

CADERNOS TEORIA e DEBATE



[SÉRIE RECONSTRUÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DO BRASIL]

DIRETRIZES PARA UM FUTURO MELHOR,
FUNDAMENTADO EM PESSOAS,
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E
INOVAÇÃO DO TURISMO BRASILEIRO



FUNDAÇÃO
Perseu Abramo
Partido dos Trabalhadores

CADERNOS TEORIAeDEBATE

[SÉRIE RECONSTRUÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DO BRASIL]

DIRETRIZES PARA UM FUTURO MELHOR, FUNDAMENTADO EM PESSOAS, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E INOVAÇÃO DO TURISMO BRASILEIRO

Núcleo de Acompanhamento de Políticas
Públicas de Turismo

Setembro de 2022

Este *Caderno Teoria e Debate* faz parte da série *Reconstrução e Transformação do Brasil*: um conjunto de elaborações que tem como objetivo problematizar questões da sociedade contemporânea e propor políticas públicas para o Brasil, realizado no âmbito do Centro de Altos Estudos e dos Núcleos de Acompanhamento de Políticas Públicas (NAPPs). Esses cadernos constituem subsídios para o debate propositivo e de alternativas para o país e não têm caráter de resolução partidária, programa de governo, além disso não necessariamente expressam as opiniões da direção da Fundação Perseu Abramo. As opiniões expressas neste documento são de responsabilidade dos autores.

EXPEDIENTE

Fundação Perseu Abramo

Instituída pelo Diretório Nacional do Partido dos Trabalhadores em maio de 1996.

Diretoria

Presidente: Aloizio Mercadante

Vice-presidenta: Vívian Farias

Elen Coutinho, Jéssica Italoema, Alberto Cantalice, Artur Henrique, Carlos Henrique Árabe, Geraldo Magela, Jorge Bittar e Valter Pomar.

Conselho Curador

Dilma Rousseff (presidenta de honra), Fernando Haddad (presidente), Ana Maria de Carvalho, Ademar Arthur Chioro dos Reis, Arlete Avelar Sampaio, Azilton Ferreira Viana, Camila Vieira dos Santos, Celso Luiz Nunes Amorim, Dilson de Moura Peixoto Filho, Eleonora Menicucci, Eliane Aquino Custódio, Elisa Guaraná de Castro, Esther Bemerguy de Albuquerque, Everaldo de Oliveira Andrade, Fernando Damata Pimentel, Fernando Dantas Ferro, Francisco José Pinheiro, Iole Ilíada Lopes, José Roberto Paludo, Laís Wendel Abramo, Luiza Borges Dulci, Maria Isolda Dantas de Moura, Nabil Georges Bonduki, Nilma Lino Gomes, Paulo Gabriel Soledade Nacif, Penildon Silva Filho, Sandra Maria Sales Fagundes, Sergio Nobre, Tereza Helena Gabrielli Barreto Campello, Vladimir de Paula Brito.

Equipe editorial: Rose Spina, Rogério Chaves, Raquel Costa e David da Silva Jr.

Editoração e capa: Camila Roma

Revisão: Angélica Ramacciotti e Claudia Andreoti.

Núcleo de Acompanhamento de Políticas Públicas de Turismo – NAPP Turismo

Coordenação: Luiz Barretto Filho e deputado Zeca Dirceu

Adriana Girão, Airtton Nogueira Pereira Junior, Alexandre Panosso Netto, Ambrozio Correa de Queiroz Neto, Ana Clévia Guerreiro, Ana Paula Rodrigues da Costa, André Riani Costa Perinotto, Antônio Roldão dos Santos Filho, Artur Ortiz de Araújo, Bruno Reis, Carina Thomaz Camara, Gilmar Piolla, Gilnei Jose Benetti, Grazielle Júnia Pereira Vilela, Gustavo Arrais, Heros Augusto Santos Lobo, Jaqueline Gil, Jasmine Cardozo Moreira, Joaquim Cartaxo, José Roberto de Oliveira, Marcelo Vargas Quadros, Márcio Ferreira do Nascimento, Maria Josenira Pedrosa Cavalcante, Mariana Aldrigui, Marlusa de Sevilha Gosling, Milton Sérgio Silveira Zuanazzi, Osiris Marques, Rafael Cordeiro Felismino, Ronnie Schroeder, Sidnei Raimundo, Simone Scorsato, Susy R Simonetti, Tânia Maria Brizolla e Tânia Regina de Farias Zapata.

Centro de Altos Estudos (CAE)

Coordenador-executivo: William Nozaki

Fundação Perseu Abramo

Rua Francisco Cruz, 234 - Vila Mariana 04117-091 São Paulo - SP

Fone: (11) 5571 4299 - www.fpabramo.org.br

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 05 |
| DIRETRIZES..... | 08 |
| 1. TURISMO E QUALIDADE..... | 09 |
| Eixo 1: Talentos – pessoas, inclusão, empregos e novas habilidades..... | 09 |
| Eixo 2: Sustentabilidade – enfrentamento a crises, resiliência e ações climáticas..... | 10 |
| Eixo 3: Inovação – ciência, tecnologia e atividades transformadoras..... | 11 |
| Eixo 4: Infraestrutura – ampliação e melhoria de equipamentos..... | 12 |
| Eixo 5: Acesso a crédito – empreendedorismo e competitividade..... | 13 |
| 2. GOVERNANÇA FORTALECIDA..... | 14 |
| Eixo 1: As dimensões do turismo – constantes mudanças são a regra..... | 14 |
| Eixo 2: Nova gestão do turismo..... | 15 |
| Eixo 3: Governança Territorial..... | 16 |
| Eixo 4: Constantes diálogos e parcerias público-privadas..... | 17 |
| Eixo 5: Pacto federativo..... | 19 |
| 3. IMAGEM DE UM DESTINO TURÍSTICO E DE UMA NAÇÃO..... | 20 |
| Eixo Central: Recuperação da Imagem do Brasil..... | 20 |
| AÇÕES ESTRATÉGICAS..... | 22 |

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade dinâmica, que agrega pessoas e culturas. É gerador de desenvolvimento, emprego e renda. Precisa ser reconstruído como vetor de desenvolvimento sustentável, combate ao desemprego, às desigualdades e estímulo a novas experiências para a transformação do Brasil.

A descontinuidade de políticas públicas que o Brasil sofreu desde 2016 impactou negativamente o turismo responsável no país. A falta de prioridade ao desenvolvimento sustentável acarretou em desvalorização da atividade, migração de profissionais qualificados para outras áreas de atuação, defasagem tecnológica, escassez de novos produtos e experiências em turismo, perda de competitividade, falta de direcionamento à iniciativa privada, parcerias público-privadas ineficazes, desvalorização da marca do Brasil enquanto destino turístico e desconexão com políticas globais, sobretudo nas áreas de cooperação internacional e ações climáticas, em que o Brasil já foi protagonista.

O Plano Aquarela e a Marca Brasil, por exemplo, lançados em 2005 em iniciativa conjunta de atores públicos e privados, catalisadores de estratégias de marketing do Brasil internacionalmente, foram descontinuados sem que houvesse qualquer referência a novas iniciativas.

A pandemia de COVID-19 representou a maior crise da história do turismo, no mundo e no Brasil. Em 2020, mais de 90% das atividades de turismo pararam no país, o que impactou diretamente quase 7% do PIB brasileiro e 10% de todos os trabalhadores, especialmente nas micro e pequenas empresas (MPEs), que representam cerca de 95% dos empreendimentos do setor. A desastrosa gestão atual do governo federal, em ação deliberada, negou a gravidade da

doença, a importância da ciência e da tecnologia na busca por soluções e atrasou a compra de vacinas, prolongando a crise e postergando a retomada do turismo no Brasil, principalmente no setor de eventos e na chegada de visitantes estrangeiros no país.

Após ampla vacinação contra COVID-19 na maioria dos continentes, a atividade está em forte retomada, rumo à recuperação das mais de um bilhão e meio de viagens internacionais, como registrado até 2019, com projeções de crescimento a quase dois bilhões, até 2030. Trata-se de uma das cinco maiores atividades econômicas do mundo, com aproximadamente 10% dos empregos globais. Praticamente todos os países estão abertos aos turistas internacionais e buscam ampliar seu espaço na preferência dos viajantes, apresentando suas melhorias e novidades pós-pandemia. Estamos diante de uma área altamente competitiva, inovadora e globalizada.

Mais do que nunca, o turismo brasileiro precisará agir rapidamente para recuperar seu espaço de destino turístico competitivo. Além de o país estar atrasado na recuperação pós-pandemia, a ineficaz gestão pública dos últimos anos refletiu-se negativamente em índices internacionais e na imagem do país no exterior.

No *ranking* global de competitividade em viagens e turismo, do Fórum Econômico Mundial, o Brasil perdeu 21 posições gerais entre 2015 e 2021, e despencou da 28^a para a 49^a colocação. Esse índice retrata a capacidade de os países atraírem investimentos, turismo, talentos, a força e os esforços da diplomacia e também de exportações¹, e demonstra nossa direção em sentido contrário

1. Disponível em: https://www.bloom-consulting.com/es/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Ranking_Marca_Pais_Turismo.pdf. Acesso em: 27 ago. 2022.

ao de outros países sul-americanos. A queda é evidenciada nos indicadores setorializados desse *ranking*. No índice relativo à infraestrutura para a atividade turística, por exemplo, o país perdeu 20 posições entre 2017 e 2021, e está em sexagésimo, de um total de 120 países. Em marcas de destinos turísticos, perdeu-se o terceiro posto e atualmente o Brasil ocupa a quinta posição nas Américas. No índice de recursos naturais, categoria em que o Brasil foi líder global até 2017, caiu para a terceira posição na atualidade, em um indicador que trata dos pilares do capital natural, da qualidade de atividades ao ar livre, além de mensurar a quantidade de sítios naturais chancelados pela UNESCO, a riqueza da fauna, da biodiversidade e o escopo das áreas protegidas, que indicam a extensão dos parques nacionais e das reservas naturais do país.²

Já no ranking dos países que mais sediaram eventos internacionais, conforme critérios da *International Congress and Convention Association* (ICCA), o Brasil encontra-se em 27º lugar, 20 posições abaixo do sétimo lugar que ocupou em 2009.³

No Brasil, onde já foram registradas mais de 100 milhões de viagens anuais, hoje esse número não chega à metade. Aviões e aeroportos, que já foram meios acessíveis para brasileiros visitarem seus familiares e conhecerem o país, de norte a sul, hoje reduziram-se a um “desejo” distante de consumo para a grande maioria dos trabalhadores e trabalhadoras.

Este documento foi organizado a partir da contribuição de profissionais com ampla experiência em turismo, nos setores

2. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf. Acesso em: 27 ago. 2022.

3. Disponível em: <https://www.iccaworld.org/npps/story.cfm?nppage=9499124>. Acesso em: 27 ago. 2022.

público e privado, academia, pesquisa científica e terceiro setor, de todas as regiões do país, comprometidos com a democracia, com a soberania e com o desenvolvimento sustentável. Ele indica uma reconstrução a partir da promoção de um ecossistema amplo de políticas públicas para o turismo, com foco nas pessoas e para as pessoas, com valorização da cultura e do patrimônio histórico, amparadas na ciência, tecnologia e inovação, e pautadas no respeito aos ambientes naturais, e fomento ao empreendedorismo e à competitividade, nos mercados interno e externo.

As diretrizes dos candidatos Lula e Alckmin que se propõem a reconstruir o Brasil com a Coligação Brasil da Esperança, formada pelas federações FE BRASIL (PT/PV/PCdoB) e PSOL/REDE e pelos partidos PSB, Solidariedade, Avante e Agir, são:

DIRETRIZES

Com o objetivo de direcionar recomendações para reconstruir o turismo nacional e reconquistar espaço internacional, três diretrizes amplas foram estabelecidas:

- 1. Turismo e Qualidade:** fundamentado nas pessoas, na sustentabilidade e na inovação em todas suas dimensões.
- 2. Governança Fortalecida:** voltada para consolidar uma nova política nacional, assentada na modernização de leis, no fortalecimento de instâncias democráticas e na gestão a partir de parcerias público-privadas.
- 3. Imagem de um Destino Turístico e de uma Nação:** orientada para a recuperação da imagem do Brasil na dinâmica contemporânea do turismo e das viagens.

1. TURISMO E QUALIDADE

Eixo 1: Talentos – pessoas, inclusão, empregos e novas habilidades

Turismo é feito por gente. As pessoas devem ser o centro do desenvolvimento do turismo em nosso país. Compreende-se que tanto quem viaja ou quer viajar quanto quem tem no turismo seu trabalho e renda familiar devem ser atendidos. Por ser intensivo em mão de obra, o setor turístico deve ser parte da solução para o problema do desemprego, da desigualdade social e do desalento que assolam nosso país em anos recentes.

Deve-se direcionar investimentos que visem impactos positivos. O turismo envolve setores amplos da economia brasileira que podem aumentar sua relevância como um dos vetores de desenvolvimento sustentável, ciência, inovação, criatividade, gerar postos de trabalho em diferentes níveis de especialização, renda e novas oportunidades para todas as regiões do país.

Manter talentos no setor e abrir oportunidades para novas habilidades: as transformações observadas em novas formas de viajar, promover, vender, comprar e experimentar lugares e culturas carecem de profissionais em constante atualização. É preciso estar preparado para consumidores mais exigentes e conscientes, tecnologias e ambiente competitivo, principalmente no âmbito do turismo internacional.

Eixo 2: Sustentabilidade – enfrentamento a crises, resiliência e ações climáticas

As diretrizes dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, ao lado do crescente movimento internacional ESG (da sigla, em inglês, *Environmental, Social, Governance*), que tem foco nos temas ambientais, sociais e de governança, indicam necessários aprofundamentos de políticas para o turismo sustentável no país. A crise desencadeada pela pandemia de COVID-19, à qual outras se sucedem – sanitárias, socioeconômicas e ambientais –, indica fortemente a necessidade de medidas para resiliência do setor.

A população mundial cresceu em mais de 1 bilhão desde 2003, e, em 2030, deveremos ultrapassar 8,5 bilhões de pessoas, segundo a ONU. Para o turismo brasileiro, isso indica oportunidades, principalmente em relação à atração de novos visitantes, pois os viajantes internacionais podem ultrapassar a marca de 1,8 bilhão em 2030. Porém, isso representa severos desafios: conservação dos recursos naturais, manutenção de comunidades saudáveis, adaptação para alterações climáticas, garantir a inclusão das comunidades locais na gestão de seus territórios, preservação do interesse público sobre o interesse privado, minimização dos impactos culturais e sociais, entre outros.

Nesse contexto, alinhados aos grandes desafios dos tempos atuais e a compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, deve ser elaborado um plano de enfrentamento de crises no turismo que esteja alinhado com planos de mitigação e de adaptação às mudanças climáticas, considerando a alta vulnerabilidade ambiental e social do país e a necessidade de caminharmos rumo à economia neutra em carbono.

Eixo 3: Inovação – ciência, tecnologia e atividades transformadoras

Como é perceptível na vida cotidiana, a inovação e a digitalização têm desempenhado um papel cada vez mais importante em praticamente todos os setores sociais. Globalmente, os formuladores de políticas públicas vêm colocando o “imperativo da inovação” no centro de suas agendas políticas.

Propomos a inovação da oferta de turismo no país fundamentada na pesquisa científica e na formação de recursos humanos com elevada qualificação. Para isso, devemos inserir as instituições de ensino técnico e superior nas discussões e otimizar o profundo conhecimento produzido e acumulado por elas ao longo das décadas. As políticas públicas serão assim fortalecidas e orientadas para as soluções de nossos desafios, assim como produtos e processos inovadores, como: digitalização, economia circular, ações climáticas e fortalecimento de ecossistemas, como parcerias para atuação multidisciplinar em áreas protegidas e unidades de conservação, integração de comunidades às tecnologias sociais e geração de processos de cocriação de valor em soluções para destinos turísticos saudáveis, criativos, inteligentes e disseminadores de soluções eficientes.

A expansão da internet e a alta conectividade da sociedade, especialmente com a chegada do 5G ao país, trarão mudanças constantes para o turismo. Cada vez mais, prestadores de serviços, empreendedores, pesquisadores, empresas, destinos e, especialmente, turistas conectam-se digitalmente. A variedade de serviços disponíveis hoje vai muito além da tradicional sequência de coleta oficial de informações, reservas, realização da viagem e retorno ao local habitual de residência. As novidades são ilimitadas e convivem em mesmo ambiente: consumidores

tradicionais, que se valem de antecedência e de planejamento, atendimento pessoal, recomendações oficiais, ou de amigos e parentes; e aqueles, que já são a maioria dos turistas, que buscam agilidade no meio digital, fazendo uso de mecanismos on-line para comparar preços e promoções; reservar voos, acomodações, traslados e restaurantes; comprar e avaliar experiências. Incorporar mecanismos e ferramentas eficazes de *big data* e de inteligência artificial para a gestão pública e privada do turismo nunca foi tão importante.

Eixo 4: Infraestrutura – ampliação e melhoria de equipamentos

Para retomarmos a competitividade do turismo brasileiro, tanto nacional quanto internacional, é fundamental retomar a atuação do Estado na recuperação, na distribuição nacional e nos investimentos em infraestrutura para o turismo: portos (marítimos e fluviais), aeroportos, rodoviárias, vias de acesso (principalmente no interior do país), equipamentos culturais e de valorização e preservação do patrimônio histórico, espaços para eventos que fomentem empreendedorismo e novos negócios, áreas protegidas e unidades de conservação, e toda a estrutura de serviços necessários para suas operações alinhadas a critérios e padrões internacionais de competitividade.

A gestão federal cumprirá compromissos assumidos em governos anteriores, inclusive contratos vigentes, mas fará ampla revisão para modernização e melhorias de estruturas, em constante diálogo com comunidades, conselhos públicos, gestores públicos e privados envolvidos nos processos e nas instâncias de governança, sejam elas em nível nacional, estadual ou municipal.

Eixo 5: Acesso a crédito – empreendedorismo e competitividade

A dificuldade de acessar crédito, o custo do dinheiro e a burocracia ineficaz estão entre os principais obstáculos para empreender no Brasil. Após aberto, um negócio precisa de investimentos para capacitação de equipes, incorporação de tecnologias e melhorias constantes e, principalmente, de capacidade para pagar bons salários e sustentar as famílias dos trabalhadores. Apesar de muito ter se falado em fomento ao empreendedorismo nos últimos quatro anos, nada foi feito. A pesquisa Monitoramento Global de Empreendedorismo (GEM), realizada em 2021 pelo SEBRAE em parceria com Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), indicou que nos últimos 9 anos houve redução em 30,4% no número de empreendedores no país.

Em turismo, há constantes buscas dos viajantes por novidades: tipos de experiências, locais não visitados, culturas e sabores não conhecidos. São valorosas oportunidades para desenvolvimento de iniciativas empreendedoras e criativas lideradas por – mas não apenas – comunidades indígenas, comunidades afro, grupos LGBTQIA+, economia criativa, artes e artesanato, gastronomia, turismo em áreas naturais, esportes e todos os tipos de interações entre iniciativas científicas e turísticas, como a regeneração de recifes de corais em nosso litoral, a refaunação de biomas, como onças-pintadas ou araras-azuis no Pantanal, os quelônios na Amazônia, o reflorestamento de áreas da Mata Atlântica, e a despoluição de áreas de baías, praias e balneários diversos.

A atenção precisa estar no acesso facilitado ao crédito e, principalmente, ao microcrédito. Empresários individuais (MEI) e empresas de micro, pequeno e médio porte precisam de condições facilitadas para acesso ao dinheiro, e é isso que será feito. Os bancos públicos retomam seu papel de fomentador de economias

em todas as regiões do país, com melhores e mais acessíveis linhas de crédito. Desta forma, contribuímos para a redução dos elevados níveis de concentração de renda existentes no país.

O acesso ao crédito movimenta a cadeia produtiva do turismo nos seus setores diretos e indiretos, bem como aproxima a presença do setor financeiro, por meio da participação de bancos e fundos de investimento, incluindo BB, CEF, BNDES, BNB, Basa e a Finep – em suas missões de fomento ao desenvolvimento econômico, social e ambiental e na oferta de crédito em longo prazo e garantias em projetos estruturantes, comprometidos com a sustentabilidade financeira dessas operações.

2. GOVERNANÇA FORTALECIDA

Eixo 1: As dimensões do turismo – constantes mudanças são a regra

O turismo é uma atividade econômica multi e intersetorial. Gera empregos a custo muito menor que outros setores da economia e, além de distribuir renda, promove inclusão social, em especial porque atua, em sua imensa maioria, a partir das MPEs. A receita gerada é distribuída pelo território, perpassando centenas de setores produtivos, além de gerar aprendizagem social, redes de colaboração, autoestima local, cidadania e estímulo ao espírito criativo e empreendedor, onde, na prática, o turista é recebido e o turismo acontece.

Alinhar constantemente as dimensões do turismo às transformações pelas quais passa o setor em âmbito mundial precisa tornar-se um exercício da governança.

Eixo 2: Nova gestão do turismo

A política nacional do turismo, ancorada na Lei Geral do Turismo, necessita retomar o caminho do desenvolvimento sustentável, interrompido nos últimos anos. Carece de renovação e mais vigor, sobretudo por meio da participação da sociedade civil, dos empresários e de ferramentas eficazes para gestão baseada em dados e em inteligência mercadológica, inclusive com orçamento capaz de provocar transformações.

A gestão do turismo deve ser altamente profissional e qualificada, descentralizada e compartilhada com os diversos atores, em pleno funcionamento, e efetiva delegação de poderes e de responsabilidades. Nesse sentido, é de grande importância que os conselhos regionais retomem suas atividades participativas diretas no processo de tomada de decisão cooperada, atuando como monitores das políticas públicas locais do modelo democrático federativo brasileiro.

Nesse contexto, independentemente do nível de abrangência em que a estrutura de governança do turismo se apresente, se faz necessário a integração de ações, a cooperação e as articulações para atingir o desenvolvimento do setor. A mobilização, a articulação e a definição de prioridades e responsabilidades deverão fazer parte deste processo de sensibilização para que o mesmo se efetive.

No que tange à representação internacional, a EMBRATUR precisa se organizar estrategicamente como agência promotora dos destinos

brasileiros, articulando-se com organizações públicas, privadas e do terceiro setor em nível mundial, ancorada nos princípios de imagem do Brasil estabelecidos conjuntamente com outras áreas do Governo Federal. O turismo brasileiro deve voltar às prateleiras do *trade* turístico emissivo de visitantes dos principais países do planeta, assim como para meios digitais buscados por viajantes atualmente.

Eixo 3: Governança Territorial

Os serviços evoluem para uma economia compartilhada, circular e, assim, para o turismo responsável e regenerativo. Estamos consolidando a era do acesso e não mais da posse: é o capital cognitivo, da inteligência, da criatividade, da inovação e das soluções que constroem o presente e indicam o futuro.

Em 1990, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) introduziu universalmente um novo conceito sobre o desenvolvimento das nações: o desenvolvimento humano sustentável. Trata-se de um enfoque inovador que se apresenta como alternativa à visão mais tradicional e estritamente econômica. Essa abordagem põe uma agenda diferente para os governos, a sociedade civil e os agentes do mercado. E passa a ser também um sinalizador para as políticas públicas e um convite a uma ação efetivamente voltada para a transformação do padrão de vida das pessoas e para a superação da pobreza e das desigualdades sociais.

Há uma necessidade ética de se garantir às gerações futuras oportunidades iguais às que gerações anteriores desfrutaram. Assim, desenvolvimento e sustentabilidade são componentes essenciais da mesma ética do universalismo dos direitos da vida, a qual exige também equidade para com a geração atual e as futuras. O desenvolvimento sustentável contempla políticas

socioeconômicas pertinentes e o protagonismo dos diversos territórios e suas riquezas de biodiversidade.

O Brasil é rico e sua identidade está na diversidade. A autenticidade do povo brasileiro, nossos valores culturais, as manifestações populares dos quatro cantos do país devem ser valorizados e trabalhados como parte dos atrativos multicoloridos e diversos que temos. Isso ajudará em nosso orgulho cultural e na diversificação dos produtos turísticos, tanto para o público doméstico quanto internacional.

O mundo é global, mas a vida real acontece no local onde se vive. O turismo acontece no território, que é um espaço social de empoderamento, participação cidadã e inteligência coletiva. A forma como cada território enfrenta seus desafios é única e pode ser diferente nas estratégias de desenvolvimento territorial e do turismo. No entanto, existem características comuns entre elas: o abandono das atitudes passivas e a procura por uma saída baseada na maior valorização dos recursos endógenos, bem como no equilíbrio entre sociedade e natureza.

Isso pressupõe uma governança em patamar avançado, que precisa contemplar os atores estratégicos, que definem a estrutura de relações entre esses diferentes atores, por meio da qual serão tomadas decisões sobre o interesse coletivo, com visão de longo prazo. Para o turismo, a governança compartilhada é fator fundamental de competitividade.

Eixo 4: Constantes diálogos e parcerias público-privadas

É necessária uma nova visão das relações política e empresarial. Os empresários do turismo precisam liderar o desenvolvimento de produtos e serviços diferenciados e sustentáveis, com clareza

de mercado e qualidade, sendo apoiados por um Estado forte, com foco em planejamento, valorização do território e da governança, cooperação pactuada, inteligência e inovação.

O setor público, nos diversos níveis, e os órgãos de fomento precisam se envolver nas instâncias de governança nas diversas esferas, entendendo que o turismo gera desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental. Que precisamos de um turismo dinâmico, competitivo, articulado com a cultura e os demais segmentos da economia criativa. Para isso a gestão do turismo brasileiro deverá se comprometer com o desenvolvimento sustentável, ser estruturada a partir das pessoas e para as pessoas que vivem nos destinos, isto é, com um olhar atento sobre as comunidades e suas vocações, oportunizando trabalho e renda, além de garantir a participação efetiva dos envolvidos.

A gestão também terá de levar em consideração os temas atuais, como o aquecimento global, se alinhando aos objetivos do desenvolvimento sustentável (17 ODS), fomentar a acessibilidade nos destinos, bem como a inclusão dos povos tradicionais, quilombolas e agricultores familiares no mercado turístico, além de ter ações inclusivas para comunidade negra e LGBTQIA+.

Será fundamental, para tanto, preparar o país para o desenvolvimento de produtos e serviços turísticos inovadores e competitivos, pois os destinos ainda apresentam muita deficiência na compreensão da dinâmica produtiva do setor. Avaliar a oferta turística atual, promovendo sua inovação e alinhamento com os desafios da sustentabilidade, além de promover e estimular os brasileiros a viajarem pelo Brasil e buscar ampliar novos mercados, promovendo a imagem do país nos mercados promissores.

Eixo 5: Pacto federativo

A complexidade do mundo de hoje exige a formulação de pactos, consensos e agendas estratégicas na gestão do processo de desenvolvimento da atividade turística, tendo por base a elaboração e implementação de projetos que priorizem a utilização dos ativos endógenos.

Turismo Inteligente hoje significa: infraestruturas, posicionamento de mercado, conectividade, experiências, emoções únicas, acessibilidade e sustentabilidade.

O atual pacto federativo não favorece a participação cidadã em toda sua potencialidade. Precisamos avançar na descentralização dos debates, das ações e das decisões. O país é diverso e continental. Precisamos aproveitar essas diversidades para ampliar as possibilidades de desenvolvimento do turismo hoje, apontando para o presente, para o momento atual, indicando um futuro melhor.

O Ministério do Turismo tem a responsabilidade de elaborar a política nacional do turismo, seguir a legislação e promover a articulação com os estados e parceiros estratégicos e o fomento territorializado. Deve incrementar a produção técnica, o planejamento e a infraestrutura de base, por exemplo, por meio da retomada de programas de fomento, como PRODETUR, PRONATEC e o PAC, entre eles o das cidades históricas.

Isso seria uma grande revolução na gestão do turismo nacional. Ou seja, a capacitação/qualificação, a assessoria técnica, a consultoria tecnológica, os acessos ao crédito devem ser articulados com as demandas reais das regiões/destinos turísticos, e não uma oferta genérica de prateleira, como existe hoje. Os principais

protagonistas devem ser as pessoas, os destinos e o Ministério um grande articulador e facilitador de sua competitividade.

Os estados devem articular com as regiões e municípios as prioridades e as ações de fomento, estimulando as soluções vindas da criatividade e da inteligência dos territórios. Tornar o mapa do turismo uma expressão da realidade, com os produtos e serviços estruturados para o mercado, e não um mapa para atender interesses político-partidários.

O turismo faz parte da economia criativa, que é o futuro. Baseada na criatividade humana e na capacidade de inovação, ela não se baseia mais na escassez.

3. IMAGEM DE UM DESTINO TURÍSTICO E DE UMA NAÇÃO

Eixo Central: Recuperação da Imagem do Brasil

A dinâmica contemporânea das viagens no mundo indica que a imagem de um país está conectada com suas atividades comerciais, políticas, econômicas e também turísticas, já que o imaginário de um visitante é construído pelo conjunto de opiniões e interpretações sobre um local de interesse. Nesse sentido, o turismo brasileiro tem oportunidade de voltar a contribuir de forma significativa para a recuperação da imagem nacional e internacional de nação, desenvolvida socialmente, ambientalmente e economicamente.

Diante da clara falta de estratégia de promoção internacional, uma grande diretriz a ser conduzida como demonstração da retomada

do Brasil é a recuperação da imagem do Brasil, sistematicamente abalada desde 2016 e com consequências desastrosas para atração de turistas, investimentos e para a malha aérea internacional.

Trata-se de reposicionar o país internamente e no exterior como um destino comercialmente competitivo, valorizando nosso povo, nosso patrimônio cultural, nossas riquezas naturais e de consolidar o Brasil como destino acolhedor e hospitaleiro, de grande diversidade de produtos, segmentos e nichos turísticos, aberto a todas as pessoas, independentemente da religião, da nacionalidade, da orientação sexual, da cor da pele e do idioma que falam.

Esse reposicionamento se fará com planejamento e organização profissionais, baseado em inteligência comercial para atração de consumidores que possam trazer divisas para o país, nos caracterizando como um destino responsável, seguro, amigável ao turista, acessível às pessoas com deficiências, que protege o meio ambiente e assegura a inserção da comunidade local na atividade turística.

A reconstrução de nossa imagem se fará em sinergia com outras áreas do governo e em parceria com atores do trade turístico, fomentando e facilitando a geração de novos negócios e provocando o reposicionamento de produtos e serviços brasileiros no exterior, tendo por eixo estratégico a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

O trabalho a ser conduzido pelo Ministério do Turismo e pela Embratur deve levar em conta o perfil do turista atual, que é hiperconectado e informado. É exigente, viaja mais vezes por períodos mais curtos, compartilha suas experiências, gerando conteúdo e opiniões em tempo real e é preocupado com seu

entorno. Deve levar em conta também que um conjunto enorme de pessoas com renda já consolidada e nômades digitais estão à procura de melhor padrão de vida e de novos lugares para viverem, representando uma possibilidade de entrada de divisas para o país.

AÇÕES ESTRATÉGICAS

Em suporte a essas diretrizes, treze ações estratégicas foram estabelecidas, em sintonia com o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil.

1. Construir uma nova política nacional de turismo centrada no desenvolvimento das pessoas e do país, a partir da modernização da legislação vigente e da organização de um novo Plano Nacional de Turismo Sustentável, alinhado à Agenda 2030 da ONU, assentado em mecanismos de gestão inteligente, dados confiáveis e conectado com as boas práticas em turismo no mundo. A nova política deve ser elaborada de maneira participativa com unidades da federação, instâncias de governança regionais, municípios, entidades representativas do setor, diversas instituições do governo federal, empresários, academia, pesquisadores e sociedade civil.

2. Redesenhar o planejamento turístico para o curto, médio e longo prazos, restabelecendo as prioridades a partir dos desafios da década e incorporando a flexibilidade que mecanismos institucionais precisam para acompanhar as constantes transformações do turismo e das viagens no mundo.

3. Ampliar oportunidades de qualificação profissional, trabalho e renda para milhões de brasileiros, de todas as origens, cores, credos e orientações, observando a igualdade de gêneros. Com isso, promover o empreendedorismo e a empregabilidade a partir da capacitação e da qualificação contínua de talentos, nas áreas prioritárias para a reconstrução do turismo brasileiro e a partir do conhecimento desenvolvido em centros de pesquisas, organizações científicas, instituições de ensino técnico e superior e de representação de classe e organizações, públicas e privadas, em âmbitos científico, técnico, empreendedor e artístico.

4. Promover inovação a partir da valorização do conhecimento, das práticas de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, com foco na recuperação da competitividade e na transformação digital do turismo brasileiro. Parcerias público-privadas e aproximação de políticas públicas e de negócios do turismo a hubs de pesquisa e inovação, como parques tecnológicos e centros de pesquisa, para integração de saberes e de tecnologias rumo à inovação em todas as frentes. Alinhado ao plano de transformação digital do país, assegurada internet de qualidade em todo território e para todos e todas, a digitalização no turismo pode facilitar, ainda mais, a atividade como vetor de desenvolvimento regional.

5. Articular um orçamento capaz de atender aos principais programas estruturados no plano de desenvolvimento turístico. Articular, com as demais pastas e parceiros, investimento em ações conjuntas e retomar investimentos públicos robustos em turismo.

6. Melhorar e expandir a infraestrutura e os equipamentos que viabilizem a acessibilidade no país. Sobretudo no âmbito

aéreo, importante modal para a reconstrução do turismo no país, deve ser desenvolvido plano de incentivo para novos voos, para recuperação da malha aérea em padrões pré-pandemia e acompanhando as exigências do padrão internacional.

7. Desenvolver mecanismos para gestão pública pautados em dados confiáveis e informações coletadas por meio de tecnologias como big data e inteligência artificial, para constante monitoramento da atividade e apoio às decisões qualificadas em políticas públicas, inclusive para promoção internacional.

8. Criar políticas, incentivos e investimentos em planos de mitigação e de adaptação às mudanças climáticas, buscando reduzir riscos e otimizar oportunidades na transição rumo à economia de carbono neutro, como aprimorar mecanismos de crédito de carbono e engajar o turismo brasileiro nos compromissos internacionais assumidos, como o Acordo de Paris.

9. Fomentar e facilitar acesso a linhas de crédito e microcrédito para empreendedores de transporte, hospitalidade, gastronomia, eventos, operadores, distribuidores e demais setores ligados ao turismo de todos os portes no país, especialmente aos MEIs e às micro e pequenas empresas.

10. Recuperar a competitividade do turismo brasileiro mediante atuais padrões internacionais, colocando o país em posições de destino líder na América Latina, entre os maiores receptores de eventos internacionais e resgatar a liderança mundial nas áreas de patrimônio histórico, cultural e natural.

11. Reestruturar o Ministério do Turismo, atualizando e organizando sua gestão para que possa cumprir com as

atribuições de coordenar a nova política nacional do setor, fazer as articulações necessárias e facilitar a implantação do Plano Nacional de Turismo Sustentável.

12. Fortalecer a Embratur, organizar novo plano internacional de marketing e restabelecer o uso de uma Marca Brasil para o turismo, baseada em estudos aprofundados e campanha de recall com os grupos de interesse no produto turístico brasileiro e, com isso, estabelecer relacionamento com os principais operadores de turismo, companhias aéreas e jornalistas e comunicadores de cada mercado.

13. Recuperar o protagonismo de instituições que representam a sociedade civil organizada, como o Conselho Nacional de Turismo, e agentes políticos, como o Fornatur, para o reposicionamento do turismo nacional.

Este é um documento dinâmico, e está aberto a atualizações e revisões, mediante contribuições contínuas nos próximos meses.

CADERNOS
TEORIAeDEBATE

Fundação Perseu Abramo

Rua Francisco Cruz, 234 - Vila Mariana 04117-091 São Paulo - SP

Fone: (11) 5571 4299 - www.fpabramo.org.br