

Turismo sustentável

Categories : [Reportagens](#)

Os pavilhões da Bienal de São Paulo receberam, no início de agosto, a 6ª edição da maior feira de ecoturismo e esportes de aventura da América Latina: a Adventure Sports Fair. Apesar do nome estrangeiro, os três andares da Bienal ficaram lotados de brasileiros interessados nesse mercado e nos roteiros oferecidos por agências, empresas e prefeituras.

O ecoturismo virou um bom negócio. Hoje, centenas de operadoras de turismo têm em seu cardápio opções variadas pelo Brasil e pelo mundo. Parques Nacionais, Unidades de Conservação, praias virgens, cachoeiras e todos aqueles cenários que já conhecemos dos cartões postais e dos comerciais na TV. A moda pegou. O resultado de tanta propaganda vem sendo o aumento considerável da visitação nessas regiões. No entanto, a maior parte desses destinos não foi preparada, e em muitos casos nem pode arcar com o novo volume de visitantes. Ambientalistas estão alarmados com o crescimento do setor e, acima de tudo, com a ausência no Brasil de políticas públicas que estabeleçam os critérios de sustentabilidade para as atividades turísticas.

Foi pensando nisso que organizações como Fundação S.O.S. Mata Atlântica e o WWF-Brasil trouxeram para o país a discussão sobre o estabelecimento de uma entidade certificadora dos padrões e normas para o segmento do ecoturismo. Reunidos em 2001, na cidade de Paraty, no Rio de Janeiro, entidades ambientalistas, sociais e de classe, empresários e representantes do governo propuseram a implementação de um programa de certificação em turismo sustentável no Brasil.

No ano seguinte foi criado o Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS), com o objetivo de desenvolver, implementar e promover um sistema unificado de certificação voluntária do turismo sustentável. Logo depois surgia o Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS), buscando aprimorar a qualidade das pequenas e médias empresas de turismo dentro desses novos valores de sustentabilidade.

O assunto cresceu tanto em importância que a feira deste ano teve todo um andar para apresentar e divulgar o conceito de Turismo Sustentável. Além da S.O.S. Mata Atlântica, do WWF-Brasil e do Greenpeace, os diversos estandes apresentavam uma série iniciativas de pequenas organizações e empresas, e seus produtos, equipamentos e serviços ecológicos.

Fora do mapa - “A idéia de sustentabilidade vai muito além da preservação da fauna e da flora, estamos falando da preservação do patrimônio histórico e cultural e igualmente das populações anfitriãs”, explica Paula Arantes, consultora em ecoturismo e organizadora do pavilhão de Turismo Sustentável da Adventure Fair. “Os turistas que vêm de fora estão cada vez mais exigentes quanto ao impacto ambiental e a preservação dos ecossistemas. Sem critérios, o Brasil perde em confiabilidade”. Paula lembra ainda que a idéia de turismo sustentável engloba também o turismo

náutico, o religioso, o urbano e o histórico. “Ter um selo reconhecido internacionalmente coloca o Brasil como destino reconhecido no mundo”, conclui.

Um exemplo emblemático de turismo “insustentável” está, infelizmente, no berço do Brasil: Porto Seguro. Sem planejamento, a cidade cresceu desordenadamente e hoje sofre um processo de favelização. As pequenas pousadas mantidas por moradores perdem espaço para os empreendimentos vindos de fora e o desmatamento já é sensível. “Não adianta chamar de eco-empreendimento se o esgoto está sendo lançado in natura no rio. Isso é oportunismo”, comenta Paula.

Segundo a Fundação S.O.S. Mata Atlântica, hoje 98% dos turistas estrangeiros querem visitar as regiões de Mata Atlântica, seja no Rio de Janeiro, sul da Bahia ou em Foz do Iguaçu. “Eles vêm e não acham nada, ou melhor, acham apenas os 7% do que foi a Mata Atlântica. E continuamos perdendo 1 campo de futebol a cada 4 minutos”, alerta o diretor da Fundação, Mário Mantovani, um geógrafo que se dedica à preservação ambiental há 35 anos. Mantovani, que integra o conselho do CBTS, acredita que sem um programa de certificação voluntária e uma política nacional de ecoturismo, o Brasil vai continuar fora das rotas internacionais de turismo. “Os Estados Unidos têm o Caribe, a Europa tem a Polinésia. Recebemos no Brasil 6 milhões de visitantes por ano. Só o Parque Yellowstone, nos Estados Unidos, recebe 20 milhões por ano. Nosso país não consta em nenhum catálogo internacional”, adverte Mário.

Tendência mundial - Durante a feira em São Paulo, o CBTS realizou o 1o Fórum Interamericano de Turismo Sustentável (FITS), reunindo representantes da Costa Rica, Guatemala, Equador, Peru e Brasil. O objetivo era compartilhar as experiências de certificação nesses países e buscar uma solução integrada, um selo único, no que está sendo chamado de Rede das Américas. A iniciativa tenta fugir do que acontece atualmente na Europa, onde existem mais de 20 entidades certificadoras para o turismo. A unificação é uma tendência mundial e o Brasil pode sair na frente nesse processo, já que por aqui ainda não temos nenhuma certificação. A ONG internacional Rainforest Alliance, umas das organizadoras do FITS, lidera uma proposta mundial de unificação de todos os selos. A iniciativa conta com o apoio da Organização Mundial de Turismo.

Outra vitória dos organizadores do Pavilhão de Turismo Sustentável foi contar com a participação de quatro ministérios, além do Ibama, da Embratur e do Sebrae. Estiveram presentes na Feira os ministros do Meio Ambiente, Marina Silva, e Turismo, Walfrido Mares Guia, que assinaram um termo de cooperação para a discussão de uma política nacional de turismo sustentável, e representantes dos Ministérios da Cultura e dos Esportes. Já a Embratur lançou o Bureau de Ecoturismo, que vai promover no exterior os destinos e as empresas turísticas brasileiras reconhecidas e confiáveis. O Ibama realizou uma oficina sobre Parques Nacionais e o Sebrae trouxe suas linhas de apoio e capacitação para os empresários do setor.

E não pára por aí. O Ministério de Turismo promoveu um Simpósio de Certificação de Turismo de Aventura, buscando debater os aspectos e desafios, conceituar os termos e sensibilizar e motivar

o mercado. Especialistas nacionais e internacionais, empresários do setor, operadoras e esportistas participaram como palestrantes.

Acima de tudo, o processo de conscientização e preservação dos sítios turísticos brasileiros passa pela informação. A certificação é boa para o mercado. Mais do que uma ferramenta de marketing, o selo de sustentabilidade trará para os empresários a certeza de rentabilidade a longo prazo, e para os consumidores, a confiança de que encontrarão serviços turísticos de qualidade com a garantia de preservação das comunidades e ecossistemas.