possuem cursos na área biológica e do turismo, devem ser encorajadas e convidadas a realizar visitas técnicas e pesquisas espontâneas (pequenos diagnósticos) e contribuindo para o fortalecimento e amadurecimento da atividade. Na Amazônia, um barco-escola de uma universidade local leva seus estudantes para conhecer experiências de turismo, e contribui para construção de ferramentas úteis para o produto, tais como páginas na internet, folhetos promocionais e treinamentos de mão-de-obra diversos.



Algumas estruturas usadas tradicionalmente na pesquisa se prestam como excelentes facilidades para o ecoturismo. Alguns exemplos:

a) **Walkways (passarelas), trilhas ou transectos:**

São trilhas desenhadas de forma a causar o menor impacto possível no ambiente que se está estudando. Podem ser feitas no nível do solo ou suspensas, no caso de áreas alagadas ou quando se quer estudar espécies de copas de árvores.

b) **Blinds:**

São estruturas construídas e, preferencialmente camufladas ou mimetizadas no ambiente, para facilitar pesquisas que envolvem a observação de fauna. São pequenas casinhas de madeira ou mesmo de lona, montadas no ambiente onde há maior probabilidade de se encontrar animais. Nas paredes existem pequenas aberturas em tamanho suficiente para que o observador veja os animais a olho nu ou usando binóculo.

2. *Passos da metodologia científica*

**E**m alguns casos será necessário complementar as atividades de pesquisa simples apresentadas em outros capítulos do Manual com pesquisas mais rigorosas, que sigam o **método** científico. No caso de um projeto de ecoturismo, caso os sistemas de monitoramento (seja de impacto de visitação em trilhas, seja de atividades apresentadas em outros capítulos) indiquem que há algum problema mais grave ocorrendo, sem que seja possível identificar as suas causas com as informações existentes (e consequentemente elaborar estratégias para solucioná-lo), é necessário proceder à realização de pesquisa seguindo o método científico (especialmente no caso de impactos biológicos e ecológicos).

Uma vez que se tenha optado pela pesquisa científica, o primeiro passo a ser seguido refere-se à viabilização técnica e financeira da pesquisa. Ou seja, montagem

de uma equipe de pesquisa e necessidade de utilização de materiais e equipamentos, busca de apoio financeiro e parcerias institucionais que garantam a continuidade da pesquisa pelo período necessário. Uma vez montada a equipe, procede-se à aplicação do método científico para desenvolver a pesquisa.

A metodologia científica é um conjunto de técnicas e processos que visam a formulação e solução dos problemas de maneira objetiva e sistemática. Desta forma, diante de um problema os procedimentos podem ser resumidos nas etapas apresentadas a seguir. Para efeito de melhor compreensão, daremos um exemplo prático após a apresentação de todas as etapas.

- ETAPA 1 ▶ **Formulação de uma hipótese**  
A primeira etapa é a formulação de uma hipótese (pergunta) que, de acordo com certos critérios, pode ser ou não rejeitada. Esse conceito é denominado "Princípio da falsidade".
- ETAPA 2 ▶ **Desenvolvimento do experimento**  
Escolher uma situação com o objetivo de testar a hipótese (pergunta), identificando todos os métodos e técnicas (inclusive computacionais e estatísticos) a serem usados na pesquisa. Assim, testaremos a Hipótese 1 e se ela for falsa, isto significa que a alternativa oposta (o que queremos constatar) ganha credibilidade.
- ETAPA 3 ▶ **Coleta sistemática de dados**  
Coletar as informações de maneira sistemática. Nessa fase, os seguintes passos devem ser sempre seguidos:
- ⇒ *Estudos observacionais* (estudos de campo, coleta de dado, etc.).
  - ⇒ *Estudos experimentais* (manipulação das variáveis

- de estudo, coleta de resultados).
- ⇒ *Medição e comparação de dados de desempenho, uso, impacto etc.* (quando for pesquisa metodológica).
- ETAPA 4 ▶ **Análise dos dados**  
O tipo de análise depende dos tipos de variáveis coletadas, tamanho e número de grupos, etc. Existem diversos manuais e livros estatísticos que são fundamentais nesta etapa e diversos programas de software de fácil manipulação.
- ETAPA 5 ▶ **Conclusões e recomendações**  
Com base nos resultados oriundos da análise dos dados, a hipótese elaborada é rejeitada
- Etapa 6 ▶ **Divulgação dos resultados**  
Os principais resultados e conclusões da pesquisa devem ser divulgados, para que possam ser conhecidos por aquelas pessoas e instituições que influenciam o assunto pesquisado, e para que as recomendações possam ser aplicadas. As formas de comunicação podem ser oral (palestras, seminários, congressos, televisão, rádio etc.) ou escrita (relatórios, artigos científicos, internet, revistas, jornais etc.).

EXEMPLO:

PESQUISA SEGUNDO O MÉTODO CIENTÍFICO

Suponha que você é responsável por uma área muito visitada por ecoturistas, devido à excelente oportunidade para observação de uma espécie de pássaro, ameaçada de extinção, que ali nidifica freqüentemente. Alguns trechos de vegetação onde as aves nidificam são atravessados por trilhas usadas pelos ecoturistas. Suponha que o número de ninhos ativos dessa espécie tem diminuído ao longo dos anos (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos* sobre como esta informação pode ser gerada). Logo, você tem um grande problema em suas mãos: será que essa redução é resultante da visitação, de algum problema na dinâmica populacional natural desta espécie ou de qualquer outra variável ambiental? Como resolver esse problema? O sistema de monitoramento e controle de impactos sugerido no capítulo de mesmo nome pode ser utilizado para assegurar a coleta mínima de informações a este respeito; entretanto, a melhor estratégia, neste caso, é a pesquisa, seguindo os passos descritos na caixa de ferramentas e detalhados a seguir.

Antes de dar início ao processo da pesquisa propriamente dita, é necessário montar uma equipe de trabalho, envolvendo minimamente membros da equipe responsável pelo manejo do ecoturismo e/ou proteção da área (seja uma unidade de conservação ou uma propriedade particular), e um ou mais pesquisadores especializados no assunto em questão (aves).

A realização de pesquisa pode durar um bom tempo e consumir recursos financeiros elevados. Assim, o ideal é desenvolver uma parceria com instituição de pesquisa que possa garantir não só a continuidade e qualidade da pesquisa, mas também ser co-responsável pelos gastos advindos da pesquisa. A parceria institucional também facilitará a pesquisa na disponibilização de equipamentos especializados.

PESQUISA SEGUNDO O MÉTODO CIENTÍFICO (continuação)

EXEMPLO:

- ETAPA 1 ▶ **Formulação de uma hipótese:** Uma vez montada a equipe de pesquisa, a primeira etapa é desenvolver uma hipótese composta por duas alternativas opostas, sendo a primeira aquela que se vai testar, e a segunda a que realmente se deseja averiguar:  
*Hipótese 1:* A visitação nas trilhas não causa impacto no número de ninhos ativos da espécie.  
*Hipótese 2:* A visitação nas trilhas causa impacto no número de ninhos ativos da espécie.  
 Lembre que esta é a fase fundamental do procedimento científico. Você deve discuti-la com a equipe de trabalho e com outras pessoas que possam colaborar com conhecimento sobre o tema ou sobre a área, pois, se a pergunta for mal formulada, todas as etapas posteriores ficarão seriamente prejudicadas. Em bom português: lixo entra, lixo sai.
- ETAPA 2 ▶ **Desenvolvimento do experimento:** A próxima etapa consiste em desenvolver um experimento para a coleta dos dados necessários para testar a hipótese, ou seja, inicia-se a construção do experimento ou "desenho experimental". No nosso exemplo, vamos selecionar algumas trilhas onde os pássaros fazem seus ninhos. Por exemplo, seis trilhas que serão posteriormente divididas em dois grupos:  
 Grupo 1: As trilhas 1 a 3, a visita será interditada. Em pesquisa, esse grupo é denominado "grupo controle";  
 Grupo 2: Nas trilhas 4 a 6, a visita será normal. Esse é o "grupo experimental".
- ETAPA 3 ▶ **Coleta sistemática de dados:** Em cada uma das seis trilha serão computados todos os locais de nidificação da espécie de pássaro (por exemplo, uma árvore). A partir daí serão monitorados os ninhos ativos durante todo o período de reprodução, nos dois grupos de trilhas.
- ETAPA 4 ▶ **Análise dos dados:** Nessa etapa, os dados coletados durante o experimento serão analisados de maneira sistemática, usando-se preferencialmente testes estatísticos para uma melhor fundamentação dos resultados do trabalho.
- ETAPA 5 ▶ **Conclusões e recomendações:** A rejeição da Hipótese 1 dá suporte à Hipótese 2, de que a visitação nas trilhas causa diminuição no número de ninhos ativos da espécie. Portanto, esse estudo mostra a necessidade de se buscar soluções para eliminar ou minimizar o problema.  
 Uma vez identificado o problema, a equipe de manejo do ecoturismo na área, juntamente com a equipe de pesquisa, deve reunir-se para definir ações de manejo que sejam adequadas (ver capítulo *Monitoramento e Controle de Impactos*).
- ETAPA 1 ▶ **Divulgação dos resultados:** Para finalizar a atividade de pesquisa, devem ser divulgados os resultados da melhor maneira possível, conforme abordado na Etapa 3. Nesse caso, é muito importante que o visitante da área seja informado dos possíveis impactos que sua visita pode causar à espécie e sobre as regras de comportamento para melhor preveni-los.

## V. RISCOS E RECOMENDAÇÕES

Como qualquer atividade humana, a pesquisa científica será prejudicada ou até mesmo inviabilizada por uma série de problemas. Entre os principais problemas podemos citar:

- ❑ **Perguntas mal formuladas:** lembre-se de que todo processo científico é direcionado a responder uma pergunta (hipótese). Portanto, se a pergunta é mal formulada, todas as etapas seguintes ficam comprometidas.
- ❑ **Dados mal coletados.**
- ❑ **Análises malfeitas.**
- ❑ **Não uso dos resultados obtidos** como instrumento de planejamento e gestão da atividade ecoturística.

As principais recomendações para evitar riscos no desenvolvimento da pesquisa são:

- ❑ As perguntas (hipóteses) devem ser formuladas de maneira clara e detalhadamente discutidas entre as partes envolvidas. Lembre-se novamente de que esta fase é fundamental para que a pesquisa traga benefícios, ao invés de problemas.

- ❑ Pedir ao pesquisador cópia de seu projeto de pesquisa. Quando a pesquisa envolver coleta de materiais, certificar-se sobre o destino que será dado aos mesmos. Além disso, o pesquisador deverá comprometer-se em enviar cópia de seu relatório final e de quaisquer publicações resultantes dessa pesquisa.
- ❑ Para evitar os problemas resultantes da realização incorreta da pesquisa, aconselha-se a formação de parcerias com instituições de ensino (Universidades) e/ou de Centros de Pesquisa.

Para finalizar, apesar de estar trabalhando em equipe com os manejadores da área, deve-se lembrar que o principal agente da pesquisa é o pesquisador especializado. Portanto, é essencial que ele tenha habilidades para planejar, conduzir e concluir a pesquisa, levantar e conhecer a literatura científica relacionada ao tópico, utilizar os conhecimentos e experiência adquiridos durante a realização da pesquisa e contribuir com o enriquecimento e a divulgação do conhecimento.

## ESTUDO DE CASO

### PROJETO TAMAR

*PESQUISA COMO INSTRUMENTO DE MARKETING*

**D**esde o início de suas atividades, em 1980, o Programa Brasileiro de Conservação e Manejo das Tartarugas Marinhas (TAMAR/IBAMA) atua em diversos sítios reprodutivos ao longo da costa brasileira, procurando integrar ao projeto as comunidades que originalmente se beneficiavam das espécies de tartarugas marinhas como recurso alimentar. Ao longo dos anos, o TAMAR foi expandindo as atividades pelo litoral, criando novas frentes de trabalho e desenvolvendo com criatividade várias estratégias para buscar a auto-sustentabilidade. As duas atividades melhor sucedidas na geração de recursos próprios foram a venda de produtos com a marca do Projeto TAMAR e o ecoturismo. Em ambos os casos o Projeto TAMAR valeu-se das informações geradas pelo seu programa de pesquisa para oferecer produtos únicos para o público.

A produção científica do TAMAR, a partir de meados da década de 90, decolou, com a consolidação das principais estações (Coordenações Regionais) e com a criação das Coordenações Técnicas. Vários aspectos tornaram o TAMAR pioneiro: o envolvimento comunitário, a criação de Unidades de Conservação Marinhas

## ESTUDO DE CASO (Cont...)

e Litorâneas, a idealização de Centros e Parques de Visitação Turística, passando pela participação efetiva em discussões internacionais (Redes de conservação de tartarugas marinhas no mundo, como o Wide Cast e MTSG-IUCN).

Muitos resultados podem ser comemorados nos últimos 20 anos: 3 milhões de filhotes liberados, mais de 100 trabalhos científicos publicados, centenas de estudantes e profissionais capacitados. Esses fatores, associados ao carisma e docilidade das tartarugas, e à divulgação na mídia nacional e internacional, tornaram esse animal uma referência brasileira de um bem-sucedido projeto de conservação, além de uma marca de mercado extremamente forte.

**Atividades em Fernando de Noronha**

Em Fernando de Noronha não foi diferente. Em 1995, com o aumento do fluxo turístico no arquipélago, o TAMAR idealizou e construiu, em parceria com o WWF, Fundação O Boticário de Proteção à Natureza e com a Petrobrás, o **Centro de Visitantes/ Museu Aberto da Tartaruga Marinha de Fernando de Noronha**, mais uma iniciativa pioneira na região. Vídeos, painéis, fotos, pequeno acervo de material biológico e o quiosque do CD-ROM do TAMAR também estão disponíveis aos visitantes, além da Lojinha, Café e serviços públicos, como telefone e caixa de coleta de correios.

A criação desse espaço proporcionou a concentração de grande parte dos turistas que visitam o arquipélago, principalmente à noite, quando acontecem, de domingo a domingo, palestras sobre programas diversos, que não se resumem a temas marinhos. História, geografia, pesquisas em ecologia são alguns dos temas tratados, transformando o Centro de Visitantes numa referência como centro educativo e informativo.

Dentro do programa de turismo participativo, algumas atividades do Projeto TAMAR podem ser acompanhadas por visitantes. Realizado desde 1992, foi intensificado a partir de 1994 com a campanha “Adote uma tartaruga marinha”. A partir de 1997, foi formado o Grupo de Guias-mirins do TAMAR, com crianças entre 9 e 13 anos, outra parceria entre o TAMAR e o WWF-Brasil, que formam hoje a linha de frente contra a extinção das tartarugas marinhas.

Além de proporcionar atrativos e serviços aos visitantes, o **Centro de Visitantes / Museu Aberto da Tartaruga Marinha** é um local aconchegante, considerado uma referência para a educação ambiental no arquipélago. O Projeto TAMAR busca a sua auto-sustentabilidade por meio da venda de material de divulgação, programas de adoção e atividades participativas. Atualmente, mais de 80% dos recursos do TAMAR em Fernando de Noronha são provenientes das atividades ligadas ao fluxo turístico no arquipélago, que geram inúmeros empregos diretos e indiretos.

**V. BIBLIOGRAFIA**

REJOWSKI, Miriam. 1998. *Turismo e Pesquisa Científica*. Campinas. Papirus.

# Glossário unificado em turismo e meio ambiente

*Termos e conceitos em português e inglês usados neste Manual e comumente utilizados em turismo e meio ambiente.*

**Abiótico** – Componente não-vivo do meio ambiente, como o solo, o ar ou a água.

**Ação Antrópica** – Tudo que resulta de interferência humana no ambiente, podendo ser positiva ou negativa.

**Adaptação** – Processo terminal de ajustamento fenotípico ou genético, de organismos ou populações, às condições ambientais particulares, que lhes permitam sobreviver, reproduzir e desenvolver.

**Aeróbico** – Relativo a um organismo que necessita de oxigênio para sobreviver.

**Agência de Ecoturismo** – agência de turismo especializada que respeita os princípios do ecoturismo e comercializa produtos ecoturísticos.

**Agente emissor** – quem envia e agencia o turista.

**Agente receptor** – quem recebe e presta serviço ao turista.

**Agência de Turismo** – cabe à Agência de Viagens e Turismo, e somente a ela, a operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários (MICT/EMBRATUR, 1980). Conforme os serviços que estejam habilitadas a prestar, e os requisitos para seu registro e funcionamento, as Agências de Turismo classificam-se em duas categorias, a Agência de Viagens e Turismo, conhecida no mercado como agência operadora, pois desenvolve e vende roteiros e produtos de turismo e a Agência de Viagens, que apenas comercializa para o público final. As Agências de Turismo são

sociedades que têm por objetivo social, exclusivamente, as atividades de turismo definidas no Decreto nº 84.934 de 1980. São elas:

**I** - venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões;

**II** - Intermediação remunerada na reserva de acomodações;

**III** - recepção transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante;

**IV** - representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem outras prestadoras de serviços turísticos;

**V** - divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos serviços mencionados nos itens acima.

**Agricultura de "corta e queima"** – Prática de fazer derrubada de árvores seguida do uso de fogo para preparar a terra para lavoura; após alguns anos, a área é abandonada ou transformada em pastagem, exigindo a mudança das lavouras para nova área de floresta ou capoeira.

**Agroflorestal** – sistema de cultivo combinado envolvendo árvores, frutíferas e madeiras, nativas e espécies agrícolas adaptadas aos vários estágios de crescimento das árvores.

**Agrotóxico** – Pesticida utilizado na agricultura.

**Água subterrânea** – É a água armazenada nos aquíferos e no solo abaixo do lençol freático. As águas subterrâneas estão expostas a duas grandes ameaças. A primeira é sua redução, como resultado

do consumo excessivo ou superexploração (uso com proveito econômico). A segunda é a poluição proveniente de vazamentos dos aterros e de outras fontes de substâncias tóxicas, principalmente dos produtos químicos utilizados na agricultura.

*Airline* – Companhia aérea.

*Airpass* – Passe ou passagem aérea vendida pelas companhias para vôos regionais no exterior.

Alfabeto aviário - Conjunto de palavras utilizadas para informar, sem erros, as letras que compõem, por exemplo, um código de reserva.

A - Alfa	J - Juliet	S - Sierra
B - Bravo	K - Kilômetro	T - Tango
C - Charlie	L - Lima	U - Urbano
D - Delta	M - Mick	ou uniform
E - Eco	N - November	V - Vitor
F - Fox	O - Oscar	W - Whisky
G - Golf	P - Papa	X - Xadrez
H - Hotel	Q - Quebec	Y - Yank
I - Índia	R - Romeu	Z - Zulu

*ALI (Additional Liability Protection)* – Ou seguro para terceiros, no caso de locação de veículos, dá proteção adicional contra danos pessoais e materiais causados a terceiros.

*All inclusive* – Termo normalmente associado à hotelaria. Determina o sistema no qual todas as despesas (como refeições, bebidas alcoólicas e até gorjetas) estão incluídas no valor da diária paga pelo hóspede.

*All suites* – Hotel que possui apenas suítes – apartamentos com uma sala anexa.

*Ambiente* – Todos aspectos condicionantes que possam de alguma forma ter influência sobre a atividade que se pretende desenvolver, correspondendo às forças externas, condições e circunstâncias que propiciam a existência desta, incluindo-se as fontes de riscos. O ambiente deve incluir as tecnologias empregadas, os clientes, o mercado, a política estratégi-

ca em relação ao tema, ambiente, físico, químico e biológico e suas inter-relações (reais e potenciais). Deverão ser levados em conta os distintos aspectos referidos com elementos bióticos, abióticos, mecanismos de integração, dinâmica (real / potencial) de populações, elementos potenciais de permitir / inibir a existência de certos ecossistemas (naturais / modificados / introduzidos), além de outros fatores que se façam necessários de serem avaliados em função de algumas especificades de projetos a serem apresentados.

*Anaeróbico* – Organismo que não necessita de oxigênio para sobreviver.

*Análise custo-benefício* – Método utilizado pelos economistas para determinar a viabilidade de um projeto. Os benefícios financeiros de um projeto são divididos pelo seu custo total durante toda a sua duração. Se o número obtido for superior à unidade, o projeto é considerado válido. Parece ser uma abordagem simples e direta, mas é difícil atribuir um valor monetário a alguns benefícios e custos, como a preservação de uma espécie ou a qualidade do ar.

*Andaime* – armação de madeira ou ferro usado em construção civil como apoio para os operários levantarem uma obra.

*Animais taxidermizados* – peles de animais especialmente tratadas e montadas como se o animal ainda estivesse vivo. São os animais empalhados.

*Antropogênica* – relativo ao estudo das origens e da evolução do homem.

*Aquífero* – Formação geológica que armazena água no subsolo. Os aquíferos são objeto de acirrados debates em áreas que dependem deles para o fornecimento de água doce. O consumo da água proveniente de um aquífero por populações urbanas, agricultores e indústrias com frequência excede a taxa de reposição natural. Baixos níveis dos aquíferos podem resultar na insuficiência de água, na sua contaminação – de-

- vido ao aumento da salinidade e do teor dos diversos minerais nela dissolvidos – e na formação de "sink holes" (depressões no terreno causadas pela superexploração do aquífero).
- Área controle – em pesquisa, refere-se à área ou amostra que não sofre qualquer tratamento ou interferência da pesquisa, ou seja é mantida em seu estado original para ser usada em comparação das mudanças resultantes de interferências em outras áreas.
- Área de influência direta – É a área necessária à implantação das obras atividades, propriamente dita, bem como aquelas que envolvem a infra-estrutura de operacionalização de testes, plantios, armazenamento, transporte, distribuição de produtos/insumos/água, além da área de administração, residência dos envolvidos no projeto e entorno. São as áreas (laboratórios/campos) diretamente abrangidas.
- Área de influência indireta – É o conjunto ou parte dos municípios envolvidos, tendo-se como base a bacia hidrográfica abrangida. Na análise socioeconômica, esta área pode ultrapassar os limites municipais e inclusive os da bacia hidrográfica.
- Arrival* – Desembarque.
- Arte-ambiente – Programas educativos, artístico ou culturais que se inspiram nos processos da natureza, utilizam materiais naturais de fontes renováveis ou contribuem para a conscientização ecológica.
- Arunk* – Abreviatura do inglês "*Arrival Unknown*" que significa "chegada desconhecida"; é usado quando o passageiro tem uma data de saída de um destino, sem que no mesmo bilhete aéreo conste a data em que chegou àquele mesmo destino.
- Assoreamento – Obstrução de um rio ou canal, por areia ou outro material, tornando os rios rasos e diminuindo as condições de vida para determinadas espécies de peixes, animais etc.
- Aterro sanitário – Método de dispor resíduos sólidos, que são compactos e enterrados. Em geral, são escavações forradas com plástico ou argila, os quais possuem um sistema de coleta de "chorume" (líquido que contém substâncias dissolvidas, retiradas de sólidos permeáveis com altos teores de tais substâncias. Por exemplo, os aterros sanitários geram chorume que, com frequência, está contaminado por substâncias tóxicas e ameaça as águas subterrâneas).
- Ativo – em contabilidade, indica a parte do balanço que mostra como os recursos da empresa estão aplicados. Por exemplo, dinheiro aplicado no banco, veículos, terrenos, construções, etc.
- Atrativo – é o recurso trabalhado que motiva o deslocamento temporário dos turistas. Pode ser natural ou cultural.
- Avaliação de riscos – a identificação, medição e priorização dos riscos .
- Bacia – Área na qual um rio capta sua água. O termo também é utilizado para descrever as fontes de água de lagos e regiões.
- Bactérias – Organismos de uma única célula, algumas espécies sendo parasitas de animais ou vegetais.
- Ballroom* – Salão de eventos, como festas, congressos e bailes.
- Bason* – sanitário seco para compostagem.
- Bed & Breakfast* – Literalmente, cama e café da manhã. Termo normalmente utilizado para designar hospedagem econômica.
- Bell boy* – Mensageiro; termo, associado principalmente aos hotéis
- Biodegradável – Substância que pode ser decomposta mediante a ação de seres vivos (como bactérias ou microorganismos), formando produtos inócuos, inofensivos.
- Biodiversidade – Abrangência de todas as espécies de plantas, animais e microorganismos, e dos ecossistemas e processos ecológicos dos quais são parte.
- Biogeografia – Estudo multidisciplinar, centrado numa perspectiva ecológica, que analisa a distribuição espacial, atual e passada,



de plantas e animais, levando em consideração fatores histórico-causais.

**Bioma** – (do grego *bios*, vida + *ome*, massa) Amplo conjunto de ecossistemas terrestres, caracterizados por tipos fisionômicos semelhantes de vegetação com diferentes tipos climáticos.

**Biomassa** – Peso total de todos os seres vivos em um determinado ambiente ou em uma amostra. O tempo também é utilizado na descrição de materiais orgânicos que podem ser empregados como combustível – material vegetal seco, lenha, resíduos orgânicos etc.

**Biosfera** – Sistema integrado de organismos vivos e seus suportes, compreendendo o envelope periférico do planeta Terra com a atmosfera circundante, estendendo-se para cima e para baixo até onde exista naturalmente qualquer forma de vida.

**Biossegurança** – é o conjunto de ações voltadas para a prevenção, minimização ou eliminação dos riscos inerentes às atividades de pesquisa, produção, ensino, desenvolvimento tecnológico e prestação de serviços, riscos que podem comprometer a saúde do homem, dos animais, das plantas, do meio ambiente.

**Biotecnologia** – aplicação de processos biológicos à produção de materiais e substâncias para o uso industrial, medicinal, farmacêutico, etc. São exemplos – a fermentação, a produção de antibióticos como a penicilina, obtenção de insulina e métodos de controle biológico.

**Biótico** – Componente vivo do meio ambiente, como os animais, as plantas e os micro-organismos.

**Boarding-Pass** – Cartão de embarque contendo os principais dados da passagem (destino, nome do passageiro, poltrona e os números do voo).

**Braztoa** – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo.

**Bridge** – Ponte; no caso dos navios, Ponte de Comando.

**Budget** – Termo que, quando associado a um hotel, designa um tipo de empreen-

dimento econômico.

**Business travel** – Viagem de negócio.

**By night** – Passeio noturno pela cidade.

**Camada de ozônio** – Camada de gás ozônio situada na estratosfera, a qual filtra a perigosa radiação ultravioleta-B (que está associada ao aumento na frequência de câncer de pele, cataratas em mamíferos e danos às lavouras). A camada de ozônio diminuiu nas últimas duas décadas, em especial sobre o Hemisfério Sul. Muitos cientistas atribuem a redução da camada de ozônio a um aumento no teor de cloro na atmosfera, resultante da liberação de CFCs (Ver cloro-fluorcarbonos). Outros acreditam que a camada de ozônio flutua de acordo com um ciclo natural de longo prazo. Independentemente da causa, a camada de ozônio sobre a Antártida fica, periodicamente, tão fina que os cientistas criaram a expressão buraco de ozônio.

**Canopy walkway** – passarelas de copada, são estruturas que possibilitam a observação da flora e de avistamento eventual de fauna (aves, primatas) “por dentro” da copa ou ramagem das árvores, ponto de vista diferente do normal à dimensão humana (de baixo para cima). São construídas em estruturas pênseis, de um ou mais lances, apoiados em torres e/ou plataformas suspensas. As torres de copada (do inglês canopy towers), são construídas ao lado ou no entorno de “árvores-tema”, que devem ser escolhidas dentre espécies que se destaquem pela altura, forma ou dimensão do tronco e permitir uma interpretação vertical. Torres de copada podem fazer parte de passarelas de copada (início/intermediário/fim). As torres são complementos e alternativas de menor investimento que passarelas.

**Canteiro** – espaço externo no entorno de uma construção.

**Carry on** – Bagagem de mão que os passageiros podem levar consigo, sem a necessidade de despachar

Casa de vegetação – refere-se a uma estrutura com paredes, um teto e um piso, projetada e usada, principalmente, para o crescimento de plantas em ambiente controlado e protegido. As paredes e o teto são geralmente construídos de material transparente ou translúcido para permitir passagem de luz solar.

*CDW (Collision Damage Waiver)* – Termo utilizado em locação de veículo, é o seguro do carro contra roubo, furto, colisão ou incêndio, sem pagamento franquia.

Cenários de risco – método para identificar e classificar os riscos através da aplicação criativa de eventos prováveis e suas consequências. É usado tipicamente com técnicas de brainstorming ou outra, que estimulem “o que pode acontecer”.

*Charter* – Vôo fretado, geralmente mais barato que o regular, com saída única (mesmo que dentro de uma série), e datas pré-determinadas.

*CHD* – Abreviatura de *children* (criança). Há variações, mas normalmente é para passageiros com idade de 2 a 11 anos.

*Check-In* – Procedimento de embarque realizado no aeroporto junto ao balcão da companhia aérea; ou procedimento de entrada em hotel.

*Check-Out* – Procedimento de saída em hotel.

Chorume – líquido poluente resultante da decomposição de resíduos sólidos dispostos em aterros sanitários e lixões, que podem provocar a contaminação do lençol freático ou das águas superficiais de rios do entorno.

Chuva ácida – Precipitação (chuva) com PH inferior ao normal. Precipitação ácida seria, de fato, o termo mais preciso pois a neve, o granizo e a mistura de chuva com neve também podem ser ácidos. A precipitação normal é apenas ligeiramente ácida. Já a ácida é causada por emissões de enxofre e óxidos de nitrogênio na queima de combustíveis fósseis. Os óxidos de nitrogênio reagem na atmosfera, produzindo ácido nítrico

(HNO<sub>3</sub>), óxidos de enxofre e ácido sulfúrico (H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>). A chuva ácida pode prejudicar a reprodução dos animais aquáticos, causar danos às plantações, construções e automóveis, entre tantos outros efeitos nocivos.

Ciclo de nutriente – Rota do nutriente através do ecossistema, desde sua assimilação pelos organismos até sua liberação por decomposição ou evapotranspiração.

Ciclo hidrológico – Movimento da água através do ecossistema. O ciclo depende da capacidade da água de estar presente nas formas líquidas e gasosa. O ciclo tem quatro fases – evaporação, condensação, precipitação e deflúvio.

*City tour* – Passeio turístico pelos principais pontos de uma cidade.

Clinômetro – instrumento usado para medir a declividade de terrenos.

Clorofluorcarbonos/CFCs – Gases inertes fabricados para uso em sistemas de ar condicionado e refrigeração e como solventes industriais. Quando liberados, os CFCs migram à atmosfera superior, onde destroem a camada de ozônio que protege a Terra.

*Code Share* – Código compartilhado; acontece principalmente quando duas companhias aéreas utilizam o mesmo avião em determinada rota.

Código de ética para o ecoturismo – conjunto de diretrizes que orientam as atividades e serviços, de modo que os princípios do ecoturismo sejam respeitados. Embora não haja obrigatoriedade de sua adoção, selos verdes estão sendo criados para valorizar produtos ecoturísticos que adotem estas diretrizes.

*Coffee Break* – Lanche rápido oferecido no intervalo dos eventos.

Coliforme fecal – Tipo de bactéria normalmente presente no intestino grosso dos mamíferos. Quando presente na água, no solo, ou nos alimentos, serve como indicador de contaminação fecal por animais ou seres humanos. Sua ingestão pode causar doença e morte.

*Collect call* – Ligação telefônica a cobrar.

Coluna da água – pressão exercida sobre o mergulhador, variável de acordo com a profundidade e características físico-químicas da água.

Combustíveis fósseis – Principal fonte de energia nas sociedades modernas, esses combustíveis, que têm como base o carbono, são constituídos pelos restos orgânicos de organismos fossilizados. O carvão de pedra e o petróleo são os dois principais combustíveis fósseis. O gás natural é uma subcategoria do petróleo, já que é gerado durante a formação do petróleo.

Complexo turístico – Conjunto de equipamentos, serviços e atrativos turísticos concentrados em uma área, onde os visitantes têm condições de permanecer por vários dias. Embora disponha de uma certa infra-estrutura turística de alimentação, hospedagem, entretenimento, não se constitui em um centro urbano.

Compostagem – Processo de tratamento dos resíduos orgânicos capaz de produzir adubo orgânico.

Comunidade local – pessoas residentes em uma região visitada.

Comunidade tradicional – grupo de pessoas "...que apresentam um modelo de ocupação do espaço e uso dos recursos naturais voltado principalmente para a subsistência, com fraca articulação com o mercado, baseado em uso intensivo de mão de obra familiar, tecnologias de baixo impacto derivadas de conhecimentos patrimoniais e, via de regra, de base sustentável. Estas populações – caiçaras, ribeirinhos, seringueiros, quilombolas e outras variantes em geral ocupam a região há muito tempo, não têm registro legal de propriedade privada individual da terra, definindo apenas o local de moradia como parcela individual, sendo o restante do território encarado como área de uso comunitário, com seu uso regulamentado pelo costume e por normas compartilhadas inter-

amente" (ARRUDA, 1997).

Comunidade – Conjunto de populações co-ocorrentes e que usualmente interagem de forma organizada em uma determinada área (biótopo). O mesmo que biocenose.

*Conciergerie* – Departamento responsável pela assistência às pequenas necessidades dos hóspedes, que necessariamente não são atendidas pelo hotel. Por exemplo: compra de ingressos para shows e envio de flores.

Condutor de Visitantes – chama-se condutor de visitantes a pessoa residente na região, capacitada para acompanhar o visitante dentro da mesma e no seu entorno, e muitas vezes credenciada pelo órgão gestor da Unidade de Conservação.

Conexão – Termo associado principalmente aos vôos; designa a necessidade de troca de aeronave em um determinado aeroporto para o prosseguimento da viagem até o destino final. Exemplo: do Rio de Janeiro para Manaus, com conexão em Brasília.

Consangüinidade – Cruzamento entre parentes de sangue. Essa prática favorece o enfraquecimento das raças.

Conservação – Sistema flexível ou conjunto de diretrizes planejadas para o manejo e utilização sustentada dos recursos naturais, a um nível ótimo de rendimento e preservação da diversidade biológica. Manutenção de áreas naturais preservadas por meio de um conjunto de normas e critérios científicos e legais. Pode ser classificado também como manejo dos recursos naturais de forma a conseguir alta qualidade de vida humana sustentada.

Contabilidade ambiental – Valoração dos recursos naturais, seus bens e serviços, geralmente inserida nos balanços sociais das empresas, utilizado como referência na tomada de decisões em novos e atuais investimentos. O Balanço Social é um instrumento que demonstra mone-

- tariamente os investimentos e aplicações das empresas nas áreas social e ambiental, atualmente uma tendência crescente no meio empresarial.
- Contaminante** – Qualquer substância presente num ambiente ao qual não pertença, que cause problemas estéticos e de risco à saúde. Em geral, divide-se entre contaminantes físicos e químicos.
- Controle biológico** – introdução de organismos em uma região na qual estes normalmente não existiam, com o objetivo de erradicar ou suprimir um determinado grupo alvo de espécies.
- Convention bureau** – Autarquias responsáveis pelo fornecimento de informações turísticas aos visitantes; também atuam na captação de eventos que são organizados nas cidades.
- Conversão de dívida** – Acordo financeiro pelo qual uma determinada parte da dívida externa de um país é perdoada se o país concordar em preservar suas áreas naturais. Em geral, essas conversões são efetuadas em associação com um grupo independente, como uma organização ambientalista.
- Corredor de fauna** – Área que permite o trânsito de animais silvestres entre blocos de florestas.
- Corte raso** – Derrubada total da vegetação, desmatamento.
- CRS** – Do inglês "*Computerized Reservations System*" (sistema computadorizado de reserva). Utilizado principalmente pelas agências de viagens e sites de turismo, permite consultar e fazer reservas em companhias aéreas do mundo todo, além de hotéis pertencentes a grandes redes e locadoras de veículos. Foram criados para automatizar o processo de emissão manual de bilhetes aéreos. Os maiores CRS do mundo são, em ordem alfabética, Amadeus, Galileo, Sabre e Worldspan. Veja também GDS.
- Cruise line** – Companhia de cruzeiro marítimo.
- DAC** – Sigla de Departamento de Aviação Civil, órgão federal responsável pela fiscalização e normatização da aviação comercial e executiva do País.
- Day use** – Utilização durante o dia. Termo utilizado principalmente para hotelaria, referindo-se à utilização de um quarto/apartamento apenas durante o dia e não para passar a noite. É comum em escalas entre vôos cujo o intervalo é de muitas horas. Também usado em sítios e atrativos, quando não há hospedagem, apenas atrações para usufruir em um dia.
- DBL** – abreviação de *Double* ou Quarto Duplo.
- Deck** – Termos utilizado basicamente para navios, referindo-se aos andares. É comum também a utilização do termo "ponte".
- Declividade** – inclinação de terrenos.
- Deflúvio** – escoamento superficial da água. Aproximadamente um sexto da precipitação numa determinada área escoam como deflúvio. O restante evapora ou penetra no solo. Os deflúvios agrícolas e das estradas podem ser uma importante fonte de poluição de água.
- Degradação ambiental** – Destruição do ambiente natural ou artificial, causando o desaparecimento das características originais de um determinado local.
- Departure** – Origem, embarque.
- Desenvolvimento sustentável** – Teoria segundo a qual o bem estar da humanidade depende da conservação dos recursos naturais. Em outras palavras, o desenvolvimento sustentado permite o progresso para atender às necessidades do presente, mas sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender às suas próprias necessidades.
- Desertificação** – Processo de transformação de terras não-desérticas em deserto, como resultado, em geral, de pastagem excessiva, exaustão da matéria orgânica, uso excessivo das águas subterrâneas, mudança nos padrões de precipitação etc.
- Design** – desenho.

**Desmatamento** – Perda de florestas como resultado de atividades madeireiras, agropecuárias, de mineração, ou de construção de estradas. O desmatamento pode causar erosão do solo, processos de assoreamento e perda de biodiversidade e de habitats essenciais.

**Destino ou Destinação turística** – localização de um grupo de atrações, instalações e serviços turísticos relacionados que um turista ou grupo de turistas decide visitar ou que os fornecedores decidem promover.

**Diária** – Utilizado principalmente para designar um período pelo qual está sendo feita a reserva ou pagamento. Há variações: em muitos hotéis, por exemplo, as diárias começam e terminam ao meio dia; em outros às 14 horas.

**Diversidade genética (biodiversidade)** – relativo a área com grande número de espécies diferentes.

**Early check-in** – Entrada no hotel antes do horário normal ou programado.

**Earthwatch** – Organização que intermedia trabalho de voluntários para projetos de pesquisa. O projeto de pesquisa estrutura um trabalho de campo que pode ser feito sem muito preparo e dá hospedagem e alimentação para o voluntário, enquanto o esse além de contribuir com trabalho e com recursos financeiros para pesquisa, também paga seus custos de alimentação, hospedagem e transporte. É uma forma de ecoturismo.

**Ecolodge (Ecopousada)** – alojamento cujo desenho arquitetônico está integrado ao entorno natural e cultural; sua construção é idealizada e realizada levando-se em consideração a minimização dos impactos negativos ao meio. (PELLEGRINI, 2000).

**Ecologia** – Ciência que estuda as relações dos seres vivos entre si e com ambiente.

**Ecosistema** – conjunto dos relacionamentos mútuos entre determinado meio ambiente e a flora, a fauna e os microrganismos que nele habitam, e que

incluem os fatores de equilíbrio biológico, geológico, meteorológico e atmosférico. Um lago é um bom exemplo de um ecossistema que compreende organismos e componentes que interagem dentro de uma unidade definida. As funções do ecossistema compreendem as transferências de energia, ciclagem de nutrientes e manutenção da estrutura físico-biológica. Qualquer ecossistema, seja ele degradado, parcialmente degradado ou intacto, mostra transferência de energia e ciclagem de nutrientes, mas o "bom funcionamento" de um "sistema intacto" implica que essas funções estejam dentro das taxas normais.

**Ecotécnicas** – técnicas que minimizam os impactos ambientais negativos, tanto no processo de elaboração/construção, como durante sua operação.

**Educação ambiental** – dimensão dada ao conteúdo e à prática da educação, orientada para a resolução dos problemas concretos do meio ambiente por meio de enfoques interdisciplinares e de uma participação ativa e responsável de cada indivíduo e da coletividade. Se caracteriza por incorporar as dimensões sócio-econômica, política, cultural e histórica. Deve permitir a compreensão da natureza complexa do meio ambiente e interpretar a interdependência entre os diversos elementos que conformam o ambiente, com vistas a utilizar racionalmente os recursos do meio na satisfação material e espiritual da sociedade no presente e no futuro.

**Efeito estufa** – Processo pelo qual determinados gases, principalmente o dióxido de carbono e o vapor d'água, retêm parte do calor do sol e refletem-no para a Terra. Os gases deixam passar a energia do sol de onda curta, mas absorvem a energia de onda mais longa impedindo, portanto, que o calor do sol seja refletido para o espaço. Sem esse processo natural, a Terra seria consideravelmente mais fria do que é e não poderia sustentar a vida. Muitos cientistas estão preocupa-

- dos com o aumento, nos últimos anos, das concentrações atmosféricas dos gases que provocam o efeito estufa, pois receiam que as temperaturas médias da terra aumentem como resultado desse fenômeno. A maioria dos pesquisadores concorda que está ocorrendo um aquecimento global, embora haja incerteza quanto à taxa de aquecimento e sua magnitude. Entre os "gases do efeito estufa", além do CO<sub>2</sub>, estão o metano, o óxido nitroso e os CFCs.
- Efluente** – Qualquer resíduo despejado no meio ambiente. Nem todos os efluentes causam poluição, mas toda poluição é proveniente de efluentes.
- Embratur** – Instituto Brasileiro de Turismo, órgão federal vinculado ao Ministério do Turismo.
- Endêmica** – é a qualidade daquelas espécies da flora e da fauna cuja origem e ocorrência são restritas a determinada região. Um bom exemplo é o mico-leão-dourado, espécie endêmica da Mata Atlântica de Baixada Costeira do Estado do Rio de Janeiro.
- Equilíbrio ecológico** – Equilíbrio de relações entre seres vivos e o meio ambiente (solos, rochas, corpos d'água e fatores climáticos) de uma região.
- Equipamentos e serviços de apoio** – instalações e serviços que existem para atender necessidades da comunidade, mas que são de muita utilidade para o turismo, tais como hospitais, clínicas, auto mecânicas, agências bancárias, locais de entretenimento (Barreto, 1995).
- Equipamentos turísticos** – incluem todos os estabelecimentos administrados pelo setor público ou privado que se dedicam a prestar serviços básicos para o turismo, como meios de hospedagem, meios de transporte, restaurantes e similares, locais de entretenimento, agências de viagens etc.
- Erosão** – Desgaste do solo devido ao vento, às chuvas ou a outras forças da natureza. A erosão pode ser acelerada pela agricultura, excesso de pastagem, atividade madeireira e construção de estradas.
- Escala** – Termo utilizado principalmente em relação aos vôos; parada em um determinado aeroporto, sem necessidade de troca de avião, antes da chegada ao destino final. Exemplo: de São Paulo para Fortaleza, com escala em Salvador.
- Esgoto** – Resíduos líquidos, incluindo dejetos humanos e águas servidas.
- Especiação** – processo evolutivo pelo qual surge uma nova espécie; mecanismo pelo qual uma espécie da origem a outra.
- Espécie** – A unidade da classificação taxonômica para as plantas e os animais; uma população de indivíduos similares nas suas características estruturais e funcionais.
- Estuário** – Foz de um rio ou baía, onde se misturam a água doce do rio e a água salgada do mar.
- Estudos ambientais** – todos e quaisquer estudos relativos aos aspectos ambientais, relacionados à localização, instalação, operação e ampliação de uma atividade ou empreendimento apresentados como subsídio para a análise da licença (ambiental) requerida
- E-ticket** – Abreviatura de "eletronic ticket". Dispositivo que começa a ser utilizado pelas empresas aéreas em substituição à passagem aérea emitida em papel. O viajante informa um código recebido previamente, apresenta uma identificação e recebe o cartão de embarque.
- Eutrofização** – Processo pelo qual um corpo de água adquire uma alta concentração de nutrientes, especialmente fosfatos e nitratos, que geralmente promovem o crescimento excessivos de algas. À medida que as algas morrem e se decompõem, altos níveis de matéria orgânica e organismos em decomposição esgotam o oxigênio disponível na água, provocando a morte de outros organismos, como os peixes. A eutrofização é um processo natural, de envelhe-

- cimento lento, para o corpo de água, mas a atividade humana acelera muito o processo.
- Evapotranspiração – Quantidade de água liberada do solo e de corpos d'água (evaporação) e também a proveniente de organismos vivos (transpiração). Ou seja, todo o vapor d'água naturalmente liberado num determinado local, por meio de processos físicos e biológicos.
- Excursionista – "(...) é toda a pessoa que se desloca individualmente ou em grupo para local diferente de sua residência permanente, por período inferior a 24 horas, sem efetuar pernoite." (Pellegrini, 2000, p.100). Por outro lado, o termo excursionista vem sendo considerado, historicamente no Brasil, como o visitante de áreas naturais, independente do número de dias e pernoites.
- Exóticos – organismos cujas espécies, cultivares, estirpes, linhagens ou raças, não tenham ocorrência relatada no país.
- Exploração – Exploração com fins comerciais, especialmente de recursos naturais.
- Extração de madeira – Ato de colher seletivamente árvores.
- Fact sheets* – Apostilas com resumos dos fatos básicos e interessantes sobre o ecossistema, suas espécies e sua história cultural. São um apoio para a interpretação e não devem ter mais de 2 páginas. Podem conter fotos.
- Famtour* – viagem ou visita na qual são convidadas pessoas do meio turístico e da mídia com objetivo de promoção de novos produtos turísticos.
- Fatores Abióticos – Aqueles que caracterizam as propriedades físicas e químicas da biosfera.
- Fatores Bióticos – Aqueles produzidos direta ou indiretamente por um ser vivo.
- Fatores de risco – manifestações ou características mensuráveis e observáveis de um processo que indica a presença de risco.
- Fauna – Conjunto de animais próprios de uma região.
- Ferry boat* – Meio de transporte aquático, para pessoas acompanhadas ou não por carros.
- Fertilidade – Qualidade de fértil. Terra rica em minerais e outras características necessárias à boa produção.
- FFair* – Tarifa *Fitness center* - Termo normalmente associado a hotéis; local onde ficam a sauna, sala ginástica, sala de massagem, piscina e embelezamento; chamado também de Health Club.
- Flora – Conjunto de plantas de uma determinada região.
- Floração das algas – Fenômeno em que o aumento do número de algas, num corpo d'água, interfere em outras formas de vida devido, principalmente, ao consumo do O<sub>2</sub> dissolvido na água. Esse fenômeno pode ser causado pela eutrofização. A floração das algas também pode ser denominada "boom de algas".
- Folder* – palavra da língua inglesa que se refere a um folheto, não periódico, utilizado para fins de divulgação. No caso do turismo é muito empregado para divulgação de produtos e atrativos turísticos.
- Fortait* – Roteiro de viagem feito sob medida
- Fossa séptica – tanque de sedimentação e digestão, no qual se deposita o lodo constituído pelas matérias insolúveis do despejo doméstico, sofrendo decomposição pela ação de bactérias anaeróbias.
- Free lancer* – colaborador independente.
- Fretamento – Veja "*charter*".
- Full fare* – Tarifa cheia, sem a aplicação de descontos promocionais.
- Fungos – Organismos que se apresentam sob várias formas, como mofo, orelha de pau, algumas espécies sendo parasitas de plantas ou animais.
- Gate* – Portão de embarque.
- GDS – Do inglês "*Global Distribution System*" (sistema global de distribuição). São uma evolução dos CRS e utilizados principalmente pelas agências de viagens e sites de turismo, permite consultar

e fazer reservas em companhias aéreas do mundo todo, além de hotéis pertencentes a grandes redes e locadoras de veículos. Os maiores GDS do mundo são, em ordem alfabética, Amadeus, Galileo, Sabre e Worldspan.

**Gestão Ambiental** – Aplicação de programas de utilização dos ecossistemas, baseada em teorias ecológicas sólidas, de modo que mantenha da melhor forma possível as comunidades vegetais e/ou animais como fontes úteis de produtos biológicos para o homem e, também como fontes de conhecimento científico e de lazer. A orientação de tais programas deve garantir que os valores intrínsecos das áreas naturais não sejam alterados, para o desfrute das gerações futuras. A gestão/manejo correta(o) exige primeiro o conhecimento profundo do ecossistema para o qual ele é aplicado.

**Guarda-parque** – *“Profissional que atua na ponta de ligação entre a sociedade e as áreas naturais preservadas. Misto de guia, autoridade policial, solucionador de problemas, educador e colaborador para a gestão de áreas naturais, o guarda-parque tem função de destacada importância no processo de conciliação entre o turismo na natureza e a preservação do meio ambiente”* (SENAC, 1995).

**Guia de Turismo** – É considerado Guia de Turismo o profissional que, devidamente cadastrado na EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, nos termos da Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas. O cadastramento e a classificação do Guia de Turismo em uma ou mais das classes previstas acima estará condicionada à comprovação de vários requisitos, entre eles ter concluído Curso de Formação Profissional de Guia

de Turismo reconhecido pela EMBRATUR, na classe para a qual estiver solicitando o cadastramento (MICT/EMBRATUR, 1993). Conforme a especialidade de sua formação profissional e das atividades desempenhadas, comprovadas perante a EMBRATUR, os guias de turismo serão cadastrados em uma ou mais das seguintes classes:

**I** - guia regional - quando suas atividades compreenderem a recepção, o traslado, o acompanhamento, a prestação de informações e assistência a turistas, em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais de uma determinada unidade da federação, para visita a seus atrativos turísticos;

**II** - guia de excursão nacional - quando suas atividades compreenderem o acompanhamento e a assistência a grupos de turistas, durante todo o percurso da excursão de âmbito nacional ou realizada na América do Sul, adotando, em nome da agência de turismo responsável pelo roteiro, todas as atribuições de natureza técnica e administrativa necessárias à fiel execução do programa;

**III** - guia de excursão internacional - quando realizarem as atividades referidas no item acima para os demais países do mundo;

**IV** - guia especializado em atrativo turístico - quando suas atividades compreenderem a prestação de informações técnico-especializadas, sobre determinado tipo de atrativo natural ou cultural de interesse turístico, na unidade da federação para o qual o mesmo se submeteu a formação profissional específica.

**Guia local** – Monitor ou condutor de visitantes não credenciado pela EMBRATUR.

**Habitat** – Lugar onde um animal ou planta vive ou se desenvolve normalmente, geralmente diferenciado por características físicas ou por plantas dominantes. São habitats os desertos, os lagos e as florestas.

**Health Club** – Similar a *fitness center*, indica uma área, normalmente em hotéis,



que oferece serviços como massagem, sauna, relaxamento, ginástica e condicionamento físico.

**Hipótese Gaia** – Teoria de que a Terra e sua atmosfera funcionam como um organismo auto-regulador. A hipótese utiliza o nome da deusa grega da terra. Alguns acreditam que esta teoria aponta para a fragilidade essencial da Terra e os perigos dos distúrbios causados pelo homem no meio ambiente. Outros proponentes da Hipótese Gaia enfatizam a interdependência do homem com os solos, os oceanos, as florestas, a biomassa etc. Um terceiro grupo argumenta que, por ser a Terra um organismo auto-regulador, ela poderá adaptar-se às mudanças causadas pelo homem.

**Impacto Ambiental** – Toda ação ou atividade, natural ou antrópica, que produz alterações bruscas em todo o meio ambiente ou apenas em alguns de seus componentes. De acordo com o tipo de alteração, pode ser ecológico, social e/ou econômico.

**INF** – Abreviação de "infantil", normalmente associada a criança de 0 a 1 ano.

**Infra-estrutura básica** – são os elementos essenciais à qualidade de vida das comunidades e que beneficiam complementarmente os turistas ou os empreendimentos turísticos. Elementos que, embora não sejam implantados para beneficiar exclusivamente os turistas, podem contribuir para a qualidade do produto turístico (vias de acesso, saneamento básico, rede de energia elétrica, comunicações, iluminação pública, etc.).

**Inimigos naturais** – Espécies que se alimentam de outras na natureza.

**Insetívoros** – Animais que se alimentam de insetos.

**Jet lag** – Mal-estar causada pela mudança de fuso horário; acontece normalmente após vôos de longa duração.

**Jurcaib** – Sigla de Junta de Representantes das Companhias Aéreas Internacionais

no Brasil, entidade que reúne as empresas estrangeiras com operações ou escritórios no país.

**King size bed** – Cama de casal maior que o normal, normalmente com 2m x 2m.

**Late check-out** – Saída do quarto/apartamento após o horário normal ou programado. Normalmente os hotéis dão uma tolerância de até duas horas.

**LDW (Loss Damage Waiver)** – Ou Seguro Total sem Franquia, para o caso de locação de veículo.

**Leasing** – Sistema comum principalmente na França, pelo qual o passageiro torna-se dono de um carro zero quilômetro por períodos que podem variar de 17 dias a seis meses. Depois desse tempo o carro é "recomprado" pela empresa, que não faz mais o leasing do mesmo.

**Lei 6938/81 (na forma da lei)** – 1) competência de órgãos de licenciamento ambiental (do SISNAMA) de conceder Licença Ambiental e de exigir EIA/RIMA; 2) competência do Conama de regulamentar o licenciamento ambiental e EIA/RIMA.

**Lençol freático (lençol de água subterrâneo)** – Parte da água que cai no solo, decorrente das chuvas, infiltrando-se na terra até o ponto em que alcança a camada de rocha impermeável, formando assim os lençóis d'água.

**Life boat** – Bote/barco salva-vidas.

**Lift** – Termo normalmente associado às estações de esqui, designa os "meios de elevação" que levam os esquiadores até os pontos de onde descem as pistas.

**Liquidez** – em contabilidade, o termo indica a facilidade de uma empresa em pagar suas obrigações.

**LIS (Liability Insurance Supplement)** – Termo utilizado em locação de veículos no exterior, que significa Suplemento ao seguro de responsabilidade.

**Lista de espera** – Relação com nomes de passageiros que desejam embarcar em um vôo que já está com todos os lugares

- reservados. Havendo alguma desistência ou não comparecimento, são convocados os nomes da lista.
- Lixiviados**– refere-se ao processo de lavagem dos solos em consequência do escoamento superficial da água sobre o mesmo. Solos lixiviados são aqueles que perderam seus nutrientes por meio do processo de lixiviação.
- Localizador** – Termo comum na aviação comercial, é um código que identifica uma reserva.
- Lounge** – Salão, sala de estar dos hotéis ou sala vip no caso de aeroportos.
- Lucro contábil**– o lucro apurado segundo a legislação vigente.
- Manejo florestal** – Modo de exploração da floresta observando-se os critérios técnicos e legais que visam assegurar a sustentabilidade da atividade e a conservação da diversidade biológica e dos ecossistemas.
- Maquete** – modelo construído em três dimensões de prédios, áreas naturais, etc.
- Meia pensão** – Sistema de hospedagem com café da manhã e mais uma refeição (almoço ou jantar).
- Meio Ambiente** – Conjunto de todas as condições, leis e influências externas circundantes, de ordem física, química e biológica, que interagem com um organismo, população ou uma comunidade.
- Merchandising** – a venda de produtos com logomarca. O objetivo é que o uso da logomarca estimula a venda destes produtos e assim resultando em retorno financeiro para o proprietário da logomarca.
- Mercurio** – Elemento metálico líquido, venenoso, pesado. O mercúrio é um solvente para a maioria dos metais, produzindo amálgamas. É usado em termômetros, barômetros, comutadores de luz, tintas e baterias. Uma vez no ambiente, o mercúrio persiste e se concentra na medida em que sobre na escala alimentar atingindo níveis especialmente altos nos peixes e crustáceos. A exposição prolongada ao mercúrio, por inalação ou por ingestão, pode prejudicar o sistema nervoso central.
- Metais pesados** – Metais com números atômicos de médios a altos, como o cobre, o cádmio, a prata, o arsênico, o cromo e o mercúrio, e que são tóxicos em concentrações relativamente baixas. Persistem no ambiente e podem se acumular em níveis que interrompem o crescimento das plantas e interferem na vida animal. Os detritos de atividades mineradoras e industriais e o lodo de esgoto são fontes de concentração de metais pesados potencialmente prejudiciais.
- Microorganismos** – São os conhecidos micróbios. Animais e vegetais de tamanho microscópico que vivem em toda natureza, no ar, na água, em outros seres vivos e no solo.
- Milhagem** – Também conhecido como Plano de Milhagem, é uma premiação que as companhias oferecem em troca da fidelidade dos passageiros. Exemplo: ao comprar uma passagem São Paulo-Manaus o passageiro pode ganhar 10 mil milhas. Ao juntar 20 mil pode trocá-las por uma passagem aérea. A utilização das milhas, contudo, deve ser solicitada com antecedência, pois é sujeita à disponibilidade de lugar.
- Missão** – finalidade pela qual se cria determinado projeto ou instituição.
- MMAP** – Sigla que indica "meia pensão" .
- Modificação genética** – tecnologia usada para alterar material genético de células vivas ou organismos, a fim de que o mesmo seja capaz de produzir novas substâncias ou realizar novas funções.
- Monitor ambiental** – pessoa não credenciada pela EMBRATUR responsável pela condução de um turista ou grupo de turistas em ambientes naturais, geralmente capacitado para tal. Quando residente no local visitado, pode ser chamado de monitor local, condutor de visitantes ou popularmente de guia local.

Monocultura – Cultura de uma só espécie e em larga escala, ocupando grandes áreas de terra.

*NET price* – é o preço de um produto turístico menos a comissão do operador e/ou agência.

Nicho – Papel funcional de uma espécie (em uma comunidade ou em um habitat) que fornece as condições necessárias a um determinado organismo.

Nidificar – fazer ninho.

*No Show* – Não comparecimento de um passageiro ao embarque ou a não entrada do hóspede.

*Nobreak* – Equipamento utilizado para estabilizar a corrente elétrica e fornecer, por um curto período de tempo, energia (tem baterias ou conexão para baterias externas). Muito utilizado como suporte para equipamentos de informática, evitando danos aos equipamentos e perda de trabalho por queda súbita da energia elétrica.

*Non Stop* – Vôo sem escalas.

Oferta turística – Conjunto de elementos composto por atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infra-estrutura.

OGM – organismos geneticamente modificado.

*On time* – No horário.

ONG – Abreviatura de organização não-governamental. Organizações voluntárias, sem fins lucrativos, não afiliadas a nenhuma organização do governo.

OP – Autorização para emissão de passagem em outro local, normalmente nos aeroportos. É utilizado principalmente em viagens de última hora.

*Open voucher* – Documento que garante a prestação de um serviço que ainda não tem data definida.

Operadora – Empresa responsável pela montagem dos pacotes turísticos (ver Agência de Viagens e Turismo).

Operadora de ecoturismo – Termo popularmente atribuído às agências de viagens e turismo responsáveis pela operação de

roteiros de ecoturismo (ver Agência de Viagens e Turismo).

*Operator* – termo em inglês para operadora.

Organismo – toda entidade biológica capaz de reproduzir e/ou transferir material genético, incluindo vírus, príons e outras classes que venham a ser conhecidas.

Ornitólogo – especialista em aves, pássaros.

*Outlet* – Loja de fábrica ou conjunto de lojas que vendem diretamente do fabricante para o consumidor; podem ser chamadas também de *outlet mall* ou *factory outlet*.

*Overbooking* – Acontece quando a empresa aérea vende mais assentos que o número total do avião; ou quando o hotel reserva um número maior de apartamentos do que o disponível.

*Overhead* – custos indiretos.

Ozônio – Gás azulado, constituído por três átomos de oxigênio (O<sub>3</sub>). Na terra, o ozônio é formado pela reação do oxigênio com os poluentes do ar urbano, quando expostos à luz solar. Na estratosfera, o ozônio é criado quando as moléculas de oxigênio são divididas pela luz solar.

Pacote turístico – Roteiro de viagem predefinido pela operadora de viagem, que inclui os meios de transporte, hospedagem, alimentação, passeios, traslados etc. Os pacotes podem ser coletivos (excursão) ou individuais (*forfait*).” (Pellegrini, 2000, p.190).

*PAI (Personal Accident Insurance)* – Ou Seguro Pessoal, cobre as despesas médicas dos ocupantes do carro alugado em caso de acidente.

Paisagem – aspecto visível e perceptível do espaço. É classificada como natural, cultural e urbana.

Passivo – em contabilidade, indica a parte do balanço que mostra os recursos financeiros de uma empresa. Também pode ser visto como as obrigações que a empresa tem perante terceiros e acionistas. Por exemplo: empréstimos, o capital dos acionistas.

- Patrimônio cultural – os bens de natureza material e imaterial, tombados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos da sociedade nos quais se incluem: os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico arqueológico, paleontológico e científico.
- Patrimônio natural – Considera-se patrimônio natural o conjunto de monumentos naturais (formações físicas ou biológicas), acidentes geológicos, habitats de espécies ameaçadas de extinção, desde que apresentem valor científico e/ou estético excepcional (Pellegrini, 2000).
- Pax – pessoa. No mundo do turismo, é uma abreviação de passageiro (turista).
- Payback – prazo de retorno de um investimento.
- Pensão completa – Sistema de hospedagem que inclui todas as refeições.
- Perdas biológicas significativas – são aquelas perdas que comprometem os processos ecológicos.
- Perenes – Culturas de ciclo longo que permanecem por vários anos em formação e ou produção.
- Pesticida – Produto químico utilizado para matar pragas, especialmente insetos e roedores. Esta categoria inclui inseticidas, herbicidas, fungicidas e raticidas.
- PH – Medida da condição ácida ou alcalina de uma solução química. O PH varia numa escala de 0 a 14, sendo 0 a condição mais ácida e 14, a mais alcalina. Uma solução com PH de 7,0 é neutra. O PH indica quantos átomos de hidrogênio há num líquido.
- Plasmo – o desenvolvimento da argamassa armada ou ferrocimento.
- Plasto – argamassa armada com tela plástica tipo rede.
- PNR – Do inglês "*Passanger Number Reservation*"; trata-se do resumo de uma reserva de passagem aérea.
- Pólo ecoturístico – conjunto de destinos ecoturísticos de uma mesma região, planejados e divulgados de maneira integrada. Possui um núcleo receptor dotado de maior infra-estrutura turística do que as regiões adjacentes.
- Poluição – a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente: **a)** prejudiquem a saúde, a segurança e o bem estar da população, **b)** criem condições adversas às atividades sociais e econômicas, **c)** afetem desfavoravelmente a biota, **d)** afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente, **e)** lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos.
- Poluição de fonte não-pontual – Poluição de fontes difusas, como o deflúvio, a deposição aérea ou a agricultura.
- Poluição de fonte pontual – Qualquer poluição derivada de uma fonte fixa, como um cano ou uma chaminé. Em geral, refere-se à poluição da água.
- Poluição do ar – Introdução de contaminantes no ar. Os poluentes do ar dividem-se em quatro categorias principais – aerossóis (gotículas de líquido suficientemente pequenas para estarem em suspensão no ar), partículas (cinzas, poeira e outros pequenos pedaços de matéria sólida flutuando no ar), radiação e gases. Os quatro principais tipos de gases poluentes são o monóxido de carbono (CO), os óxidos de nitrogênio, os óxidos de enxofre e os compostos orgânicos voláteis.
- Poluição térmica – Aumento prejudicial na temperatura da água decorrente, com frequência, da liberação de água aquecida utilizada no arrefecimento das usinas geradoras de eletricidade. A poluição térmica é danosa, em especial, para a vida aquática.
- Ponto a Ponto – Tarifa promocional para o exterior, em que as datas são previamente marcadas e o tempo de permanência é limitado e estipulado
- População local – ver comunidade local.

População tradicional – ver comunidade tradicional.

População – Conjunto de indivíduos de uma espécie que ocupa uma determinada área.

Porosidade – Espaço entre partículas de solo que permite a passagem de ar e água.

Pousada – estabelecimento localizado em pontos de atrativos turísticos que ofereça alojamento de conveniência para o hóspede que se caracterize pela hospitalidade e ambientação simples, acolhedora e integrada à região (EMBRATUR, 1998).

Pré-moldado – componentes pré-fabricados de concreto utilizados em construção.

Preservação – Ações que garantem a manutenção rigorosa das características próprias de um ambiente e as interações entre os seus componentes.

*Private fair* – Tarifa privativa, normalmente disponível apenas para grandes empresas.

Processos ecológicos – são processos de interação entre elementos do ecossistema, fundamentais na manutenção da qualidade e do funcionamento desse ecossistema, por exemplo, o ciclo de nutrientes, cadeia alimentar, polinização etc.

*PTA – Pre Pay Ticket Advice*, termo para designar que o pagamento do bilhete será realizado em um lugar e a emissão será feita em outro, normalmente em um aeroporto da mesma cidade ou mesmo de outra. O passageiro deverá apresentar o RG ou passaporte para a retirada.

Qualidade em serviços – geralmente a satisfação do cliente é apontada como aspecto fundamental para afirmar-se que um serviço prestado tem qualidade. No caso de qualidade ambiental, as teorias sobre *TQEM - Total Quality Environmental Management* consideram não apenas a satisfação do cliente (consumidor) mas também a satisfação de outros atores envolvidos na prestação de serviços de

uma empresa, tais como seus proprietários, empregados, fornecedores, comunidade local, as instituições públicas responsáveis pela legislação (BENNETT & FREIERMAN, 1994).

Receptivo – Serviços prestados aos viajantes no local de destino. Normalmente as empresas contratam os serviços de receptivo onde não têm filiais.

Reciclagem – Reutilização dos recursos, especialmente os não-renováveis, por meio de recuperação de detritos, reconcentração e reprocessamento para uso dos resíduos sólidos orgânicos e inorgânicos.

Recursos ambientais – a atmosfera, as águas interiores, superficiais e subterrâneas, os estuários, o mar territorial, o solo, o subsolo, os elementos da biosfera, a fauna e a flora.

Recursos culturais – formados por diferentes manifestações próprias de um modelo cultural: formas de vida, tradições, culinária, folclore, manifestações técnicas, artísticas e culturais contemporâneas, festas e celebrações, etc. (Machín citada por Pellegrini Filho, 2000)

Recursos turísticos naturais – recursos distribuídos no espaço geográfico e que constituem aquilo que se convencionou chamar de paisagem, identificados ou qualificados como de valor e/ou de interesse para uso turístico. (Pellegrini Filho, 2000, p.231)

Reflorestamento – Replanteio de florestas devastadas ou de áreas devolutas.

Relações Interespecíficas – Relações entre espécies que vivem numa comunidade; efeito que indivíduos de uma espécie pode exercer sobre indivíduos de outra espécie.

Relações Intraespecíficas – Relações entre indivíduos, populações ou subespécies da mesma espécie.

*Rent* – Aluguel; no caso de veículos, *rent-a-car*/aluguel de carros.

Resíduo perigoso – Resíduo líquido ou sólido

- do que ameaça a segurança ou a saúde da população e/ou do meio ambiente.
- Resíduos biológicos perigosos** – Material humano ou animal que pode transmitir substâncias prejudiciais ao meio ambiente. Incluem fezes, secreções, hemoderivados (vindos do sangue), ataduras e outros materiais. Os hospitais produzem grande quantidade de resíduos biológicos perigosos.
- Resort** – meio de hospedagem “...localiza - do em área de conservação ou em equi - líbrio ambiental, sua construção deve ser antecedida de Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e de planejamento e uso do solo, sempre tendo em vista a conser - vação ambiental. Deve ter condições de se classificar nas categorias “luxo” e “luxo superior” e possuir, ainda, áreas não edificadas, infra-estrutura de entretenimento e lazer significativa - mente superiores às dos empreendimen - tos similares não classificados nessa ca - tegoria” (EMBRATUR 1998).
- Revolução Verde** – Pacote tecnológico desenvolvido por cientistas americanos. Incluiu o uso de sementes melhoradas e uso intensivo de insumos (adubos, agrotóxicos etc).
- Risco** (*risk*) – é uma medida de incertezas. Nos processos comerciais, a incerteza trata de obter objetivos organizacionais. Pode consistir em consequências positivas ou negativas apesar de que na maior parte das vezes os riscos positivos de chamam oportunidades e os riscos negativos são nada mais que riscos.
- Salinização** – Degradação de terras férteis causadas pelo sal. A salinização das terras agrícolas é comum em áreas que dependem de irrigação – a evaporação superficial retira sais do solo e das pedras no subsolo, sendo que a redução das águas subterrâneas aumenta o percentual de minerais e sais na água armazenada.
- Scanner** – equipamento eletrônico que digitaliza imagens, facilitando edição e reprodução destas imagens com computador.
- Sedimentação** – Acúmulo de solo e/ou partículas minerais no leito de um corpo d’água. Em geral, esse acúmulo é causado pela erosão de solos próximos ou pelo movimento vagaroso de um corpo d’água como ocorre quando um rio é represado para formar um reservatório.
- Serviços turísticos** – elementos fundamentais que possibilitam a permanência do turista na localidade visitada e o desfrute dos atrativos turísticos. Esses serviços podem ser meios de hospedagem, alimentação, agenciamento turístico, transportes turísticos, locação de veículos e embarcações, espaço para eventos etc.
- Sightseeing** – Visita aos pontos turísticos da cidade.
- Silvicultura** – Cultivo de certos tipos de árvores para fins comerciais, como lenha ou fabricação de papel.
- Sindetur** – Sindicato das Empresas de Turismo, uma das entidades mais antigas do setor; tem diversos capítulos estaduais.
- Single Supplement** – suplemento adicional ao preço para turista que não divide o quarto.
- Site** – Do inglês, significando local. É muito utilizada na Internet, significando o local onde se localiza uma *Home Page* (página eletrônica) de uma determinada pessoa ou organização.
- SLI (Supplemented Liability Insurance)** – Veja Ali e LIS.
- Slide** – é o produto final de um processo fotográfico de imagem positiva, projetada através de uma fonte de luz contra uma superfície lisa e branca. A diferença entre slide e foto comum é esta é um negativo impresso em papel.
- Snea** – Sigla de Sindicato Nacional de Empresas Aeroviárias, entidade que reúne as empresas aéreas nacionais.
- Snorkel** – tubo respirador para mergulho esportivo de superfície.
- Software/Hardware** – Na informática, as máquinas (computador, monitor etc.) são os *Hardware*s. Os programas utilizados

- pelos computadores, como os editores de texto, são os *Softwares*.
- Spots* – mensagens curtas e rápidas transmitidas pela imprensa falada para a divulgação de eventos, idéias, etc..
- Stand by* – Quando o passageiro/viajante está em situação sujeita a disponibilidade de lugar.
- Standard (STD)* – Categoria de apartamento padrão na hotelaria.
- Superávit* – sobra. No caso de ONGs sem fins lucrativos o lucro geralmente é chamado de superávit.
- Surface* – Termo associado ao bilhete aéreo. É um trecho implícito que é feito por terra. Exemplo - Vôo São Paulo-Miami, surface, Orlando-São Paulo. Ou seja, não há o trecho aéreo entre Miami e Orlando.
- Terceira idade – segmento de mercado de pessoas com mais de 55 anos. Geralmente já estão aposentados e os filhos já são adultos.
- Tonelagem – Termo utilizado principalmente em relação aos cruzeiros marítimos. Não significa, contudo, o peso, sendo mais uma medida de espaço. Para saber se um navio tem bom espaço interno, por exemplo, é comum dividir a tonelagem pelo número de passageiros. Se o resultado for superior a 23 o navio é considerado como tendo um com espaço médio.
- Tour* – Muitas vezes utilizado como sinônimo de passeio / roteiro.
- Tour comment* – breve questionário de avaliação do roteiro respondido pelo ecoturista.
- Tour conductor* – Guia de turismo.
- Tour guide* – Guia turístico (de informações turísticas).
- Tour operator* – Operadora de Turismo.
- Toxicidade – Capacidade de uma substância de causar envenenamento ou morte.
- Trade* de ecoturismo – Conjunto de empresas ligadas à atividade ecoturística.
- Transectos – Trilhas delimitadas para pesquisa em ambientes naturais.
- Transfer* – Transporte, normalmente do aeroporto para o hotel; o mesmo que traslado; comum também na formação "*transfer in*" ou "*transfer out*", respectivamente transporte de chegada e saída.
- Traslado – O mesmo que "*transfer*".
- Traveller's Check* – Cheque de viagem que pode ser comprado em qualquer casa de câmbio do país mediante apresentação de passaporte e passagem aérea; também podem ser comprados em algumas agências bancárias.
- Trip* – Viagem.
- Turismo de massa – caracteriza-se pelo deslocamento de grande número de pessoas para os mesmos lugares nas mesmas épocas do ano, levando conseqüentemente ao superdimensionamento dos equipamentos receptivos para atender aos turistas (RUSCHMANN, 1997).
- Uma perna – Apenas um trecho de uma viagem e não uma ida e volta. Exemplo: São Paulo–Rio de Janeiro.
- Unidade de conservação – Espaço ambiental e seus recursos ambientais incluindo as águas jurisdicionais. Possui características naturais relevantes e é legalmente instituído pelo Poder Público com objetivos de conservação. Possui limites definidos e existe sob o regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção.
- Upgrade* – Transferência de uma classe para outra superior sem pagamento de taxa adicional.
- Valet Parking* – Estacionamento com manobrista.
- Vip* – Do inglês *Very Important Person* (pessoa muito importante).
- Visto de entrada – Autorização, concedida ou não, para que um estrangeiro possa visitar outro país. Antes de viajar ou de comprar a viagem é fundamental saber se o país de destino exige ou não o visto de brasileiros. Em caso positivo, informe-

se sobre a documentação necessária e os prazos para a entrega do requerimento.

Vôo regular – Que faz parte dos serviços rotineiros de uma empresa aérea, com partida e chegada independente do número de passageiros .

Voucher – Ordem de serviço turístico emitido pela agência, operadora ou sua representante legal. Normalmente os viajantes levam consigo e devem fazer a contraprestação para a prestação do serviço.

Workshop – reunião de trabalho

## FONTE

Além das fontes abaixo citadas, este glossário foi obtido por diferentes consultas ao mercado de turismo, como a ABIH, ao glossário disponível no site do WWF-Brasil, e à técnicos e especialistas em turismo e meio ambiente. Parte dele foi desenvolvido pelo GEECO – Grupo de Estudos em Ecoturismo. As fontes principais foram:

- ARRUDA, R., “Populações Tradicionais e a Proteção dos Recursos Naturais em Unidades de Conservação”. In: Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação, Anais vol. 1. Curitiba: IAP, UNILIVRE, Rede Nacional Pró Unidade de Conservação, 1997.
- BARRETTO, M. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. Campinas, SP, Papirus, 1995.
- BENNET, S.J., FREIERMAN, R., GEORGE, S. *Corporate Realities & Environmental Truths - Strategies for Leading your Business in the Environmental Era*, USA: John Wiley & Sons, Inc., 1994.
- BOO, E. *Ecotourism: the Potentials and Pitfalls*. World Wildlife Fund, 1990. 2v.
- BRASIL. Lei da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/81). Brasília: DOU, 1981
- BRASIL. Resolução nº 237 - Conselho Nacional do Meio Ambiente. Brasília: DOU, 1997
- CNPQ. *Glossário de Ecologia*. São Paulo: ACIESP, 1987.
- CEBALLOS-LASCURÁIN, H. *Tourism, eco-tourism and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. IV World Congress on National parks and Protected Areas. IUCN, Gland Switzerland, and Cambridge, UK. 1996.
- EMBRATUR/IBAMA. *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*. Brasília: EMBRATUR, 1994.
- EMBRATUR/INMETRO. *Regulamento e Matriz de Classificação dos Meios de Hospedagem e Turismo*. 1998.
- MICT/EMBRATUR. *Legislação Brasileira de Turismo*. Decreto nº 84.934/80.1980.
- MICT/EMBRATUR. *Legislação Brasileira de Turismo*. Lei nº 8.623/93.1993.
- MILANO, S. M. *Unidades de Conservação – Conceitos Básicos e Princípios Gerais de Planejamento, Manejo e Administração*. In: Manejo de Áreas Naturais Protegidas. Paraná, UNILIVRE/FBPN/FUNBIO, 1997.
- PELLEGRINI, A. *Dicionário Enciclopédico de Ecologia & Turismo*. São Paulo: Editora Manole, 2000.
- RUSCHMANN, D. M. *Turismo e Planejamento Sustentável – A Proteção do Meio Ambiente*. Campinas-SP: Papirus, 1997.
- SENAC/CET. *Informativo sobre Curso Técnico de Administração de Unidades de Conservação e Auxiliar Técnico Gurada-Parque*. 1995.
- TAKAHASHI, L. Y. *Limite Aceitável de Câmbio (LAC) – Manejando e Monitorando Visitantes*. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação*. Vol. I – Conferências, Palestras, Resumos, Relatórios, Workshops e Moções Aprovadas. Curitiba, IAP/UNILIVRE, 1997.
- VASCONCELLOS, J. *Trilhas Interpretativas: Aliando Educação e Recreação*. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Unidades de*



*Conservação*. Vol. I – Conferências,  
Palestras, Resumos, Relatórios,

Workshops e Moções Aprovadas.  
Curitiba, IAP/UNILIVRE, 1997.

# Projetos parceiros, participantes e consultores

## LISTA DE CONTATOS

A lista das instituições parceiras do projeto deste Manual, dos técnicos do WWF-Brasil participantes e dos consultores está apresentada abaixo. Por uma questão de praticidade, os nomes de todos os técnicos que participaram deste projeto, em todos ou alguns de seus eventos, estão listados por projeto que representaram.

Os participantes indicados com (\*) não pertencem mais às suas instituições de origem e, assim, sugere-se que se busque na sua entidade de origem o contato atualmente disponível. Os participantes do WWF-Brasil podem ser encontrados pelo e-mail [panda@wwf.org.br](mailto:panda@wwf.org.br).

### ► Projetos parceiros, instituições e respectivos técnicos:

#### 1) Projeto TAMAR

Instituição: IBAMA e FUNDAÇÃO PRÓ-TAMAR – Fernando de Noronha  
Endereço: Projeto TAMAR/IBAMA – Caixa Postal 50 - CEP.: 53.900-000 - Fernando de Noronha, PE • Tel/Fax: (81) 3619-1171 e 3619-1367  
*Internet:* [www.tamar.org.br](http://www.tamar.org.br)  
*e-mail:* [pur@tamar.com.br](mailto:pur@tamar.com.br)  
Técnico: Cláudio Bellini - *oficina de elaboração e planejamento do PEC, oficinas 1, 3 e 4*

#### 2) Projeto Mamirauá

Instituição: INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE MAMIRAUÁ  
Endereço: Av. Brasil, 197 – Tefé – AM – CEP: 69.470-000 • Tel/Fax: (92) 743-2736  
*Internet:* [www.mamiraua.org.br](http://www.mamiraua.org.br)  
*e-mail:* [ecoturismo@mamiraua.org.br](mailto:ecoturismo@mamiraua.org.br)  
Técnicos: Ricardo Borges Ferrão - *oficinas 3 e 4* • Aline Azevedo - *oficinas 1 a 4 (\*)*

#### 3) Projeto Mico-Leão-Dourado

Instituição: ASSOCIAÇÃO MICO-LEÃO-DOURADO (AMLD)  
Endereço: Rod. BR 101, km 214 – Cx. Postal 109.968 – CEP: 28.860-970 – Casimiro de Abreu - RJ • Tel/Fax: (24) 2778-2025  
*e-mail:* [rambaldi@micoleao.org.br](mailto:rambaldi@micoleao.org.br)  
Técnicos: Denise Rambaldi - *oficina de elaboração e planejamento do PEC, oficinas 1 a 4*  
• Alexandre J. F. Vieira - *oficina 2*

#### 4) Projeto Veadeiros

Instituição: ASSOCIAÇÃO DE CONDUTORES DE VISITANTES DA CHAPADA DOS VEADEIROS (ACV-CV)  
Endereço: Av. Ary R. V. Filho, quadra 47, APM 9 – Cx. Postal 10 – CEP 73.770-000 – Alto Paraíso - GO • Tel/Fax: (62) 446-1690 e 446-1159  
Técnicos: Elias Martins - *oficina de elaboração e planejamento do PEC; oficina 1* • Ion David Z. da Silva - *oficinas 1 a 4* • Fernando Santana - *oficinas 2 a 4 – (\*)*

### 5) Projeto Rondônia

- Instituição: ORGANIZAÇÃO DOS SERINGUEIROS DE RONDÔNIA (OSR)  
Endereço: Rua Joaquim Nabuco, 1215 – Bairro Areal – CEP: 78.916-420 – Porto Velho - RO • Tel/Fax: (69) 224-1368  
*e-mail:* [osr@enter-net.com.br](mailto:osr@enter-net.com.br)
- Instituição: AÇÃO ECOLÓGICA GUAPORÉ (ECOPORE)  
Endereço: Rua Rafael Vaz e Silva, 3335 – CEP: 78.900-000 – Porto Velho - RO  
Tel/Fax: (69) 224-7870  
*e-mail:* [undiscovered.amazon@bol.com.br](mailto:undiscovered.amazon@bol.com.br)
- Técnico: Carolina Dória – *oficinas 1 a 4* •
- Instituição: ASSOCIAÇÃO DOS SERINGUEIROS DO VALE DO GUAPORÉ (AGUAPÉ)  
Endereço: Av. Santa Cruz, 963 – Centro – Costa Marques - RO • Tel/Fax: (69) 651-2676  
*Internet:* [www.pousadasnegras.com](http://www.pousadasnegras.com)  
*e-mail:* [undiscovered.amazon@bol.com.br](mailto:undiscovered.amazon@bol.com.br)
- Técnicos: Manoel Teófilo da Silva - *oficina 1* • Elias Silva L. Vale - *oficinas 3 e 4*

### 6) Projeto Silves

- Instituição: ASSOCIAÇÃO DE SILVES PELA PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E CULTURAL (ASPAC)  
Endereço: Ponta do Macário, s/n – CEP 69.119-000 – Silves - AM •  
Tel/Fax: (92) 528-2124  
*Internet:* [www.aldeiadoslago.com.br](http://www.aldeiadoslago.com.br)  
*e-mail:* [aldeiadoslago@terra.com.br](mailto:aldeiadoslago@terra.com.br)
- Técnicos: Vicente Neves - *oficinas 1 a 4* • Tibério Allogio - *oficinas 1 a 3 - (\*)*

### 7) Projeto Pantanal

- Instituição: SECRETARIA ESTADUAL DE MEIO AMBIENTE, CULTURA E TURISMO / MS  
Endereço: Rua Projetada, s/n, Setor 3, Quadra 3, Parque dos Poderes – 79.031-920 – Campo Grande - MS • Tel/Fax: (67) 318-5600  
*Internet:* [www.ms.gov.br](http://www.ms.gov.br)
- Técnica: Sylvia Torrecilha - *oficinas 1 a 4*
- Instituição: SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE E TURISMO – CORUMBÁ/MS  
Endereço: Rua Manoel Cavassa, 275 – CEP: 79.300-900 – Corumbá – MS •  
Tel/Fax: (67) 231-7336
- Técnica: Silvia Gervásio - *oficinas 1 a 3 - (\*)*

### 8) Projeto Superagüi

- Instituição: SOCIEDADE DE PESQUISA EM VIDA SELVAGEM E EDUCAÇÃO AMBIENTAL (SPVS)  
Endereço: Rua Gutemberg, 296- Batel - CEP: 80420-030 - Curitiba -PR •  
Tel/Fax: (41) 242-0280  
*Internet:* [www.spvs.org.br](http://www.spvs.org.br)  
*e-mail:* [info@spvs.org.br](mailto:info@spvs.org.br)
- Técnicas: Ivelise Vicenzi - *oficinas 1 a 4* • Vitória Yamada Muller - *oficinas 1 a 3 - (\*)*  
• Verônica “Kusum” Toledo - *oficina de participação e parcerias, oficina 4 - (\*)*

## ► WWF-Brasil (em ordem alfabética)

Bernadete Lange – *oficinas 3 e 4 e oficina de participação e parcerias* • Eduardo Mongeli –

*oficina 4 • Walter Suiter – oficina 4.*

Técnicos que não mais pertencem ao quadro do WWF-Brasil:

Mário Menezes – *oficina de participação e parcerias • Irineu Tamaio – oficina de participação e parcerias • Leandro Ferreira – oficina 3 • Nira Fialho – oficina de elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4; oficina de participação e parcerias • Robert Buschbacher – oficina de elaboração e planejamento do PEC; oficina 1 • Sylvia Mitraud – oficina de elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4; oficina de participação e parcerias • Ulisses Lacava – oficina 4.*

## ► Consultores (em ordem alfabética)

### 1) Ariane Janér

Oficinas: *Elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4.*  
Especialidade: *Elaboração de Produtos; Marketing e Administração Financeira.*  
Endereço: *Rua Av. Pres Antonio Carlos 51/sala 601, Castelo, Rio de Janeiro •  
Telefone: (21) 2422 6228 • Fax: (21) 2262 1103*  
*e-mail: janerba@ism.com.br*

### 2) Gilberto Fidelis

Oficinas: *oficina 3.*  
Especialidade: *Contabilidade para ONGs.*  
Endereço: *Av. Presidente Wilson, 164 - 5º andar – Sala 506 - Centro - CEP: 20030-020 - Rio de Janeiro - RJ • Tel/Fax: (21) 2533-1950 / 2262-6535*  
*e-mail: w4consultoria@uol.com.br*

### 3) Jane Vasconcellos

Oficinas: *Elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4.*  
Especialidade: *Interpretação Ambiental*  
Endereço: *Rua Cel. Fernando Machado, 813 / 1303 - CEP - 90.010-321 - Porto Alegre - RS • Tel/Fax: (21) 212-3215*  
*e-mail: janev@zaz.com.br*

### 4) Johan van Lengen

Oficinas: *oficina 3.*  
Especialidade: *Infra-estrutura de Baixo Impacto Ecológico*  
Endereço: *Rua Roquete Pinto, 20 A - Urca - CEP: 22.291-210 - Rio de Janeiro / RJ  
• Tel/Fax: (21) 2244-5930*  
*e-mail: tiba@tiba.org.br • Internet: www.tiba.org.br*

### 5) Marcos Martins Borges

Oficinas: *Elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4.*  
Especialidade: *Inventário Participativo; Diagnóstico e Planejamento Regional.*  
*e-mail: mborges@rpts.tamu.edu*

### 6) Roberto Mourão

Oficinas: *Elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4.*  
Especialidade: *Elaboração de Produtos de Ecoturismo*

Endereço: Rua Visconde do Pirajá, 605 - Apto. 608 - Ipanema - CEP: 22410-003 -  
Rio de Janeiro - RJ • Tel/Fax: (21) 2512-4187  
e-mail: [roberto@ecobrasil.org.br](mailto:roberto@ecobrasil.org.br) • Internet: [www.ecobrasil.org.br](http://www.ecobrasil.org.br)

**7) Waldir Joel de Andrade**

Oficinas: *Elaboração e planejamento do PEC; oficinas 1 a 4;  
oficina de participação e parcerias.*

Especialidade: Manejo de Trilhas  
e-mail: [wjoel@uol.com.br](mailto:wjoel@uol.com.br)

# Declaração de Ecoturismo de Quebec

Documento revisto e aprovado pelo  
Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas  
e pela Organização Mundial do Turismo - 10/06/2002

Documento traduzido pelo  
Programa de Turismo e Meio Ambiente do WWF-Brasil

Como parte do Ano Internacional do Ecoturismo, declarado pelas Nações Unidas, e sob a égide do Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas e da Organização Mundial do Turismo (WTO), mais de mil integrantes dos setores público e privado e de organizações não-governamentais provenientes de mais de 132 países participaram da Cúpula de Especialistas em Ecoturismo em Quebec, no Canadá. O evento aconteceu de 19 a 22 de maio de 2002 e teve como organizadores a *Tourisme Québec* e a Comissão Canadense de Turismo.

A série de 18 reuniões preparatórias realizadas em 2001 e 2002, que culminou com este encontro em Quebec, teve a participação de 3 mil representantes de governos nacionais e locais (incluindo técnicos de turismo e de meio ambiente), de agências de turismo, de organizações não-governamentais, de empresas de consultoria, de universidades e de comunidades locais e indígenas.

Este documento considera o processo preparatório, assim como as discussões realizadas durante a Cúpula. Embora seja o resultado de uma discussão de múltiplas partes interessadas, este não é um relatório oficial. A sua principal utilidade é registrar uma agenda preliminar e estabelecer uma série de recomendações para o crescimento das atividades de ecoturismo implementadas sob o contexto do desenvolvimento sustentável.

Durante o encontro, definiu-se a Conferência de Desenvolvimento Sustentável Rio+10, que acontece em Joanesburgo, África do Sul, em agosto/setembro de 2002, como o espaço de discussão e de estabelecimento de políticas internacionais para o setor para os próximos 10 anos. Enfatizou-se que o turismo deve ser mundialmente visto como prioridade por sua potencial contribuição para a erradicação da pobreza e conservação dos ecossistemas ameaçados. Assim, os integrantes da Cúpula solicitam que as Nações Unidas, suas organizações e os representantes dos governos que estiveram em Quebec disseminem esta Declaração e os demais resultados deste evento durante a Rio+10.

Os participantes, cientes da limitação deste processo consultivo para incorporar sugestões e contribuições de uma grande variedade de interessados, particularmente de organizações não-governamentais e de comunidades indígenas e locais,

- ☐ reconhecem que o ecoturismo compreende em si os princípios do turismo sustentável considerando seus impactos econômico, social e ambiental. Ele também traz consigo os seguintes pontos:

- contribui para a conservação das heranças naturais e culturais
  - em seu planejamento, desenvolvimento e operações, inclui as comunidades locais e indígenas e contribui para seu bem-estar
  - interpreta as heranças naturais e culturais para seus visitantes
  - funciona de forma ideal para indivíduos e pequenos grupos organizados
- reconhecem que o turismo tem significantes e complexas implicações sociais, econômicas e ambientais que podem trazer benefícios e custos para o meio ambiente e para as comunidades,
  - levam em consideração o crescente interesse das pessoas em visitar áreas naturais,
  - reconhecem que o ecoturismo tem tido papel primordial na introdução de práticas sustentáveis ao setor do turismo,
  - enfatizam que o ecoturismo deve contribuir para que a indústria do turismo seja mais sustentável elevando os benefícios econômicos para as comunidades anfitriãs, contribuindo ativamente para a conservação dos recursos naturais e integridade cultural das comunidades e conscientizando os turistas a respeito da importância das heranças naturais e humanas,
  - reconhecem a diversidade cultural associada às áreas naturais, especialmente por causa da presença histórica das comunidades locais responsável pela manutenção dos conhecimentos tradicionais, usos e práticas sustentáveis trazidas ao longo dos séculos,
  - reiteram que os fundos mundiais para a conservação e manutenção de áreas ricas culturalmente e em biodiversidade têm sido inadequados,
  - reconhecem que o turismo sustentável pode ser uma importante fonte de receita para as áreas protegidas,
  - enfatizam que muitas destas áreas são habitadas por populações rurais pobres que, com frequência, carecem de sistemas de saúde, educação, comunicação e de outras infraestruturas necessárias para um desenvolvimento adequado,
  - afirmam que diferentes formas de turismo, especialmente o ecoturismo, são valiosas oportunidades econômicas para as populações locais e, se realizadas de forma sustentável, podem contribuir de forma intensa para a conservação,
  - reforçam que, quando mal planejada e desenvolvida, a atividade do turismo em áreas naturais e rurais contribui para o aumento da pobreza, deterioração das paisagens, erosão das culturas tradicionais, redução da qualidade e quantidade de água e constitui uma ameaça para a vida selvagem e biodiversidade,
  - lembram que o ecoturismo deve reconhecer e respeitar os direitos à terra dos indígenas e das comunidades locais, incluindo suas áreas protegidas e sagradas,
  - afirmam que, para a obtenção de reais benefícios sociais, econômicos e ambientais e para a prevenção de impactos negativos, é necessário que o ecoturismo e demais atividades turísticas tenham mecanismos participativos de planejamento permitindo que as populações locais e indígenas definam o uso de suas áreas e optem, se julgarem necessário, pela não adoção da prática,
  - reconhecem a necessidade de se combater preconceitos de raça, sexo ou outras circunstâncias pessoais entre as pessoas com respeito ao seu envolvimento com o turismo como consumidoras ou fornecedoras/prestadoras de serviços,
  - atribuem aos visitantes a responsabilidade de promover a sustentabilidade do destino e do meio ambiente em geral por meio da sua escolha de seus passeios e atividades e por meio de seus comportamentos.

Com base nestas informações, os participantes da Cúpula de Quebec produziram uma série de recomendações para governos, setor privado, organizações não-governamentais,

associações de base comunitária, instituições de ensino e pesquisa, agências financiadoras e de auxílio ao desenvolvimento e comunidades indígenas e locais, presentes abaixo.

**A. Aos governos nacionais, regionais e locais**

1. formular políticas e estratégias de desenvolvimento nacional, regional e local que sejam compatíveis com os objetivos do desenvolvimento sustentável. É importante que isto seja conduzido por meio de um amplo processo de consulta àqueles que se envolverão ou que serão afetados pelas atividades de ecoturismo. Se possível, deve-se ampliar os princípios do ecoturismo às demais atividades do setor de turismo;
2. em conjunto com as comunidades locais, setor privado, ONGs e todas as partes interessadas, garantir a proteção da natureza, das culturas locais e especialmente do conhecimento tradicional, dos recursos genéticos, direito à terra e à água;
3. garantir o envolvimento e a participação apropriada de cada instituição pública em nível local, regional e nacional, incluindo o estabelecimento de grupos de trabalho inter-ministeriais, quando necessário. Além disso, são necessários orçamentos adequados e legislações apropriadas que permitam a implementação dos objetivos e metas estabelecidos pelas partes interessadas;
4. incluir, em níveis nacional, local e regional, em seu plano de ação mecanismos regulatórios e de monitoramento, além de indicadores de sustentabilidade aceitos pelas partes interessadas e estudos de impacto ambiental para prevenir ou minimizar a ocorrência de impactos negativos nas comunidades ou no meio ambiente. Os resultados dos monitoramentos devem estar à disposição do público, já que estas informações permitirão que os turistas escolham operadores que adotam princípios do ecoturismo;
5. desenvolver mecanismos de avaliação dos custos ambientais em todos os aspectos do produto de turismo, incluindo o transporte internacional;
6. desenvolver a capacidade de implementação de mecanismos de gestão do crescimento, como zoneamento, e de uso participativo do solo tanto em áreas protegidas como em seus entornos e em outras zonas de desenvolvimento do ecoturismo;
7. utilizar manuais de utilidade e eficiência consagradas para servir de base para processos de certificação, adoção de selos verdes e outras iniciativas voluntárias promovidas em nome da sustentabilidade do ecoturismo. É necessário encorajar os operadores a se unir a tais iniciativas e promover o seu reconhecimento por parte dos consumidores. Os sistemas de certificação da atividade, no entanto, devem sempre seguir critérios regionais, promover capacitações e fornecer apoio financeiro de forma a se tornar acessíveis também aos pequenos e médios operadores. Uma série de critérios e métodos é necessária para que estes esquemas atinjam seu objetivo;
8. garantir o acesso ao desenvolvimento dos recursos técnicos, financeiros e humanos para micro, pequenas e médias operadoras, que são a base do ecoturismo, de forma a lhes garantir o estabelecimento, crescimento e desenvolvimento de uma maneira sustentável;
9. definir políticas apropriadas, planos de manejo e programas interpretativos para visitantes. Estabelecer mecanismos de identificação de fundos adequados para a gestão de áreas protegidas com acelerado crescimento de visitantes e proteção de ecossistemas vulneráveis. Estes planos devem incluir normas claras, estratégias de manejo direto e indireto e regras para uso de recursos de forma a garantir o monitoramento dos impactos



sociais e ambientais para todos os empreendimentos de ecoturismo na área;

10. incluir as micro, pequenas e médias operadoras de ecoturismo, assim como aquelas de base comunitária, na estratégia promocional e programas desenvolvidos pelas empresas nacionais de turismo, tanto no mercado nacional como internacional;
11. desenvolver redes regionais para a promoção e marketing de produtos de ecoturismo em nível nacional e internacional;
12. criar incentivos para que os operadores de turismo tornem suas atividades mais ambiental, social e culturalmente responsáveis;
13. garantir que alguns princípios ambientais e sanitários básicos sejam definidos e adotados para todos os empreendimentos de ecoturismo, mesmo para aqueles conduzidos em parques nacionais e áreas rurais. Isto deve incluir aspectos como a escolha de locais, planejamento, tratamento de lixo, proteção de córregos e riachos, entre outras coisas. Deve-se garantir ainda que as estratégias de desenvolvimento do ecoturismo sejam conduzidas sob uma forma que preveja investimentos em infra-estrutura sustentável e em capacitação das comunidades para que elas monitorem estes aspectos;
14. investir ou dar apoio a instituições que investem em programas de pesquisa em ecoturismo e turismo sustentável. Instituir estudos e pesquisas que levantem dados sobre fauna e flora, com atenção especial para espécies ameaçadas, como parte de um programa de levantamento de impactos para as atividades de ecoturismo;
15. apoiar o desenvolvimento de princípios internacionais, manuais e códigos de ética para o turismo sustentável fortalecendo as políticas nacionais e internacionais que utilizam o conceito de desenvolvimento sustentável na atividade;
16. considerar como uma opção o remanejamento de áreas públicas de produção intensiva para a atividade do turismo combinada à conservação, quando esta mudança puder trazer benefícios sociais, econômicos e ambientais para as comunidades em questão;
17. promover e desenvolver programas educacionais para crianças e adolescentes para aumentar a consciência a respeito da importância da conservação da natureza e do uso sustentável, das culturas locais e indígenas e da sua relação com o ecoturismo;
18. promover a colaboração entre operadores de turismo, demais prestadores de serviços e ONGs para permitir a educação de turistas e influenciar seu comportamento nos destinos, especialmente em países em desenvolvimento;
19. incorporar os princípios de transporte sustentável no planejamento e implementação do turismo e promover locomoções de baixo impacto sempre que possível.

#### **B. Ao Setor Privado**

20. planejar, desenvolver e conduzir seus empreendimentos minimizando impactos e contribuindo para a conservação de ecossistemas sensíveis, do meio ambiente em geral e levando benefícios às comunidades indígenas e locais;
21. ter em mente que, para ser sustentável, um empreendimento de ecoturismo precisa ser rentável às partes envolvidas, incluindo proprietários, investidores, gerentes e empregados, assim como às comunidades e às organizações de conservação presentes na área onde a atividade é desenvolvida;
22. garantir que a utilização de materiais, planejamento e operações incorporem os princí-

- pios da sustentabilidade, como conservação da água, energia e materiais;
23. adotar formas confiáveis de regulação voluntária, como selos verdes, de forma a demonstrar aos seus potenciais clientes o seu real compromisso com os princípios da sustentabilidade;
  24. cooperar com organizações governamentais e não-governamentais que trabalham com conservação de áreas protegidas e de biodiversidade assegurando que suas práticas de ecoturismo sejam realizadas de acordo com planos de gestão e outras regulações para estas regiões. Desta forma, fica evidente que se preocupam em minimizar quaisquer impactos negativos garantindo a qualidade das experiências de turismo e contribuindo financeiramente para a conservação dos recursos naturais;
  25. aumentar o uso de materiais, produtos, logística e recursos humanos locais em suas operações de forma a manter a autenticidade da atividade de ecoturismo e ampliar os benefícios financeiros ao destino. Para que isso seja possível, é necessário também que se invista no treinamento e na capacitação da mão-de-obra local;
  26. trabalhar ativamente com lideranças indígenas para garantir que suas comunidades e culturas sejam tratadas com respeito e que seu quadro de funcionários e clientes seja bem informado a respeito das áreas indígenas, de seus costumes e história;
  27. garantir que a cadeia de produtos e serviços que compõem a operação de ecoturismo seja sustentável e compatível com o nível de sustentabilidade exigido ou esperado pelo consumidor;
  28. trabalhar ativamente com lideranças indígenas e com comunidades locais para garantir que elas sejam tratadas com respeito e que os turistas tenham informações a respeito delas;
  29. promover entre seus clientes, os turistas, uma forma consciente de comportamento dando-lhes a oportunidade de participar de experiências de educação ambiental e de conviver com pessoas de outras culturas. Além disso, contribuições voluntárias às comunidades locais e às atividades de conservação realizadas na região devem ser encorajadas;
  30. gerar um nível de consciência entre funcionários por meio de aulas de educação ambiental e dar suporte ao trabalho que eles e suas famílias realizam em nome da conservação, de desenvolvimento econômico da comunidade e na redução da pobreza;
  31. diversificar suas ofertas desenvolvendo um leque de atividades turísticas e estendendo suas visitas a locais diversos de forma a disseminar o potencial de ecoturismo destas regiões e evitar que um determinado local seja superexplorado e sua sustentabilidade colocada em perigo. Para tanto, as operadoras devem respeitar e contribuir para o estabelecimento de limites de visitas de cada local;
  32. criar e desenvolver mecanismos de arrecadação de fundos para a manutenção de associações e cooperativas que podem fornecer treinamento e divulgação e desenvolver produtos e pesquisas;
  33. formular e implementar políticas para sustentabilidade com uma visão para aplicá-las em cada parte da operação do turismo.

**C. Às organizações não-governamentais, associações de base comunitária e instituições de ensino e pesquisa**

34. fornecer apoio técnico, financeiro, educacional, capacitação e demais suportes aos destinos de ecoturismo, às suas organizações comunitárias, pequenos negócios e autoridades locais de forma a garantir a aplicação de políticas apropriadas, o desenvolvimento de planos de gestão e os mecanismos de monitoramento compatíveis com a sustentabilidade;
35. monitorar e conduzir estudos do impacto das atividades de ecoturismo nos ecossistemas, na biodiversidade e nas culturas indígenas locais;
36. cooperar com as organizações públicas e privadas garantindo que os dados e informações gerados com os estudos sejam utilizados na tomada de decisões durante o processo de desenvolvimento e gestão do ecoturismo;
37. cooperar com as instituições de pesquisa de forma a se encontrar as soluções mais práticas e adequadas para as questões relacionadas ao desenvolvimento do ecoturismo.

**D. Às instituições internacionais de financiamento e agências de assistência ao desenvolvimento**

38. planejar e acompanhar a implementação de políticas nacionais e locais de desenvolvimento do ecoturismo e a avaliação de sua relação com a conservação, desenvolvimento socioeconômico, direitos humanos, redução da pobreza e outras questões ligadas ao desenvolvimento sustentável, além de intensificar a transferência destes conhecimentos para outros países. Uma atenção especial deve ser dada aos países em desenvolvimento e às ilhas e aos países montanhosos, já que 2002 foi estabelecido como o “Ano Internacional das Montanhas” pelas Nações Unidas;
39. promover capacitações em organizações locais, regionais e nacionais para a formulação e aplicação de políticas e planos de ecoturismo baseados em padrões internacionais consagrados;
40. desenvolver padrões mundiais e mecanismos para sistemas de certificação do ecoturismo que considerem empreendimentos de pequeno e médio portes e a eles facilite o seu acesso;
41. incorporar o diálogo entre as diversas partes interessadas nas políticas, manuais e projetos em níveis global, regional e nacional para a troca de experiências entre os países e setores envolvidos no ecoturismo;
42. fortalecer seus esforços em identificar os fatores que determinam o sucesso e fracasso das atividades de ecoturismo ao redor do mundo de forma a transferir estas experiências e melhores práticas para outras nações por meio de publicações, missões de campo, seminários e projetos de assistência técnica. O Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (UNEP) e a Organização Mundial do Turismo (WTO) devem continuar este diálogo promovendo, por exemplo, avaliações periódicas do ecoturismo em encontros internacionais e regionais;
43. adaptar, sempre que necessário, suas formas de financiamento e empréstimo às micro, pequenas e médias operadoras de ecoturismo, que são a base da atividade, de forma a garantir sua sustentabilidade econômica a longo prazo;

44. desenvolver a capacidade dos recursos humanos internos para lidar com o turismo sustentável e com o ecoturismo como uma atividade de desenvolvimento em si só e garantir que o conhecimento interno, a pesquisa e a documentação permitam que o ecoturismo seja visto como uma ferramenta de desenvolvimento sustentável;
45. desenvolver mecanismos financeiros para o treinamento e capacitação das comunidades indígenas e locais, permitindo que elas participem do desenvolvimento do ecoturismo.

#### **E. Às comunidades locais e indígenas**

Além das referências às comunidades locais e indígenas feitas nos parágrafos anteriores desta Declaração (principalmente as recomendações A 2 e 17; B 21 e 27; C 35; D 45) os participantes fizeram estas recomendações a estes grupos:

46. como parte de uma visão de desenvolvimento para a comunidade, definir e implementar estratégias para um aumento de benefícios para a localidade, incluindo o acesso à informação, o desenvolvimento humano, físico, financeiro e social, que venham com o crescimento da prática do ecoturismo;
47. fortalecer, estimular e encorajar a habilidade da comunidade em manter e utilizar conhecimentos tradicionais que sejam relevantes para a atividade do ecoturismo, como o artesanato, a agricultura, o folclore, a culinária e demais atividades que utilizam os recursos locais de forma sustentável.

#### **F. À Conferência de Desenvolvimento Sustentável Rio+10**

48. reconhecer a necessidade de se aplicar os princípios de desenvolvimento sustentável ao turismo e o importante papel do ecoturismo na geração de benefícios econômicos, sociais e ambientais;
49. integrar o turismo, incluindo o ecoturismo, nos resultados do evento.

Quebec, 22 de maio de 2002.