

ASPECTOS SOCIOCULTURAIS DO PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

JORGE COSTA

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

PAULO ÁGUAS

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

PAULO RITA

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DO TRABALHO E DA EMPRESA

SUMÁRIO

Este artigo visa analisar alguns dos temas centrais resultantes da pesquisa conduzida na área do turismo e identificar padrões emergentes de investigação. Neste contexto, foram identificados quatro temas principais que reflectem o impacto do desenvolvimento do turismo ao nível das percepções das comunidades de acolhimento, das viagens e destinos, das recordações e lembranças, e do planeamento turístico. O artigo termina com a apresentação das principais implicações dos temas analisados para as políticas de desenvolvimento do turismo.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyse some of the central themes resulting from research conducted in the field of tourism as well as to identify emerging patterns in the research. To achieve this aim, four main themes were identified which reflected the host communities' perception towards the impact of tourism development, the decision on travel and destinations, souvenirs and artefacts, and tourism planning. The paper concludes with a summary of the key implications of the themes analysed for the development of tourism policies.

PERCEPÇÕES DOS HOSPEDEIROS

O turismo tem sido a maior fonte de contacto intercultural e tem influenciado, de uma forma positiva ou negativa, as estruturas socioculturais da maioria dos países turísticos. Tradicionalmente, os hospedeiros reagiram de diferentes e variadas formas. Alguns resistiram activamente, enquanto outros adoptaram completamente a cultura ocidental (Dogan, 1989). Contudo, e como resultado do aumento dos fluxos turísticos, espera-se que numa comunidade previamente dominada por uma determinada resposta ao turismo, venham a emergir respostas muito variadas, à medida que o turismo se desenvolve. Da mesma forma, assistir-se-á à formação de grupos com diferentes interesses e características dentro dessa comunidade.

Compreender as percepções dos residentes relativamente aos impactos do turismo é fundamental para o planeamento e desenvolvimento do mesmo. Um estudo realizado por Ap (1990), usando a teoria da troca social, foca este assunto e sugere que quando uma troca de recursos (expressa em termos de poder) entre os residentes e o turista é elevada e equilibrada ou elevada para o hospedeiro, os impactos do turismo são vistos positivamente pelos residentes (ver Tabela I para sumário dos principais temas abordados nesta secção). Por outro lado, quando uma troca de recursos é baixa e ocorre uma troca equilibrada ou desequilibrada, os impactos são vistos negativamente. Outros estudos acerca de como os residentes percebem o turismo, mostram dimensões diferentes (Dogan, 1989). No que respeita à posição social e à percepção do turismo, aqui podem surgir diferenças nas percepções dos residentes relativamente ao turismo, principalmente no que se refere à posição e à classe social (Husbands, 1989). No estudo de Husbands, o nível educacional e a idade dos inquiridos surgiram como as variáveis mais importantes associadas aos efeitos do turismo.

Em termos de abordagem ao desenvolvimento do turismo, este é tido em atenção da mesma forma pelos países desenvolvidos e pelos países em vias de desenvolvimento. Num estudo levado a cabo por Perdue *et al.* (1990) sobre as percepções do impacto do turismo nos residentes rurais do Colorado, concluiu-se que, quando controladas pelos benefícios pessoais originados pelo desenvolvimento do turismo, as percepções do impacto desse desenvolvimento não estavam relacionadas com características socio-demográficas e que, o apoio para um desenvolvimento adicional estava positiva ou negativamente associado aos impactos positivos ou negativos do turismo. Um outro estudo realizado por Madrigal (1993) acerca das

percepções dos residentes rurais do Arizona, EUA, relativamente ao desenvolvimento do turismo na comunidade, concluiu que as consequências de se viver com o turismo diariamente, faz com que os residentes estejam mais atentos aos aspectos negativos.

Tabela I – Temas centrais na percepção dos hospedeiros em relação aos turistas

Temas	Sub-temas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reacção dos hospedeiros face à mudança. ▪ Comunidades homogéneas caracterizadas por uma resposta particular ao turismo diversificado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismo como uma parte inseparável da vida moderna
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepções dos residentes relativamente ao turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posição social e percepção
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoio ao desenvolvimento turístico aliado às percepções dos residentes acerca do impacto do turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impacto do turismo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comportamento do turista face aos hospedeiros nativos. ▪ Até que ponto as percepções do turista influenciam as suas concepções estereotipadas? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliação de outras culturas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O processo de mudança social como forma de compreender o porquê dos residentes verem positiva ou negativamente os impactos do turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepção dos residentes acerca dos impactos do turismo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepções dos residentes rurais em termos do desenvolvimento do turismo na comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolvimento do turismo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mudanças nas percepções locais: incerteza prévia acerca do desenvolvimento do turismo e sua futura aceitação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Factores que contribuem para a mudança nas atitudes

É interessante notar como os países se desenvolvem e como as percepções dos hospedeiros mudam ao longo do tempo. Em estudos realizados nas Ilhas Seychelles, com um período de permeio de 17 anos, durante o qual as Ilhas se tornaram numa república socialista independente, foi possível identificar diferenças profundas nas percepções dos locais em relação ao turismo. A anterior incerteza acerca do desenvolvimento do turismo foi substituída

pela sua aceitação. Por outro lado, a ideia da violência política nas Seychelles foi substituída pela entrada de turistas, como resultado do turismo ter começado a ser visto como um benefício para a grande maioria da população (Wilson, 1994).

Outro aspecto importante a referir acerca turismo é a forma como os turistas vêem os hospedeiros e a sua cultura. O turismo é visto como uma forma de juntar as pessoas e as culturas, mas será que isto é sempre verdadeiro? A evidência mostra que, por vezes, ideias e estereótipos prévios agem como bloqueios, evitando que os turistas aprendam com as suas viagens. Um estudo levado a cabo por Laxson (1991) acerca dos turistas americanos, visitantes de museus de cultura nativa americana no Novo México, conclui que, em vez dum incentivo ao entendimento cultural, tem existido um reforço do etnocentrismo e da convicção dos turistas relativamente à sua forma “correcta” de ver o mundo.

VIAGENS E DESTINOS

A necessidade de estudar o processo de escolha do destino turístico, tem-se tornado mais importante nos últimos anos, como resultado do rápido crescimento das viagens e do sector do turismo (ver Tabela II para sumário dos principais temas abordados nesta secção). Este processo deve ser explorado pelas ciências sociais, em especial pela psicologia, geografia e sociologia, de modo a estabelecer-se uma estrutura teórica para o mesmo, que possa ser aplicada ao vulnerável sector turístico. Neste sentido, Mansfeld (1992) sugere que se tomem de forma a obter-se um melhor entendimento acerca do mecanismo por detrás do processo da escolha do destino turístico.

Os modelos de procura turística baseados na teoria da utilidade económica, assumem um processo de decisão em duas fases, sendo a escolha da viagem independente da decisão prévia de viajar ou não. Para preencher algumas das lacunas existentes, Morley desenvolveu um modelo que incorpora a decisão de viajar ou não e o tempo e o orçamento dispendido, bem como a escolha da viagem como uma função utilitária ao nível dos bens não turísticos. A importância deste modelo reside no facto de permitir introduzir alterações nos rendimentos e nos preços dos bens e serviços não turísticos para afectar o comportamento do turismo. No modelo padrão, isto não acontece. De acordo com Morley, os modelos de procura econométrica anteriores consideravam a origem dos turistas de um só destino. O valor destes modelos reside em considerar a procura turística para um determinado

país. Contudo, na perspectiva de Morley, actualmente, os fluxos de turismo derivam da possível ponderação que os turistas fazem relativamente às atracções e aos custos dos vários destinos.

Tabela II - Temas centrais nas viagens e destinos

Temas	Sub-temas
▪ Tipologia de não-viajantes e sua implicação para pesquisa futura.	▪ Relação entre factores sociais e a falta de viagens de férias
▪ Modelo de decisão sobre as razões para viajar e as alocações de tempo e orçamento.	▪ A escolha do turismo em uma função utilitária com bens não turísticos
▪ Os aspectos teóricos do processo de escolha dos destinos.	▪ Comportamento relacionado com a escolha dos destinos
▪ O destino de férias e o elevado grau de envolvimento do processo de decisão.	▪ O processo de selecção dos destinos de viagens
▪ A relação entre a reforma e a actividade de viagens dos idosos	▪ Frequência das viagens entre os idosos
▪ Modelos matemáticos para análise dos impactos do tráfego automóvel nas infraestruturas turísticas.	▪ Avaliação dos impactos do tráfego automóvel
▪ Mensuração e avaliação dos destinos turísticos.	▪ Teste de teorias conceptuais

Dentro desta problemática da escolha dos destinos a visitar, um dos estudos interessantes levados a cabo é o de Crompton (1992), que aplica a variedade dos conjuntos de escolha usados no processo de decisão inerente ao comportamento do consumidor, ao contexto do turismo. Crompton afirma que, o reconhecimento da estrutura dos conjuntos de escolha tem implicações para aqueles que se preocupam com o entendimento do comportamento dos turistas e da previsão da procura. Este autor, apresenta o modelo de tomada de decisão dos consumidores para compra de férias não-rotineiras, que consiste num processo com cinco fases:

- reconhecimento do problema;
- pesquisa;
- avaliação;
- compra; e
- avaliação pós-compra.

Após a definição do modelo de tomada de decisão, são anotadas as características chave, nomeadamente, uma busca inicial activa para reduzir o número de destinos alternativos a um conjunto mais pequeno e a um número de destinos que constitui a base de um conjunto a considerar. Esta abordagem, conforme Crompton explica, reconhece, posteriormente, que uma segunda pesquisa é levada a cabo para seleccionar um destino final do último conjunto considerado. Este autor cita Le Blanc para fundamentar a expansão do modelo das cinco fases para seis fases e para estabelecer a noção de conjuntos de escolha. Os conjuntos são posteriormente descritos e operacionalmente definidos. Crompton discute, também, as implicações de usar a taxinomia da estrutura da escolha, como uma ferramenta analítica para os destinos, de forma a determinar os seus pontos fortes e pontos fracos, em alturas diferentes de transição, de forma a prever o processo de selecção dos visitantes.

Elaborando um pouco mais sobre o mercado das viagens turísticas, é relevante referir o segmento dos turistas séniores dada a sua importância e o facto de que viajar é uma actividade desejada no seio deste segmento. Neste contexto, Blazey (1992), no seu estudo sobre viagens e reforma, refere que a investigação sobre a relação entre a reforma e a propensão dos idosos para viajarem, tem sido limitada pelo facto da reforma ser obtida aos 65 anos. Segundo ele, este é um critério ultrapassado, dadas as recentes mudanças sociais, políticas e económicas. Conforme argumenta, viajar não se torna mais ou menos frequente após a reforma e o interesse parece constante. Nestas situações, onde ocorrem diferenças na actividade de viajar, as causas subjacentes podem estar ligadas com o nível do rendimento disponível.

Um aspecto fundamental das viagens e destinos é o impacto do trânsito nas infra-estruturas propostas para o turismo. Wie and Coy (1993), desenvolveram um modelo de estrutura matemática para analisar esta situação. Um dado importante do seu estudo é a quantificação dos impactos do trânsito, em termos do aumento da relação do tempo de viagem/custo, resultante do desenvolvimento de novas infra-estruturas turísticas. De acordo com estes autores, as abordagens padrão para estimar os custos e benefícios do turismo não têm em conta, normalmente, o impacto do trânsito adicional causado pelo crescimento, excepto em termos das infra-estruturas necessárias. O modelo de Wie e Choi pode ser usado para ultrapassar esta limitação e para ajudar os responsáveis pela definição de políticas a decidirem acerca de sistemas de transportes alternativos e/ou impor tarifas aos fomentadores do turismo para resolução dos problemas causados pelo crescimento do sector.

Um aspecto bastante negligenciado em termos das viagens e turismo, é a situação dos que não viajam ou das pessoas que não fazem viagens nas férias. De acordo com Haukeland (1990), estes ainda representam a maior percentagem da população mundial, sendo necessário uma especial atenção para identificar as causas deste comportamento. Como refere este autor, existem duas perspectivas por detrás desta discussão: se as condições de vida são tão problemáticas que limitam as oportunidades de gozo de férias, existe uma relação causal entre factores sociais e uma falta de viagens de férias. Por outro lado, poderá haver uma ligação normativa entre bem estar social e viagem de férias. Neste contexto socio-político, o gozo de férias é considerado um direito social como qualquer outro.

Um último aspecto, prende-se com a comparabilidade entre os resultados da investigação acerca de viagens e destinos. De facto, deve ser questionada a comparação dos resultados da investigação nesta área, tendo em conta que as técnicas de recolha de dados variam de estudo para estudo. Por esta razão, parece fundamental levar a cabo um trabalho sério no que respeita ao controle da validade e da fiabilidade da pesquisa levada a cabo no sector do turismo. Por outro lado, há necessidade de mais investigação nesta área, visto que, a formulação das estratégias necessita de se basear num conhecimento sólido dos turistas e da forma como eles recolhem, processam e utilizam a informação disponível acerca dos destinos turísticos.

ARTE, RECORDAÇÕES E ARTESANATO

As recordações, percebidas como lembranças autênticas de um determinado local, têm um significado poderoso ao nível das ideologias. Num estudo acerca das recordações, realizado em Israel, Shenhav-Keller (1993) analisa factores como produção, autenticação, exibição e venda, assim como a ideologia do agente de venda. Alguns dos aspectos aqui apresentados têm a ver com o impacto da situação política no contexto do artesanato israelita (ver Tabela III para sumário dos principais temas abordados nesta secção). O estudo centra-se no Centro Israelita de Artesanato (Maskit), um lugar importante para apresentar os significados privilegiados, o conteúdo e os símbolos de Israel e do Judaísmo, assim como, para enfatizar as raízes e a continuidade histórica dos judeus. Na perspectiva de Shenhav-Keller, Mastik é uma “lente”, porque filtra a percepção da sociedade israelita através das suas recordações, incluindo a sua apresentação e exposição, enfatizando selectivamente certos motivos e ignorando outros. Por outro lado, Mastik é também um microcosmo da sua sociedade, sujeito à influência

das realidades políticas e sociais. De facto, as recordações podem ser vistas como elementos que reflectem os processos sociais e as relações de interesse e de poder. Este autor afirma ainda que, a recordação é importante, não só como um artefacto cultural, mas também como uma ferramenta analítica para compreender processos sociais complexos. O uso de uma recordação para tal fim, ajuda a explicar porque é que os objectos que são percebidos como lembranças autênticas de um determinado lugar ou país, são indicadores poderosos dos significados ideológicos desse país.

Tabela III – Temas centrais sobre artes, recordações e artesanato

Temas	Sub-temas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O efeito dos povos ocidentais na arte africana ocidental. ▪ Revivalismo artístico das artes indígenas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivação para a arte ocidental africana criada pelos povos ocidentais
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produção em massa, no Canadá, de recordações retratando povos aborígenes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necessidade de políticas relacionadas com o turismo cultural
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O papel do artesanato no desenvolvimento do turismo em Xinjiang, China. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O impacto do turismo internacional no artesanato turístico e étnico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produção de <i>thangkas</i> turísticos do Tibete enfatizando o <i>background</i> histórico e cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A comercialização de arte sacra
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O processo de transformação de um simples objecto de artesanato em arte turística altamente diversificada. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A autenticidade das recordações turísticas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O texto e o contexto das recordações: produção, autenticação, exibição, venda e ideologia do agente de venda. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A recordação turística como uma unidade simbólica
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O aprofundar do conhecimento do consumo das recordações através de análise empírica do conceito de autenticidade em recordações de artesanato. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autenticidade do artesanato como recordações turísticas

Uma dimensão diferente que afecta o desenvolvimento das recordações ou da arte turística nos países em desenvolvimento é o papel das culturas forasteiras. Segundo Horner (1993), as décadas entre as guerras mundiais constituem um período crítico para a história da arte turística do ocidente africano. Durante o domínio colonial, as exigências sobre os artistas africanos forma de variada ordem. De igual modo, objectos provenientes de partes diferentes do mundo foram usados por colonialistas para influenciar a

opinião pública. A título de exemplo, Horner refere o uso de armas (símbolos de selvajaria), apresentadas em exposições internacionais, para reforçar a justificação imperialista durante os períodos de domínio. Depois dos colonialistas se terem instalado nestes países, acabaram com a exibição de armas, centrando-se em atalhados, mantas, louças, e em outros indicadores de 'propensão recomendável para o artesanato', o que significava que estavam prontos para o desenvolvimento económico.

Enquanto que estes problemas foram resolvidos durante a última fase da governação colonial, através da criação de organizações internacionais para regulamentar as relações internacionais, outros problemas como o assunto da propriedade intelectual e das recordações 'tipo nativo' produzidas surgiram. Num estudo levado a cabo por Blundell (1993), foram analisados os aspectos discutidos no Canadá relativamente às recordações baratas, produzidas em massa, retratando os povos aborígenes e à denúncia de que as recordações do 'tipo nativo' disponíveis actualmente no Canadá, violam as leis do consumidor e da propriedade intelectual. De acordo com este autor, as recordações que retratam canadianos não-aborígenes são raras, assim como, são mais baratos os itens produzidos pelos nativos e que têm como objectivo fins políticos explícitos. Na verdade, as formas culturais aborígenes são disponibilizadas por produtores não-nativos, de variadas formas. Estas práticas são agora vastamente contestadas, com os povos aborígenes a disputar o direito dos empresários não aborígenes para se apropriarem das formas nativas para os seus próprios fins económicos e simbólicos. Segundo Blundell, os críticos apelam para um maior esforço da legislação do consumidor tanto federal como provincial, e alguns também defendem um maior uso das leis de propriedade intelectual.

Uma realidade diferente ocorre na produção do *thangkas* turístico do Tibete (Bentor, 1993). Segundo este autor, uma característica do mercado do *thangkas* turístico, que o diferencia de outros mercados de arte turística mais típicos, é a existência de uma "audiência intermédia", de budistas asiáticos não tibetanos, assim como, de outros não tibetanos, seguidores do budismo tibetano. A preocupação deste grupo com a autenticidade destes produtos ajuda a promover algum grau de adesão aos padrões tradicionais. De facto, os consumidores mais familiares com as tradições tibetanas culturais e religiosas tendem a adquirir *thangkas* mais parecidos com os produzidos para a 'audiência' interna. De acordo com as conclusões de Bentor, esta 'audiência intermédia' também ajuda a educar outros acerca dos *thangkas* tibetanos.

Os produtos de artesanato podem também desempenhar um papel importante no desenvolvimento do turismo, como é o caso do Xinjiang na China. Segundo Toops (1993), a indústria de artesanato em Xinjiang renasceu na era pós-Mao. A política governamental, enquanto centrada no aspecto económico da produção de artesanato, também abordou as necessidades culturais das populações locais. Conforme Toops enfatiza, o compromisso do governo em produzir mais artigos diferenciados étnicamente distintivos, provém de políticas de desenvolvimento e etnicidade. A realidade é que o turismo abriu novos mercados para a indústria do artesanato. Foi criada uma dualidade na produção de artigos de artesanato e no seu respectivo mercado através das exigências do turismo.

De facto, as recordações e os artigos de artesanato, não só representam artesanato significativo, como muitas vezes também podem ser transformados em arte turística altamente diversificada. Um bom exemplo para ilustrar o processo de transformação de um simples artigo numa peça de arte turística altamente diversificada, é o caso da produção de louça de Dan Kwien na Tailândia (Cohen, 1993). Este fenómeno é um resultado da influência da proveniência dos forasteiros, que actuam como os principais iniciadores da inovação e diversificação. Conforme descoberto por Cohen, enquanto que a produção para o mercado interno tradicional não foi descontinuada, novos tipos e estilos de produtos inovadores foram introduzidos para segurar a audiência externa. Como consequência, a produção de louça local passou a apresentar produtos mais heterogéneos. Estes desenvolvimentos também levantam questões de autenticidade. Contudo, de forma a sobreviver e a permanecer viável, a arte turística tem tido necessidade de introduzir mudanças nos materiais, nos tamanhos, nas formas, nas cores, nas funções, e nas técnicas de produção.

A questão da autenticidade é uma das principais preocupações dos governos e das organizações responsáveis pelas artes turísticas. De acordo com Littrell *et al.* (1993), é importante elaborar e refinar a definição da autenticidade das recordações. No seu estudo acerca do conceito da autenticidade das recordações de artesanato, os autores descobriram que o critério usado pelos turistas americanos para definir a autenticidade dos produtos incluía exclusividade dos artigos, trabalho manual, estética e utilidade, integridade cultural e histórica, e genuinidade. As características do artesão, assim como a experiência de compra, também contribuíam para a ideia de autenticidade. É interessante notar que as definições de autenticidade variavam com a idade, com a frequência e nível das viagens e com os estilos de turismo

praticados pelos turistas e não com o sexo. Estes resultados sublinham a importância e a utilidade de uma definição clara da autenticidade das artes turísticas, o que ajudará a preservar a integridade e a originalidade dos produtos.

PLANEAMENTO DO TURISMO

O turismo é um importante meio de desenvolvimento regional, apesar da possível degradação ecológica a longo-prazo, como é o caso da Polónia (Kruczala, 1990). O turismo na Polónia, tornou-se um factor de desenvolvimento para um terço de todas as regiões administrativas. Conforme afirma Kruczala, apesar da política regional polaca dos anos pós-guerra, dominada por conceitos de industrialização, não estar interessada no turismo, este sector tem sido reconhecido desde os anos 60. De acordo com o estudo deste autor, os principais instrumentos de política regional são: o plano nacional espacial e o plano socio-económico nacional para cinco anos, ambos com "segmentos turísticos". O turismo concentra-se agora em dezasseis regiões administrativas, sendo todas destinos atractivos. Assim, é de salientar os efeitos positivos da política regional no desenvolvimento destas regiões administrativas turísticas. Esta política privilegia:

- a concentração de infraestruturas turísticas (em conformidade com a distribuição de áreas turísticas mais valorizadas);
- o desenvolvimento de infraestruturas para transportes (tornando estas regiões mais acessíveis à escala nacional); e
- a delimitação de áreas com valores turísticos preciosos (naturais e históricos) para protecção estrita.

A Bulgária apresenta uma realidade completamente diferente da polaca. Nos últimos trinta anos, a Bulgária tornou-se o destino turístico mais popular do bloco de Leste para os turistas da Europa Ocidental (ver Tabela IV para sumário dos principais temas abordados nesta secção). Segundo Pearlman (1990), o princípio da política de turismo da Bulgária centra-se na ideia de que o desenvolvimento do turismo e o desenvolvimento social não devem ser dissociados. Conforme Pearlman afirma, a principal função do turismo não é comercial, mas a de satisfazer as necessidades recreacionais dos búlgaros. Um aspecto interessante, é o facto de que a necessidade económica do turismo decresceu nos últimos anos, devido à queda da dívida

nacional e a uma base de exportação forte no sector da produção. Contudo, de acordo com o estudo de Pearlman, o governo e os organismos oficiais do turismo pretendem manter e aumentar a quota dos turistas internacionais ocidentais. De forma a atingir este objectivo, alguns dos problemas existentes têm que ser resolvidos. Estes problemas ocorrem tanto ao nível macro como micro. Ao nível macro, o turismo é um gerador importante de moeda estrangeira, mas também ajuda ao financiamento do desenvolvimento do turismo social dentro do país. Na perspectiva de Pearlman, o conflito de recursos surge devido ao compromisso ideológico para com o turismo social e à necessidade de espalhar e desenvolver a base turística internacional interna. Ao nível micro, as operações de turismo são severamente restringidas pelas inflexibilidades do sistema centralizado. Este autor conclui que, as reformas limitadas descentralizaram os poderes de tomada de decisão, acrescentando que é necessário levar a cabo uma reforma mais radical se a Bulgária quiser competir no mercado turístico internacional.

A Roménia, outro membro do antigo Bloco de Leste, investiu fortemente no turismo. Contudo, a distribuição espacial tem sido altamente desequilibrada, tendo-se desenvolvido especialmente a costa do Mar Negro (Turnock, 1990). Outras áreas prioritárias foram a capital e as torres históricas. Conforme se verifica no estudo de Turnock, as áreas rurais têm potencial e uma enorme necessidade de emprego não-agrícola numa altura de rápida mecanização. A realidade é que o desenvolvimento tem de ser selectivo, e muitos desenvolvimentos turísticos estão relacionados com investimento noutros sectores da economia, tais como electricidade e transformação de madeiras, reflectindo prioridades nestas outras indústrias.

Conforme os estudos apresentados sublinham, os países encontram-se em diferentes estágios de planeamento e desenvolvimento do turismo. Neste contexto, o conceito do ciclo de vida dos destinos assume um papel importante. Conforme apresentado no estudo de Getz (1992), sobre o desenvolvimento das Cataratas do Niagara, esta estância evoluiu no sentido de um estado permanente de maturidade em que, aspectos de consolidação, estagnação, declínio e rejuvenescimento são interligados e constantes. Do ponto de vista de Getz, "capacidade" é um conceito de gestão, não um limite absoluto, sendo o rejuvenescimento uma iniciativa de planeamento. Este estudo mostra que os limites de crescimento relacionados com capacidade, tipos de desenvolvimento ou taxa de mudança, podem aplicar-se a qualquer estágio de desenvolvimento. Conforme afirma, muitos desses limites são essencialmente políticos e, assim, solúveis através de

políticas de planeamento. Getz conclui que o destino turístico pode adaptar-se e florescer, independentemente dos problemas percebidos, mesmo se os limites ao desenvolvimento se tornarem desejáveis.

Tabela IV – Temas centrais sobre o planeamento do turismo

Temas	Sub-temas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O papel do turismo no plano nacional polaco. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O efeito da política regional no planeamento do turismo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ planeamento do turismo rural na Roménia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O equilíbrio entre a atracção rural e os edifícios históricos das capitais
<ul style="list-style-type: none"> ▪ O turismo social e internacional na Bulgária: o turismo como um gerador importante de moeda estrangeira 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conflitos de planeamento centralizado e política macroeconómica
<ul style="list-style-type: none"> ▪ As necessidades de informação dos residentes das áreas de destino para uma participação mais eficaz no planeamento do turismo na comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A comercialização de arte sacra
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análise histórica do desenvolvimento das Cataratas do Niagara 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamento do turismo urbano
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Efeitos restritivos de sistemas reguladores e proactivos no desenvolvimento do turismo nas Cataratas do Niagara 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelação dos distritos de turismo e planeamento de estratégias
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A influência do planeamento, dos processos e factores contextuais políticos e urbanos na produção de mega eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamento de mega-eventos

Num estudo posterior, Getz (1993) reporta-se aos sistemas de planeamento contrastantes nas Cataratas do Niagara, um regulador (lado canadiano) e um outro proactivo (lado americano), e como eles resultaram em desenvolvimentos turísticos marcadamente diferentes. De facto, apesar das histórias semelhantes e da partilha de uma atracção turística natural comum, o Estado de Nova York e a Província de Ontário, as duas áreas das Cataratas do Niagara, divergiram em aspectos chave no que respeita ao desenvolvimento e planeamento do turismo. Apesar do lado de Nova York ser mais dependente do sector de produção, este Estado foi o primeiro a introduzir um sistema de parque para proteger as Cataratas. No lado canadiano, o turismo tornou-se rapidamente uma força económica

dominante, resultando em altos níveis de comercialização antes de 1887, quando o governo da Província estabeleceu para a zona um enquadramento de parque. Tendo a vantagem de melhores vistas panorâmicas e parques mais atractivos, as Cataratas do Niagara de Ontário, até recentemente, não necessitaram de planear o turismo. Como resultado, encontram-se actualmente em estado de declínio de competitividade, mesmo em época de crescimento contínuo. Uma situação diferente prevalece na lado de Nova York. As autoridades públicas investiram muito no turismo desde os anos 70 como uma ferramenta para combater o declínio económico e a diminuição da população. A realidade dos anos 90 foi diferente, com ambas as áreas a assistir a um enorme planeamento e a desafios de marketing, embora a incerteza à volta do que necessita ser feito, seja especialmente sentida pelos canadianos.

É claro que o planeamento bem sucedido do turismo requer o envolvimento e a participação dos residentes das áreas de destino (Keogh, 1990). Para participar de uma forma significativa, nas primeiras fases do processo de planeamento, certos tipos de informação devem estar disponíveis aos residentes. No estudo levado a cabo por Keogh, é sugerido que deveria ser providenciada mais informação, relativamente ao impacto esperado do projecto, nas taxas locais e noutros projectos da comunidade. Conforme o autor afirma, é importante que o desenvolvimento do turismo não seja erradamente culpabilizado por outros problemas que surgem na vida comunitária. Esta informação pode ser fornecida sob a forma de boletim informativo ou brochura, a ser distribuída a todos os residentes.

Um último aspecto, relacionado com o planeamento de turismo, que merece ser mencionado é o da produção de mega-eventos. Um estudo levado a cabo por Roche (1994), relata a influência do planeamento, dos processos contextuais políticos e urbanos e dos factores relacionados com a produção de mega-eventos. Este estudo apresenta uma discussão interessante acerca da pesquisa comparativa de eventos e de casos práticos relacionados. A pesquisa de Roche indica ainda, a influência importante da mudança do contexto social na liderança urbana e no planeamento irracional presente nos processos de produção de eventos. De acordo com Roche, estes factores são importantes para o entendimento da causa dos eventos e também do carácter racional potencial da feitura das políticas de eventos.

CONCLUSÃO

Da análise crítica dos temas identificados, é possível identificar várias implicações:

- A forma como os residentes percebem os turistas é altamente influenciada pela sua formação socio-cultural, assim como, pelo nível de mudança provocado pelo turismo. Este aspecto é crucial para o desenvolvimento e planeamento do turismo, uma vez que as percepções dos residentes, relativamente ao turismo, podem ter um impacto positivo ou negativo nos novos projectos. Contudo, conforme demonstrado pela pesquisa, as consequências de viver diariamente com o turismo leva os residentes a estar mais conscientes para os aspectos negativos.
- Escolher o destino de viagem é uma decisão importante para o turista e o conhecimento do processo envolvido, é uma preocupação fundamental para o sector do turismo. De forma a manterem-se competitivos, no sector do turismo, caracterizado por um rápido crescimento, as organizações têm de compreender melhor os mecanismos por detrás do processo de escolha dos destinos. Isto aplica-se a qualquer segmento turístico, mas, especialmente, aqueles cujos turistas têm elevado potencial para viajar, como é o caso do segmento dos reformados.
- As recordações podem ser usadas como lembranças de determinados lugares, como símbolos de certas culturas e/ou religiões, e também como reflexo dos processos sociais, interesses e relações de poder. Em certas sociedades, a recordação é importante não só como um artefacto cultural, mas também como uma ferramenta analítica para compreender os complexos processos sociais. O artesanato pode, também, desempenhar um importante papel no desenvolvimento do turismo, através da criação de novos mercados. Por vezes, o desenvolvimento das recordações ou da arte turística, é afectado pelas culturas forasteiras e/ou pelos problemas de propriedade intelectual. Estas culturas necessitam de ser protegidas contra as influências negativas, ao mesmo tempo que, leis mais rígidas, no que respeita à propriedade intelectual, devem ser desenvolvidas e implementadas.

- Apesar da possível degradação ecológica a longo-prazo, o turismo é considerado um importante meio de desenvolvimento regional. Para um desenvolvimento equilibrado, o turismo tem de ser adequadamente planeado, tendo em conta os recursos existentes. Alguns países já planeiam o turismo de uma forma sustentada, enquanto que outros, como resultado de antigos regimes políticos, ou falta de recursos, estão agora a tentar redireccionar os seus esforços, no sentido da elaboração de projectos mais conscientes para as questões ambientais. A capacidade turística de um determinado lugar ou estância, pode ser, acima de tudo, um conceito de gestão e não um limite absoluto. Neste caso, rejuvenescimento pode ser uma iniciativa de planeamento.
- Uma variável importante no planeamento do turismo são as percepções dos residentes sobre os novos projectos e desenvolvimentos. De modo a que o planeamento do turismo possa ser bem sucedido, é necessário garantir o envolvimento e participação dos residentes dos destinos turísticos. Desta forma, os responsáveis pelo planeamento terão maiores probabilidades de obter o apoio das comunidades locais, sendo este um elemento chave de qualquer novo projecto.

BIBLIOGRAFIA

- AP, J.
1992 "Residents' perceptions on Tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 665-99.
- BENTOR, Y.
1993 "Tibetan tourist thangkhas in the Kathmandu Valley", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 107-37.
- BLAZEY, M.
1992 "Travel and retirement status", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 771-83.
- BLUNDELL, V.
1993 "Aboriginal empowerment and souvenir trade in Canada", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 64-87.

- COHEN, E.
1993 "The heterogeneization of a tourist arte", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 138-63.
- CROMPTON, J.
1992 "Structure of vacation destination choice sets", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 3, pp.420-34.
- DOGAN, H.
1989 "Forms of adjustment: sociocultural impacts of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 16 No. 2, pp. 216-36.
- GETZ, D.
1993 "Planning for tourism business districts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 3, pp. 583-600.
1992 "Tourism planning and destination life cycle", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 752-70.
- HAUKELAND, J.
1990 "Non-travellers: the flip side of motivation" *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 2, pp. 172-84.
- HORNER, A.
1993 Tourist arts in Africa before tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 52-63.
- HUSBANDS, W.
1989 "Social status and perception of tourism in Zambia", *Annals of Tourism Research*, Vol. 16 No. 2, pp. 237-53.
- KEOGH, B.
1990 "Public participation in community tourism planning", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 3, pp. 449-65.
- KRUCZALA, J.
1990 "Tourism planning in Poland", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 1, pp. 69-78.
- LAXSON, J.
1991 "How 'we' see 'them': tourism and native Americans", *Annals of Tourism Research*, Vol. 18 No. 3, pp. 365-91.
- LITTRELL, M.
1993 Anderson L. e Brown, P., "What makes a craft souvenir authentic", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 197-215.
- MADRIGAL, R.
1993 "A tale of tourism in two cities", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 2, pp. 336-53.

- MANSFELD, Y.
1992 "From motivation to actual travel", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 3, pp. 399-419.
- MORLEY, C.
1992 "A microeconomic theory of international tourism demand", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 2, pp. 250-67.
- PEARLMAN, M.
1990 "Conflicts and constraints in Bulgaria's tourism sector", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 1, pp. 103-22.
- PERDUE, R., LONG, P. e ALLEN, L.
1990 "Resident support for tourism development" *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 4, pp. 586-99.
- ROCHE, M.
1994 "Mega-events and urban policy", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 No. 1, pp. 1-19.
- SHENHAV-KELLER, S.
1993 "The Israeli souvenir: its text and context", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 182-96.
- TOOPS, S.
1993 "Xinjiangs handicraft industry", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 1, pp. 88-106.
- TURNOCK, D.
1990 "Tourism in Romania: rural planning in the Carpathians", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 1, pp. 79-102.
- WIE, B. W. and CHOY, D.
1993 "Traffic impact analysis of tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 3, pp. 505-18.
- WILSON, D.
1994 "Unique by a thousand miles: Seychelles tourism revisited", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 No. 1, pp. 20-45.