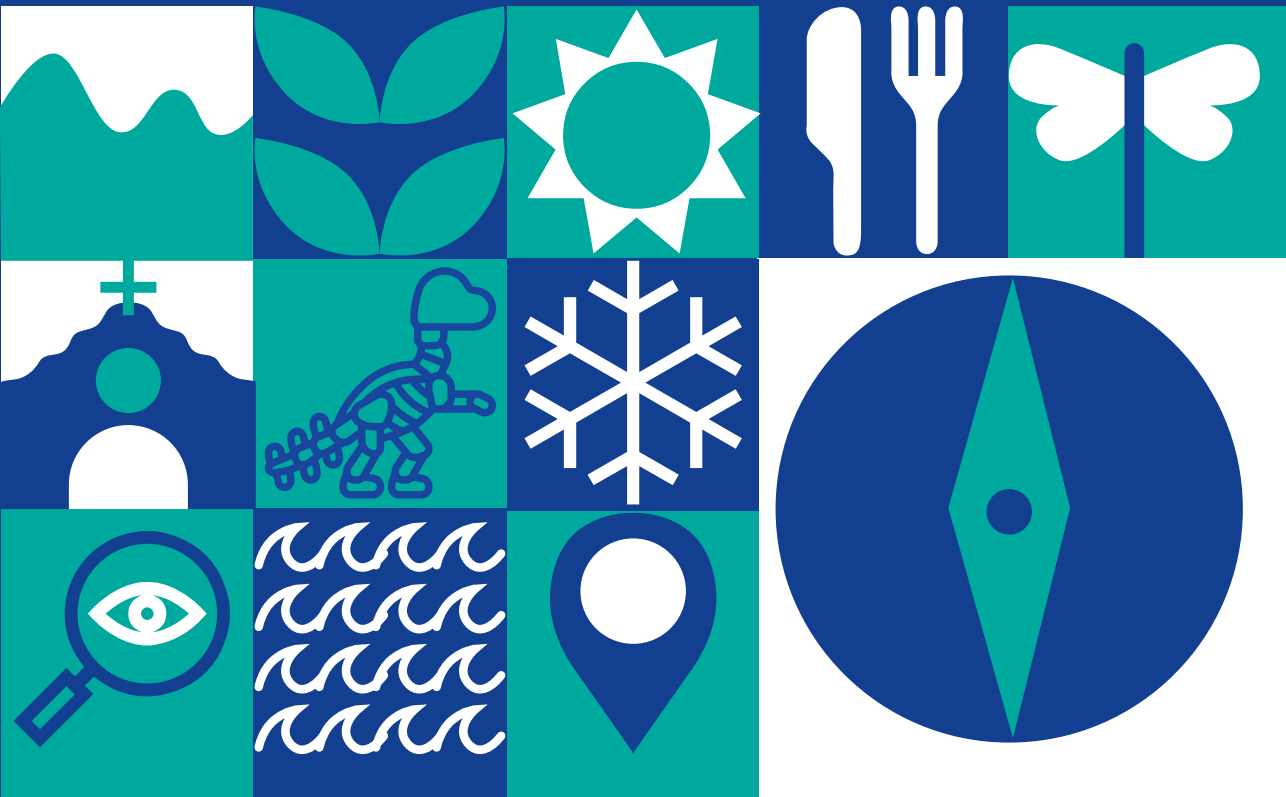


*Caroline Ciliane Ceretta  
Mônica Elisa Dias Pons  
Dalva Maria Righi Dotto  
(ORGs)*



COLETÂNEA DIRETRIZES PARA O TURISMO:

# CONTEXTUALIZAÇÃO E PRINCÍPIOS DA GESTÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS



*Organizadoras:  
Caroline Ciliane Ceretta  
Mônica Elisa Dias Pons  
Dalva Maria Righi Dotto*

COLETÂNEA DIRETRIZES PARA O TURISMO:  
**CONTEXTUALIZAÇÃO E PRINCÍPIOS DA  
GESTÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS**

1.<sup>a</sup> edição

Santa Maria  
Pró-Reitoria de Extensão | UFSM  
2022

C694 Coletânea diretrizes para o turismo [recurso eletrônico] : contextualização e princípios da gestão de roteiros turísticos / Caroline Ciliane Ceretta, Mônica Elisa Dias Pons, Dalva Maria Righi Dotto, (orgs.) – 1. ed. – Santa Maria, RS : UFSM, Pró-Reitoria de Extensão, 2022.  
1 e-book : il. – (Série Extensão)

ISBN 978-65-87668-80-2

1. Turismo 2. Roteiros turísticos 3. Turismo - desenvolvimento sustentável 3. Geoparque I. Ceretta, Caroline Ciliane II. Pons, Mônica Elisa Dias III. Dotto, Dalva Maria Righi IV. Título.

CDU 379.85(816.5)  
338.48(816.5)

Ficha catalográfica elaborada por Lizandra Veleda Arabidian - CRB-10/1492  
Biblioteca Central - UFSM

*Esta obra foi organizada pelas docentes do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Santa Maria, Caroline Ciliane Ceretta, Dalva Maria Righi Dotto e Mônica Elisa Dias Pons. Está vinculada ao Projeto Desenvolvimento Organizacional e Regional, na linha de Pesquisa Desenvolvimento do Turismo (UFSM / CNPQ), com apoio da Pró-Reitoria de Extensão/UFSM, por meio do Projeto Geoparque Quarta Colônia - Aspirante UNESCO.*

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

EXPEDIENTE

Reitor **Luciano Schuch**

Vice-Reitora **Martha Bohrer Adaime**

Pró-Reitor de Extensão **Flavi Ferreira Lisbôa Filho**

Pró-Reitora de Extensão Substituta Cultura e Arte **Vera Lucia Portinho Vianna**

Articulação e Fomento à Extensão **Rudiney Soares Pereira**

Desenvolvimento Regional e Cidadania **Jaciele Carine Sell**

Subdivisão de Divulgação e Eventos **Aline Berneira Saldanha**

Revisão Textual **Andressa Marchesan**

Projeto Gráfico e Diagramação **Aline Britto Fialho**

CONSELHO EDITORIAL

**Prof<sup>ª</sup>. Adriana dos Santos Marmori Lima** Universidade do Estado da Bahia - UNEB

**Prof<sup>ª</sup>. Olgamir Amancia Ferreira** Universidade de Brasília - UnB

**Prof<sup>ª</sup>. Lucilene Maria de Sousa** Universidade Federal de Goiás - UFG

**Prof. José Pereira da Silva** Universidade Estadual da Paraíba - UEPB

**Profª. Maria Santana Ferreira dos Santos Milhomem** *Universidade Federal do Tocantins - UFT*

**Prof. Olney Vieira da Motta** *Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF*

**Prof. Leonardo José Steil** *Universidade Federal do ABC - UFABC*

**Profª. Simone Cristina Castanho Sabaini de Melo** *Universidade Estadual do Norte do Paraná - UENP*

**Profª. Tatiana Ribeiro Velloso** *Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB*

**Odair França de Carvalho** *Universidade de Pernambuco - UPE*

#### CÂMARA DE EXTENSÃO

**Flavi Ferreira Lisbôa Filho** *Presidente*

**Vera Lucia Portinho Vianna** *Vice-Presidenta*

**José Orion Martins Ribeiro** *PROPLAN*

**Marcia Regina Medeiros Veiga** *PROGRAD*

**Denise Teresinha Antonelli da Veiga** *CCS*

**Monica Elisa Dias Pons** *CCSH*

**Andre Weissheimer de Borba** *CCNE*

**Suzimary Specht** *Politécnico*

**Marta Rosa Borin** *CE*

**Luciane Sanhotene Etchepare Daronco** *CEFD*

**Marcia Henke** *CTISM*

**Adriano Rudi Maixner** *CCR*

**Graciela Rabuske Hendges** *CAL*

**Andrea Schwertner Charao** *CT*

**Tanea Maria Bisognin Garlet** *Palmeira das Missões*

**Fabio Beck** *Cachoeira do Sul*

**Evandro Preuss** *Frederico Westphalen*

**Regis Moreira Reis** *TAE*

**Elisete Kronbauer** *TAE*

**Suélen Ghedini Martinelli** *TAE*

**Isabelle Rossatto Cesa** *DCE*

**Daniel Lucas Balin** *DCE*

**Jadete Barbosa Lambert** *Sociedade*

**André Luis Ramos Soares** *Parecerista Ad hoc*

*Cartilha aprovada em sessão ordinária da Câmara de Extensão no dia 03/09/2021.*



# Prefácio

O Geoparque Quarta Colônia Aspirante é uma iniciativa conjunta da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) com o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia – Condesus, que articula as ações da UFSM junto às pessoas, às instituições e ao território na busca pela certificação internacional da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Todos os esforços são conduzidos com foco em uma estratégia de desenvolvimento regional sustentável, pautados pela valorização dos patrimônios cultural e natural, fortalecendo as identidades e o pertencimento local/regional. Nesse sentido, o turismo é um grande propulsor e aporta, sobremaneira, ao desafio assumido. A presente Coletânea, fruto de uma Ação de Extensão que traz consigo, em destaque, a característica de impacto e a transformação social, contribui para que avancemos de modo qualificado, reconhecendo, na região, seus potenciais e motivando as pessoas para o trato da **gestão de roteiros turísticos**, com direcionamentos relevantes sobre **contextualização e princípios** próprios da atividade turística. Rendo nosso agradecimento extensionista às docentes do Departamento de Turismo da UFSM, Caroline Ceretta, Dalva Dotto e Mônica Pons, pela propositura e pelo empenho.

**Prof. Flavi Ferreira Lisboa Filho**  
Pró-Reitor de Extensão/UFSM



# ***Apresentação***

Com o olhar voltado para o sentido territorial de desenvolvimento, novos ou antigos destinos turísticos, consagrados ou não, estão se preparando para experiências ímpares de viagens, mais seguras e dotadas de infraestrutura e serviços turísticos, que se somam a visitas de atrativos capazes de despertar sentimentos de pertencimento, de identidade e de saudade da tradição herdada.

O desafio da atividade turística, no século XXI, de dar visibilidade às articulações organizacionais, às políticas institucionais e, principalmente, às estratégias de gestão foi e está sendo confirmado à medida que as decisões globais estão em busca de desenvolvimento sustentável, em todos os âmbitos de interações e conexões. Por isso, muitos destinos turísticos apostam em rotas e roteiros de amplitude territorial, em que o compromisso de salvaguarda dos atrativos é fundamental.

A intensa diversidade de atrativos identificados nas pequenas localidades compõe uma oferta turística promissora, disposta a incluir o processo estratégico de desenvolvimento do turismo, adequadamente estruturado, pensado, sendo inovador, ressaltando a necessidade de cooperação para o planejamento e a atuação de maneira integrada. Os roteiros turísticos concebidos pelo olhar da sustentabilidade e integrados promovem experiências e valorizam ainda mais as raízes, as tradições, as identidades e as paisagens dos territórios envolvidos, de modo que o sentimento de pertencimento, a cooperação e a ativação do produto turismo seja de fato significativa.

Nesse sentido, esta Coletânea traz os principais aspectos que formam a base para a Gestão de Roteiros Turísticos, uma vez que servem como princípios norteadores a serem previamente consultados quando se quer compreender o processo de Gestão de Roteiros Turísticos.

**Caroline Ciliane Ceretta  
Mônica Elisa Dias Pons  
Dalva Maria Righi Dotto**

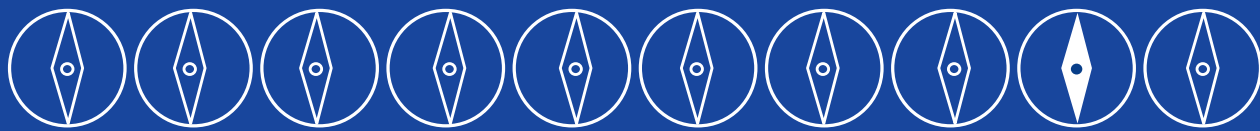






## Sumário

<b>Capítulo 1</b> .....	<b>p. 10</b>
<b>Conceitos e dimensões</b>	
<i>Caroline Ciliane Ceretta</i>	
<i>Gilvan Odival Veiga Dockhorn</i>	
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>p. 14</b>
<b>Legislações e registros</b>	
<i>Ivo Elesbão</i>	
<i>Gilvan Odival Veiga Dockhorn</i>	
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>p. 19</b>
<b>Governança e os atores locais</b>	
<i>Thiago Reis Xavier</i>	
<i>Caroline Ciliane Ceretta</i>	
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>p. 23</b>
<b>Agências de viagens e turismo</b>	
<i>Thiago Reis Xavier</i>	
<i>Caroline Ciliane Ceretta</i>	
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>p. 28</b>
<b>Desenvolvimento sustentável</b>	
<i>Caroline Ciliane Ceretta</i>	
<i>Luciana Davi Traverso</i>	
<i>Marcelo Ribeiro</i>	
<b>Infográfico</b> .....	<b>p. 34</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>p. 36</b>
<b>Autores</b> .....	<b>p. 38</b>



*Capítulo 1*

# ***Conceitos e dimensões***

*Caroline Cilians Ceretta*

*Gilvan Odival Veiga Dockhorn*



O turismo pode ser considerado um fenômeno multi, inter e transdisciplinar na sua formação superior e na gestão pública, além de sua transversalidade e intersetorialidade (BENI, 2020).

A natureza multiplicadora da atividade turística é uma das consequências do desenvolvimento da sociedade – tanto social, político, econômico quanto cultural e tecnológico –, possibilita múltiplas oportunidades quando inserida nos destinos clássicos ou em novos destinos. Os novos agentes e atores são impulsionados por diversos motivos: na questão da produção do saber acadêmico, buscam um cenário inovador, com ativos específicos e, principalmente, com indicadores sustentáveis positivos, com o objetivo de valorizar a oferta turística qualificada e diversificada, capaz de usar as dinâmicas do ambiente para, estrategicamente, criar empreendimentos sustentáveis e responsáveis na cadeia produtiva do turismo.

*O turismo está sujeito a vetores de transformação de diferentes origens. As tendências de consumo estão conduzidas por novos padrões e valores da sociedade, da família, das inovações tecnológicas, globalização ou resultados das adaptações necessárias, decorrentes das mudanças climáticas, retratilidade econômica, convulsões sociais, imigração em massa, instabilidade política, insegurança nos modais de transportes, riscos meteorológicos e geológicos, adventos epidêmicos e pandêmicos, terrorismo e, mais recentemente, decorrente de um significativo aumento da demanda internacional (BENI, 2020, p. 1).*

Os **roteiros turísticos** são formados por um conjunto de atrativos e serviços turísticos visitados em sequência de visibilidade e práticas sustentáveis, somados a possibilidade de apreciação da paisagem visitada e interação entre visitantes e visitados, nos mais diversos lugares, com força atrativa suficiente para a engrenagem sustentável do turismo. Ou ainda, os roteiros são a descrição pormenorizada de uma viagem ou itinerário com indicação de uma sequência de atrativos existentes e merecedores de visita (BAHL, 2004).

Os roteiros turísticos são identificados como todo o itinerário de visitação previamente organizado com a finalidade de turismo, podem existir nos mais variados territórios, sendo uma prática realizada tanto para atrativos no âmbito rural como no âmbito urbano.

Como **roteirização turística** compreende-se o processo de planejamento, organização, direcionamento e controle do Roteiro Turístico, na qual os atores locais envolvidos com o turismo participam de ações de sensibilização, capacitação, reconhecimento dos recursos locais, bem como da organização da matéria-prima do turismo, preparo dos equipamentos e serviços turísticos e da infraestrutura para a composição do roteiro criado.

Os **circuitos turísticos** são a utilização de um conjunto de vias que possibilitam o acesso circular aos atrativos de uma região ou lugar, enquanto que os corredores turísticos são as vias que interligam dois ou mais pontos sobre os quais se encontram os atrativos (BENI, 2006).

As **rotas turísticas** são o resultado de um trabalho de marketing através do qual se formata um produto turístico composto pelo circuito ou corredor turístico em sua totalidade. Numa rota turística podem existir vários roteiros turísticos. São equipamentos e serviços turísticos, um conjunto de edificações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, entretenimento e diversão, agenciamento, transporte, locação de veículos, guias e outros.

Como **recurso** compreende-se qualquer manifestação da natureza ou da cultura que tenha capacidade de atrair turistas e possa servir de matéria-prima para a formatação de um atrativo turístico (negócio) e pode ser de propriedade pública ou privada.

- **Recurso Natural:** são as paisagens, montanhas, rios, formações geológicas, cascatas, cachoeiras e outros elementos disponíveis geologicamente na natureza.
- **Recurso Cultural:** são os elementos culturais construídos pelo homem para sua identidade e construção social de vivência. Podem ser do tipo material, que concentram manifestações culturais presentes em conjuntos arquitetônicos, casas, parques temáticos, museus, teatros e monumentos, possuem valor sócio-histórico para um grupo. Os recursos culturais imateriais são aqueles que expressam os sentimentos de pertencimento, as manifestações folclóricas, artísticas, celebrações, os saberes e fazeres culinários, a identidade cultural presente nas narrativas, diálogos, interações, sentimentos de fé, devoção e os valores de reciprocidade (relações de ajuda mútua, compaixão, solidariedade).

**Atrativo turístico** é o recurso que recebe a interferência humana e se transforma em atrativo pela sua capacidade de atrair visitantes. Ele é completo quando estiver com infraestrutura, gestão, segurança, promoção e comercialização suficiente para atender as expectativas turísticas do mer-

cado consumidor. Os atrativos turísticos formam a essência do roteiro turístico e são compostos pela matéria-prima do turismo em sua peculiaridade, ou seja, os recursos naturais e culturais do lugar com suas especificidades, capazes de atrair visitantes para além do entorno normal do município onde está o atrativo.



### **Para pensar:**

O produto final consumido pelo turista chamado Roteiro Turístico é composto por diversas informações relativas à sua viagem, incluindo atrativos, gastos nos lugares visitados, permanência média, uso de equipamentos e serviços turísticos, principalmente as lembranças e o aprendizado gerado com a viagem, a permanência no destino e o retorno para o lugar de residência. Será que essa dimensão proporcionada pelo fenômeno turístico não é uma alternativa singular importante para agregar valor à economia local, à qualidade de vida dos moradores e potencializar as relações de identificação cultural e de pertencimento? Se sim, você já se perguntou se o seu município não teria condições suficientes para fazer parte de um roteiro turístico?

### **Atenção**

*Para os turistas, os roteiros são uma oportunidade de experimentar a hospitalidade local, sua história, hábitos e manifestações culturais singulares. Para os visitados, é uma alternativa de construção e desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo, com planejamento, uso sustentável dos recursos e mercadologicamente interessante.*



### **Questão de aprendizagem:**

Quando pensamos na gestão de roteiros turísticos, o primeiro passo é conhecer os conceitos e definições que estarão presentes nas ações e decisões necessárias para a formação do produto turístico pensado. A seguir, marque os principais conceitos que deverão estar presentes no novo roteiro a ser construído.

- ( ) Roteiro, circuito, itinerário, atrativo, infraestrutura turística;
- ( ) Roteiro, itinerário, recurso, atrativo, infraestrutura, demanda;
- ( ) Rota, roteiro, circuito, itinerário, recurso, atrativo, demanda, público-alvo;
- ( ) Rota, roteiro, circuito, itinerário, recurso, atrativo, infraestrutura turística, demanda;
- ( ) Rota, roteiro turístico, recurso natural e cultural, atrativo turístico, infraestrutura turística, equipamentos e serviços turísticos.



*Capítulo 2*

# ***Legislações e registros***

*Ivo Elesbão*

*Gilvan Odival Veiga Dockhorn*



A formação de roteiros possibilita que a atividade turística tenha maior potencial para proporcionar benefícios aos envolvidos, podendo, assim, contribuir para dinamizar não somente a economia local, mas um conjunto de questões relacionadas às potencialidades da região (como as relações de pertencimento, identidade e história). Nos roteiros turísticos, mesmo quando é pequeno o número de empreendimentos que recebem visitantes, os benefícios (renda e empregos) não se restringem somente aos empreendedores, mas se estendem também a outras pessoas as quais passam a fazer parte desse mercado turístico, devido ao efeito multiplicador dessa atividade.

Especialmente na questão econômica, o turismo pode criar uma série de oportunidades de negócios para a comunidade e contribuir para o desenvolvimento local. Nesse sentido, pode ser destacada, segundo Bava (1996), a possibilidade de articulação a partir de iniciativas dos governos locais, de um conjunto de forças sociais locais em torno de um projeto comum, além da possibilidade de canalizar energia para aproveitar as oportunidades locais, podendo, assim, articular e estimular iniciativas que abram novas oportunidades de trabalho, mercado e distribuição de renda. Para Buarque (2002), o desenvolvimento local pode ser considerado como um processo endógeno de mudança, que pode levar ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos.

A implementação e o funcionamento das atividades turísticas precisam estar regulamentados, ou seja, embasados nas leis e normas vigentes, as quais são fundamentais para o seu desenvolvimento. Assim, é preciso ter em mente que o estabelecimento da atividade turística deve estar ancorado nas legislações dos três níveis de governo, ou seja, federal, estadual e municipal. Para Honorio e Rocha (2020, p. 361), há necessidade de articulação e trabalho em conjunto entre os três níveis de governo *“para que os benefícios do turismo possam ser aproveitados de forma equitativa, promovendo roteiros integrados que desenvolvam as potencialidades turísticas dos municípios; isso se torna inviável sem o devido planejamento e gestão das políticas públicas”*.

É fundamental que todo empreendimento esteja legalmente instituído, pois somente assim poderá ter acesso às políticas públicas direcionadas para o setor turístico e que desempenham papel importante, pois *“podem ser instrumentos capazes de promover bem-estar social e crescimen-*



to econômico” (SOUZA; KLEIN, 2019, p. 56).

Durante o processo de planejamento, é preciso atenção com a legislação, ou seja, com as leis e normas existentes, elas precisam ser observadas, primeiramente, para a constituição e, depois, para o funcionamento da atividade turística.



### **Acesse o Código Mundial de Ética do Turismo**

*Esse é um documento importante elaborado no âmbito da Organização Mundial do Turismo (OMT), sendo referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo no mundo, contribuindo para maximizar os benefícios da atividade, bem como minimizar seus potenciais efeitos negativos.*



## **Estudando a Lei**

Na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, o turismo é destacado no “Art. 180. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 2021a, Art. 180). O turismo também é mencionado no Art. 24:

***Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: [...] VII – proteção ao patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico; VIII – responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico; [...]” (BRASIL, 2021a, Art. 24).***

Em âmbito nacional, foi sancionada, em 2008, a Lei Geral do Turismo (Lei Nº 11.771, de 17 de setembro de 2008), que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, definindo as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplinando a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos (BRASIL, 2021b). Essa e outras leis e decretos relacionados ao turismo podem ser encontrados em um documento produzido pela Câmara dos Deputados.

Lembre-se do Código de Defesa do Consumidor (SENADO FEDERAL, 2017):

***É fundamental compreender as normas de proteção e defesa aos consumidores, buscando estar preparado para atuar segundo a legislação e, obviamente, para evitar incorrer em qualquer tipo de infração, estando, assim, sujeito a punições.***

Quando se pretende iniciar qualquer tipo de atividade turística, o empreendedor precisa então estar ciente de que há um conjunto de regras e regulamentos que necessariamente deverão ser atendidos, além de atentar para questões fiscais, trabalhistas, sanitárias etc. Todo esse suporte em relação às adequações legais deverá ser buscado junto aos órgãos competentes e com assessoramento de profissionais da área, pois há necessidade de orientações atualizadas em função de possíveis mudanças na legislação.



### **Lembre-se do CADASTUR:**

***Ele é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo, sendo obrigatório desde a sanção da Lei Geral do Turismo para: acampamentos turísticos, agências de turismo, meios de hospedagem, organizadoras de evento, parques temáticos, transportadoras turísticas e para exercer a profissão de guia de turismo.***



Se você quer empreender na área de turismo, fique atento à elaboração de um Plano de Negócios. Nesse documento, estarão descritos os caminhos para chegar aos objetivos definidos, diminuindo, assim, os riscos inerentes à atividade. Um exemplo de agente de capacitação para empreendedores é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Entre as etapas para iniciar um empreendimento turístico estão:

- Elaboração de um Plano de Negócios;
- Definição do tipo de empresa;
- Escolha de um nome ou marca;
- Formalização do empreendimento junto aos órgãos competentes;
- Obtenção de alvará para funcionamento;
- Registro no Cadastur (se necessário).



**Acesse o link: <https://www.sebrae.com.br>**

### **Atenção**

*Um fator relevante é a constituição de uma Associação do Roteiro, formada e representada por membros que estão ligados diretamente ao roteiro e demais interessados. O associativismo pode ter papel importante no desenvolvimento local do turismo, contribuindo na mobilização da comunidade, na troca de experiências e apoio mútuo, na possibilidade de captar recursos para investimento, redução de custos, entre outros.*

Prepare-se para ter a documentação necessária:

- Para a realização dos serviços turísticos, deve-se considerar a legislação para alimentação, uso do espaço natural (trilhas, caminhos, balneabilidade etc.);
- Para os serviços de hospedagem, é prudente conhecer como se estruturam os serviços (governança, eventos, alimentos e bebidas, recepção e área administrativa em geral);
- Os serviços de transportes e aventura também deverão ser pensados com base na segurança e legislação local, estadual, nacional ou internacional;
- Quanto maior for o leque de atividades prestadas, maior deve ser a preocupação com a segurança do local, do usuário e do estabelecimento.



#### **Questão de aprendizagem:**

Descreva quais os amparos legais básicos devem ser ativados na gestão de roteiros turísticos.



*Capítulo 3*

# ***Governança e os atores locais***

*Thiago Reis Xavier*

*Caroline Ciliane Ceretta*



Os atores locais atuam na governança local – distribuídos em órgãos governamentais e reguladores –, na infraestrutura local disponível (serviços de comunicação, postos de informações, vias de acesso e sinalização) e nos serviços públicos (de saúde, segurança e saneamento), os demais prestadores, qualificados e especializados, atuam no fomento da atividade turística.

Divididos em representantes do poder público e da iniciativa privada, os atores locais do poder público são representados pelo Governo Municipal, Conselhos de Turismo e Instâncias de Governança, que devem atuar como fomentadores da atividade de turismo, já na iniciativa privada, estão incluídos empresários do trade turístico e a comunidade local, constituída pelas lideranças comunitárias ou cidadãos que possuem interesse no turismo.

Compondo o grupo de atores locais, acrescenta-se os gestores de empresas prestadoras de serviços (bares e restaurantes, meios de hospedagem, serviços de transportes – público, privado, aéreo, terrestre, rodoviário, marítimo e fluvial –, agentes de viagens – operadoras e receptivas –, guias de turismo e o conjunto de sujeitos envolvidos com os atrativos turísticos).

A efetiva participação de todos os atores através de ações de sensibilização e mobilização é fundamental no processo de roteirização turística, devendo ser envolvidos, além das Instâncias de Governança Regional, o poder público representado, empresários, a sociedade civil organizada e as instituições de ensino (BRASIL, 2007).



### **Lembre-se**

- *Para compor um roteiro turístico, é preciso saber quem são os atores que estão pensando em viabilizar ou construir um novo roteiro turístico. São pessoas da comunidade? São os turistas? São os investidores externos? São os empresários do trade turístico local? É o Poder Público? Qual a motivação para tal iniciativa?*
- *Um roteiro turístico exige participação mútua entre os atores, pois assim como outras atividades turísticas, implica em planejamento, trabalho, renda, impactos, mudanças de hábitos e rotinas para os participantes. E lembre-se: as atividades dos atores devem ser estruturadas por meio de governanças locais que, de forma participativa, deverão articular as iniciativas pensadas para o planejamento do turismo.*

Alguns exemplos de espaços de governança local: Conselhos locais de Turismo; Instâncias de Governança; Fóruns de desenvolvimento; Grupos de interesses diversos; Associações cooperativas; Consórcios; associações de classe; e Associações de produtores ou empresariais.

Com o apoio do Poder Público Municipal, Estadual e Federal, as iniciativas de turismo se tornam grandiosas porque ajudam a solucionar impedimentos geográficos, de tráfego de veículos, auxiliam na normatização de horários, regulam espaços de estacionamentos próximos aos atrativos para visitantes, por exemplo, estacionamentos para carros, ônibus e vans de excursão, preparam a infraestrutura sanitária e de acesso para a chegada aos atrativos, entre outros.

Quando os municípios têm uma política pública de turismo alinhada desde o Plano diretor Municipal, o Conselho Municipal de Turismo, o Fundo Municipal de Turismo e o Plano Municipal de Turismo, a atividade de turismo favorece a valorização e a sustentabilidade das áreas onde os atrativos se concentram, favorece a segurança dos locais de visitação, a sensibilização da qualificação profissional, a elaboração de projetos de desenvolvimento sustentável para o turismo e a fiscalização das atividades.



### Atenção

***Muitos problemas público-privados podem fragilizar a divulgação e a comercialização de Roteiros Turísticos (BENI, 2006). Como exemplo, pode-se citar a falta de verba orçamentária nos municípios ou destinos que buscam o desenvolvimento do turismo, que, muitas vezes,   fragilizada por não estar prevista em seus Conselhos e Fundos Municipais de turismo.***

Nesse cenário, as parcerias público-privadas surgem como uma nova oportunidade de minimizar a crise da falta de política pública, trazendo estrategicamente a criatividade, a inovação e a agilidade para potencializar o roteiro, bem como encontrar solução efetiva de comercialização pela agilidade e pelo comprometimento dos atores, sendo capaz de descentralizar e compartilhar a gestão local do produto turístico como um todo (BENI, 2006).

Quando a parceria acontece, há maior facilidade para adquirir recursos financeiros, inclusive com possibilidade de arrecadação para o Fundo Municipal de Turismo, desde que as Leis Municipais sejam respeitadas. Com isso, os recursos financeiros são melhor direcionados a adequações do roteiro às exigências da demanda, acelera-se a capacitação e a reorganização de serviç os turísticos, os investimentos tanto em infraestrutura básica como turística são agilizados e organizados.



### **Dica**

*Quando parte da arrecadação de divisas for oriunda da comercialização de roteiros turísticos, ela deve estar prevista nos orçamentos que compõem os Conselhos e Fundos Municipais de Turismo. Vale a consulta no setor de expediente da prefeitura, pois ali está o departamento responsável pela organização dos processos internos: leis, decretos, nomeações, leis ordinárias.*

● **Aliança público-privada:** é uma condição ideal para conceber novos roteiros turísticos, se de um lado, o Poder Público oferece o apoio e as diretrizes de qualificação e sustentabilidade das ações, do outro, a iniciativa privada coloca em prática uma oferta de produtos e serviços que irão viabilizar o roteiro turístico e garantir a competitividade entre mercados próximos, nacionais ou internacionais. Esse apoio é uma maneira de articular roteiros turísticos de forma contínua, tanto em âmbito local como regional, assegurando aos atores locais condições de usufruir do efeito multiplicador característico do turismo e de agregar valor ao território por onde o roteiro passar. Um roteiro turístico é uma oportunidade que exige responsabilidade de todos os atores, de modo que a sustentabilidade seja perseguida constantemente.



### **Importante**

*O Poder Público tem o papel de dar apoio institucional e fomentar a divulgação do roteiro, auxiliar nas estratégias para divulgação de material informativo para feiras comerciais do setor de agenciamento de viagens, atuar como incentivador da valorização do roteiro, provendo de condições de acesso, sinalização, iluminação e segurança pública até a chegada aos atrativos turísticos. Se estes forem de caráter particular, o empreendedor tem que prover das melhorias internas e infraestrutura para a sua propriedade. Se os atrativos são públicos, tais incumbências tornam-se responsabilidade do Poder Público.*



### **Questão de aprendizagem:**

- 1) Quais são os espaços associativos, voltados para a governança da atividade turística (Associações, Conselhos de Turismo, Instâncias de Governança etc.), existentes no município (ou região) em que você reside ou trabalha?
- 2) Por meio de uma análise em sua realidade local, avalie como ocorre a participação e a integração dos atores locais (Poder Público, iniciativa privada e comunidade) no processo de construção de roteiros turísticos.



*Capítulo 4*

# ***Agências de viagens e turismo***

*Thiago Reis Xavier*

*Caroline Cilians Ceretta*





O Art. 27, da Lei Nº 11.771/2008, que concebe a Política Nacional de Turismo, compreende por agência de turismo “quem exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos” (BRASIL, 2008, Art. 27). A mesma legislação também estabelece que “são considerados serviços de operação de viagens, excursões e passeios turísticos, a organização, contratação e execução de programas, roteiros, itinerários, bem como recepção, transferência e a assistência ao turista” e que *“as atividades de intermediação de agências de turismo compreendem a oferta, a reserva e a venda a consumidores de um ou mais dos seguintes serviços turísticos fornecidos por terceiros: (I) passagens; (II) acomodações e outros serviços em meios de hospedagem; e (III) programas educacionais e de aprimoramento profissional”* (BRASIL, 2008, Art. 27).

No território brasileiro, as agências de turismo podem exercer as funções básicas de: promoção (divulgação), assessoria (consultoria) e concepção, organização e operação (implementação) de roteiros turísticos, tendo como principal função intermediar a venda entre fornecedores de serviços turísticos (transporte, hospedagem e serviços) e o cliente final (o turista) (TOMELIN, 2001).

As agências de viagens e turismo têm a função de intermediar os serviços turísticos entre a oferta local e a demanda (turistas). São as responsáveis por elaborar, divulgar e comercializar pacotes de viagens e serviços para viagens individuais ou em grupo, por exemplo, reservas, transportes, transfers, hospedagens, emissão de vouchers, câmbios, guia de turismo, motoristas, serviços de entretenimento etc. Podem ser do tipo emissiva: comercializam pacotes para outras regiões, receptivas: atuam na comercialização de produtos turísticos locais e regionais ou mistas: criam e revendem pacotes de viagens.

**O que é um voucher ou bilhete de viagem?**  
É uma ordem de serviço turístico emitido pela operadora de turismo para que os viajantes apresentem nos locais de visitação (ingressos), de modo que possam fazer a contra-apresentação para a prestação do serviço adquirido.

Dentre diversas tipologias, em especial quando voltadas à comercialização de roteiros turísticos, as agências de viagens podem ser classificadas, tendo em vista sua forma de atuação, em:

✓ **Agências de viagens consolidadoras:** organizações de grande porte por serem credenciadas pela Associação Internacional de Empresas Aéreas (IATA), possuem acesso global e contratos de compra fechados com as companhias aéreas, revendendo os bilhetes a agências menores e/ou novatas com preços mais baixos e condições favoráveis.



**Saiba mais:** São exemplos de agências de viagens consolidadoras no Brasil a RexturAdvance, a EsferaTur, A FlyTour Gapnet, a SkyTeam, a Confiança, a Acoradouro e a SakuraTur.

✓ **Agências operadoras** (conhecidas no mercado nacional como operadoras): também chamadas de atacadistas, elaboram e operam pacotes de viagens (muitas vezes padronizados), comercializando seus produtos diretamente com o público, por meio de seus escritórios locais (geralmente guichês em shoppings e aeroportos).



**Saiba mais:** A mais expressiva operadora de viagens que atua no mercado brasileiro é a CVC, que está estabelecida como a maior da América Latina.

✓ **Agências de viagens receptivas** (conhecidas no mercado nacional como receptivas): prestam serviços às operadoras de turismo e demais agências, sendo responsável por receber o turista in loco no destino turístico. Por meio da oferta de uma variedade de serviços, assessoram o turista durante a viagem, elaborando e vendendo roteiros, passeios e programas locais, muitas vezes cobrados à parte do pacote turístico. Procure uma agência de viagens receptiva sempre!

Geralmente, a comercialização dos roteiros ocorre através de uma agência de viagens receptiva, porque garante a gerência e a participação equilibrada das visitas nos atrativos, o controle da capacidade de carga e as avaliações da programação como um todo. Além disso, os receptivos também assumem o papel de avaliar constantemente se o produto oferecido é satisfatório ou se necessita de mudanças estratégicas.



### **Você sabia**

- *Em termos históricos, no Brasil, até a década de 1980, o mercado de agências de viagens era altamente regulamentado, o que o tornava burocratizado e pouco competitivo. Todavia, durante essa década, por meio da publicação do Decreto-lei 2.294/86, houve uma significativa redução do número de exigências, o que provocou um rápido crescimento do número de estabelecimentos.*
- *Já na década de 1990, a revolução tecnológica e o surgimento da internet fizeram com que os fornecedores (em especial as empresas aéreas) passassem a contar com um canal de distribuição próprio, que não exigia pagamento de comissões aos agentes de viagem, o que permitiu a comercialização dos produtos a praticamente qualquer pessoa, não importando onde ela estivesse. Esse cenário permitiu levar os sistemas até o consumidor final, propiciando uma redução significativa nos custos de distribuição (TOMELIN, 2001).*
- *Essa revolução ocorreu em decorrência dos chamados Sistemas Globais de Distribuição (Global Distribution Systems – GDS’s). Com a chegada dos GDS’s, os grandes sistemas de distribuição se integraram cada vez mais à internet, fazendo com que as agências de viagens e turismo deixassem de ser “escritórios convencionais”, devido à crescente diminuição da necessidade de ter intermediários e pagamentos de comissões, isso possibilitou o acesso direto do consumidor final a reservas e pagamentos.*

O foco das agências de turismo tradicionais precisou ser repensado, fazendo emergir a necessidade de oferecer ao turista maior comodidade no processo de compra de serviços personalizados/customizados e de roteiros altamente especializados ou segmentados. Nesse sentido, o foco das agências de turismo é apostar em diferenciação dos produtos.

### **Quem é o agente de viagens?**

✓ *O papel do agente de viagens é fundamental. Sua função passa a ser de um “consultor para a viagem”. Estar bem informado sobre o destino turístico, conhecer as tendências de mercado, os avanços tecnológicos e as mudanças globais fazem dele um importante promotor de experiências. Para uma boa prestação de serviços, as agências de viagens receptivas devem conhecer as peculiaridades do destino turístico e o perfil da demanda desejada ou existente. Por isso, o agente de viagem deve sempre trabalhar em parceria com o guia de turismo, potencializando e facilitando a comercialização dos roteiros turísticos.*

### **Quem é o Guia de Turismo?**

✓ *É o profissional responsável por receber e acompanhar os turistas durante a visita aos atrativos e serviços que compõem o roteiro turístico. Sua profissão é regulamentada. O guia recebe, conduz e orienta os visitantes para a visita. Seu papel é fundamental para o sucesso do roteiro, pois é com ele que o trabalho de anfitrião acontece. Se o guia de turismo fizer parte da viagem que chegará ao destino turístico, é bom que ele entre em contato com os condutores locais e guias de turismo receptivos para que atuem de maneira integrada, pois isso qualifica e diferencia a sua atuação, principalmente ampliando a dinâmica de serviços receptivos de visita, com informações peculiares e curiosidades locais ímpares compartilhadas.*

Importante: quando a agência de viagens e turismo atua no mercado receptivo, com frota própria, carros de passeios e guias de turismo, o setor comercial é um dos mais importantes e estruturados para realizar o bom atendimento aos turistas, pois se usa estratégias mercadológicas para captar clientes, encantá-los, efetivar a venda e promover o destino visitado.



#### **Questão de aprendizagem:**

Qual o papel desempenhado por cada um dos seguintes tipos de agências de viagens?

- a. Agências consolidadoras:
- b. Agências operadoras:
- c. Agências receptivas:



*Capítulo 5*

# ***Desenvolvimento sustentável***

*Caroline Ciliane Ceretta*

*Luciana Davi Traverso*

*Marcelo Ribeiro*



Como elemento do desenvolvimento local, o turismo tem a responsabilidade de usufruir dos recursos locais existentes, a partir de um planejamento responsável e integrado, constituir junto aos atores sociais locais um processo de sensibilização capaz de reconhecer o valor turístico construído e, com isso, ter condições de se inserir no processo de desenvolvimento local, obedecendo a lógica territorial de ação.

É justamente nesse processo de desenvolvimento local, entendido como pertencente a um território identitário, que Pecqueur (2005) revela a possibilidade de novas estratégias de desenvolvimento, em seu sentido construído e atrelado à valorização de atividades locais que permitem aos atores se reorganizarem nas novas economias surgentes.

Assim, há a necessidade de evidenciar o vínculo do turismo com a riqueza, o valor e a concepção do desenvolvimento, atrelado às relações sociais, culturais, historicamente construído entre os homens e o meio em que vivem, do contrário, o processo de desenvolvimento fica fragilizado, não atingindo a sua plenitude.

Na perspectiva territorial, o turismo só terá condições de ser um novo fator de desenvolvimento local quando for reconhecido o valor de seus recursos identitários, nos quais os atores sociais são fundamentais para desencadear novas redes de políticas, estrutura, conduta e desempenho, cujos ativos estarão atrelados ao valor atribuído por eles.

Desse modo, os programas e os projetos desenvolvidos no território poderão constituir normas e ações de turismo, nas quais o processo de desenvolvimento local terá, juntamente com seus atores locais, a responsabilidade de atuar sob o apoio da governança local, como sujeitos ativos e responsáveis pelo sucesso ou fracasso decorrente.

Na década de 1980, com a criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento e a idealização do relatório de 1987 “*Our Common future*” (Relatório de Brundtland), foi elaborada uma agenda global com o objetivo de gerar maior esforço conjunto para conciliar a preservação do meio ambiente com o desenvolvimento econômico. Firma-se, então, a ideia de que o desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que “satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (INSTITUTO ECOBRASIL, ©2021, não paginado). Acrescido de que a força e a fraqueza dessa definição encontram-se justamente nessa fórmula vaga, pois se deixa em aberto

quais seriam as necessidades humanas atuais e, mais ainda, as das gerações futuras. A noção da intergeracionalidade no conceito de sustentabilidade, associando-a à noção de justiça social (redução das desigualdades sociais e direito de acesso aos bens necessários a uma vida digna) e aos valores éticos (compromisso com as gerações futuras), também são noções que precisam ser pensadas quando o objetivo é o desenvolvimento sustentável.

### **Atenção para um importante marco da sustentabilidade**

- Em 1989, a Assembleia das Nações Unidas aprovou a convocação da Conferência das Nações Unidas para o Meio ambiente e o Desenvolvimento em 1992, conhecida como RIO-92. O efeito mais visível desse encontro foi a criação da Convenção da Biodiversidade e das Mudanças Climáticas, que resultou no Protocolo de Kyoto, na Declaração do Rio e na Agenda 21. A declaração do Rio-92 segue a mesma linha das decisões da reunião de Estocolmo: meio ambiente e desenvolvimento – boa gestão dos recursos naturais –, sem comprometimento do modelo econômico vigente.
- Os 179 países participantes da Rio-92 acordaram e assinaram a Agenda 21 Global, com o intuito planetário de um novo padrão de desenvolvimento sustentável para o século XXI. A Agenda 21 pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que conciliam métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.

Vale a pena lembrar que, em geral, as dimensões do desenvolvimento sustentável são formadas por 5 aspectos:

- ✓ **Ambiental:** produção e consumo compatível com a base material em que se assenta a economia, como subsistema do meio natural;
- ✓ **Econômico:** aumento da eficiência da produção e do consumo com economia crescente de recursos naturais, com destaque para recursos permissivos, como as fontes fósseis de energia e os recursos delicados e mal distribuídos, como a água e os minerais;
- ✓ **Social:** todos os cidadãos devem ter o mínimo necessário para uma vida digna e que ninguém absorva bens, recursos naturais e energéticos que sejam prejudiciais a outros. Isso significa erradicar a pobreza e definir o padrão de desigualdade aceitável, delineando limites mínimos e máximos de acesso a bens materiais – promovendo a justiça social;
- ✓ **Espacial e geográfico:** buscando a desconcentração espacial das

atividades da população, procurando melhorar a democratização do poder local/regional, evitando o excesso de aglomerações e almejando a superação das disparidades inter-regionais;

✓ **Cultural:** respeito à formação cultural comunitária e às soluções adaptadas a cada realidade.

Avançando a preocupação global em relação à sustentabilidade, por ocasião da Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, como resultado de um processo iniciado em 2013, foram concluídas em agosto de 2015 as negociações que culminaram na adoção, em setembro, dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Foram pensados 17 objetivos, que vão desde a “erradicação da pobreza” até “fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável” (NAÇÕES UNIDAS, ©2021, não paginado). Cada um dos objetivos é subdividido em várias linhas de ação que, por sua vez, deverão orientar as políticas nacionais e as atividades de cooperação internacional, sucedendo e atualizando os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). Dentre os 17 ODS, o turismo está diretamente ligado a três deles:

<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">8</p> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Promover crescimento econômico sustentável e inclusivo, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos</p>	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">12</p> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Consumo e produção sustentável</p>	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">14</p> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Conservação e uso sustentável dos oceanos, mares e fontes marinhas para o desenvolvimento sustentável</p>
--	--	---

(NAÇÕES UNIDAS, ©2021, não paginado)



**Acesse o site das ONU e conheça todos os ODS**



### **Você sabia**

*A sustentabilidade é tão importante que a Assembleia Geral das Nações Unidas designou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável? O objetivo consistia em apoiar mudanças nas políticas, nas práticas de negócios e no comportamento do consumidor no sentido de promover o desenvolvimento do setor, com base nos princípios da sustentabilidade.*



*A Organização Mundial do Turismo (OMT) é responsável pela promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível, voltado para a realização da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Vale a pena conferir essa iniciativa, então, acesse o conteúdo e: “JUNTE-SE A NÓS NA JORNADA DE 2030”.*





Outra iniciativa que discute sustentabilidade e turismo encontra-se no Global Sustainable Tourism Council (GSTC). O GSTC estabelece e gerencia os padrões globais para viagens e turismo sustentáveis, conhecidos como critérios do GSTC, além de fornecer credenciamento internacional para Organismos de Certificação de Turismo Sustentável.

Esses critérios são o resultado de um esforço mundial para desenvolver uma linguagem comum sobre a sustentabilidade no turismo. Eles estão dispostos em quatro pilares, sendo eles: Gestão sustentável, Impactos socioeconômicos, Impactos culturais e Impactos ambientais (incluindo consumo de recursos, redução da poluição e conservação da biodiversidade e paisagens). O GSTC apresenta dois conjuntos de critérios: um atende a indústria do turismo, enquanto o outro atende aos destinos turísticos. Tais critérios apresentam os princípios orientadores e os requisitos mínimos que qualquer empresa ou destino de turismo devem alcançar para proteger e manter os recursos naturais e culturais do mundo, garantindo que o turismo atenda ao seu potencial como ferramenta de conservação e redução da pobreza.

O GSTC não certifica diretamente nenhum produto ou serviço, mas oferece um programa de credenciamento por meio de seu parceiro Assurance Services International (ASI) para credenciar Organismos de Certificação.

No Brasil, a retomada do turismo como uma iniciativa comprometida com o desenvolvimento sustentável marca o início de um novo formato da atividade, no qual os efeitos globais da prática de um turismo massivo, desordenado e sem limites, característico do período de 1950 a 1980, passou a ser superado com as mudanças em relação ao planejamento e à gestão da atividade turística.

O Ministério do Turismo trabalha as relações entre turismo e sustentabilidade com base em quatro princípios do desenvolvimento sustentável, essenciais para o programa de regionalização do turismo. Esses princípios mantêm forte relação entre si e precisam ser planejados conjuntamente, uma vez que se complementam, pois tratam da sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional.

### ***O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil***

Turismo e Sustentabilidade (BRASIL, 2007 apud BRASIL, 2016, p. 7) explica que:

***“Turismo Sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro”.***

Destaca-se que o ritmo acelerado das mudanças nas últimas décadas tem provocado os empreendedores a inovarem em métodos, estratégias e produtos para que possam competir no mercado. Dessa maneira, de acordo com Dallas (2009 apud BRASIL, 2016, p. 8), *“empreendimentos que têm a sustentabilidade incorporada em sua essência e em sua atuação e que se preocupam em gerir os impactos causados por suas atividades, produtos e serviços, têm conseguido avanços expressivos em visibilidade e resultados financeiros positivos!”*

Com base nos princípios de sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional que norteiam o Programa de Regionalização do Turismo e guiado pela Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030, juntamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), o Ministério do Turismo buscará articular e incentivar a convergência das ações voltadas ao desenvolvimento responsável no âmbito da Política Nacional de Turismo e do avanço da Agenda 2030, especialmente dos ODSs 8, 12 e 14, onde o turismo foi especialmente incluído como meta (BRASIL, 2018, p. 120-121).

O Planejamento Estratégico 2020-2023, do Ministério do Turismo (MTur), demonstra a preocupação do Turismo Brasileiro em relação à sustentabilidade, já que apresenta no mapa estratégico a seguinte visão: “Fortalecer o Turismo no Brasil, de forma competitiva e sustentável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social” (BRASIL, 2020, não paginado). A visão para o Turismo Brasileiro, presente nesse planejamento estratégico, é a de: “ser referência em políticas públicas de turismo, inovadoras, competitivas e sustentáveis, na América Latina até 2030” (BRASIL, 2020, não paginado). E aí? O que seu negócio já realiza pensando na sustentabilidade? Pronto para incrementar ainda mais seu produto/serviço, pensando também no desenvolvimento sustentável do Turismo?

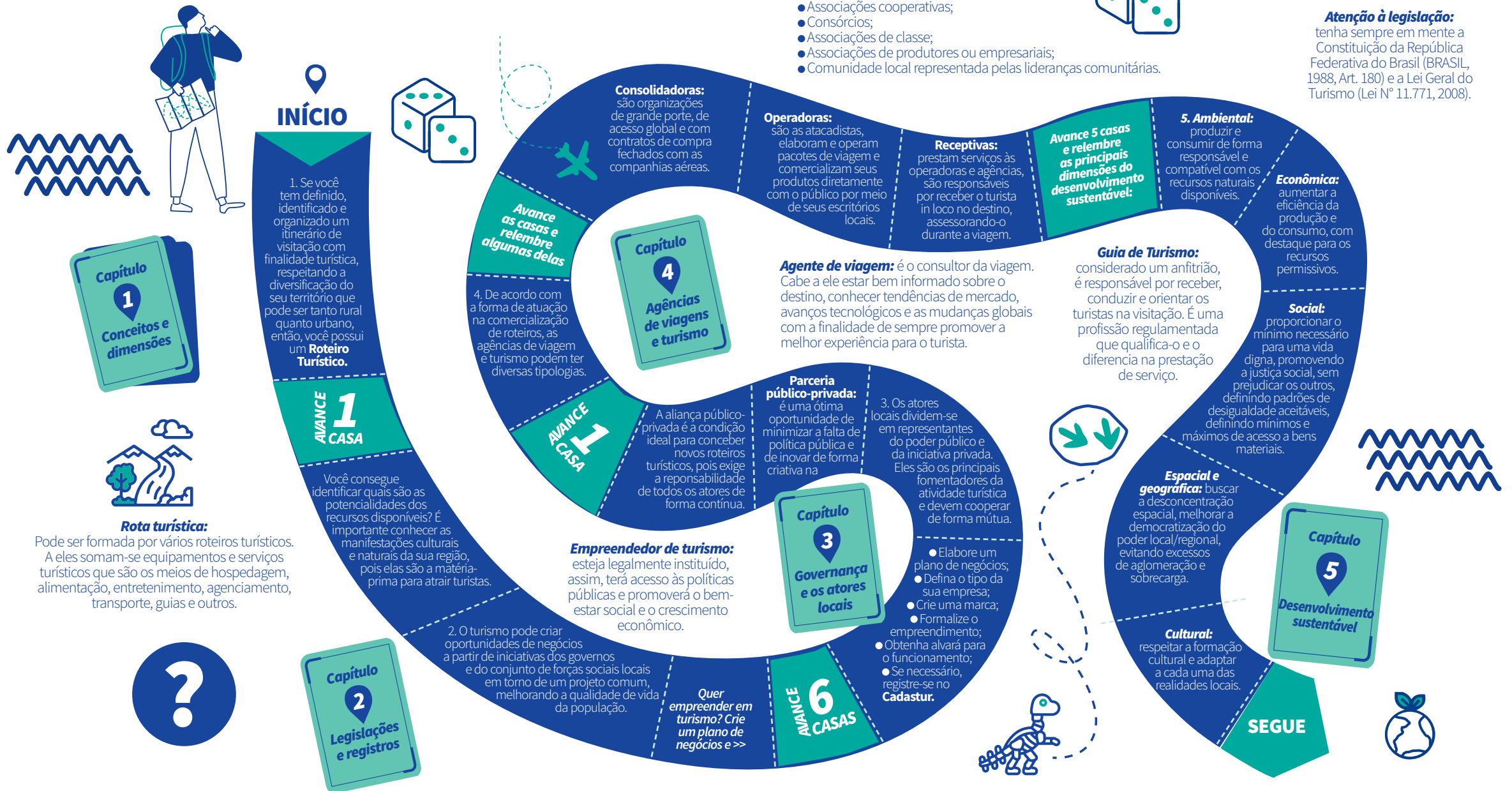


### **Questão de aprendizagem:**

- Se você se interessou pelo assunto sustentabilidade, navegue pelos critérios do GSTC para hotéis e operadoras turísticas através do seguinte site: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria/>.
- Depois, navegue nos critérios dos destinos turísticos: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>.
- É importante ter bem claro os critérios e suas ações aplicadas em diferentes contextos. Por exemplo: se alguém nos indaga sobre quais critérios você elencaria para um plano de desenvolvimento sustentável no território xxx. É preciso ter a referência de critérios/parâmetros reconhecidos internacionalmente para que possamos alavancar o turismo sustentável em nosso país!

# Infográfico

Fixando contextualizações e princípios para a gestão de Roteiros Turísticos



## BIBLIOGRAFIA

BAHL, M. **Viagens e Roteiros Turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BAVA, S. C. **Desenvolvimento local: uma alternativa para a crise social?** São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 53-59, jul./set. 1996.

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BENI, M. C. **Saturação e Rejeição ao Turismo nas Destinações Turísticas**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR), São Paulo, v. 14, n. 2, p. 1-8, maio/ago. 2020.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002. 180p.

BRASIL. **Constituição de 1988**. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2021a. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/consti/1988/constituicao-1988-5-outubro-1988-322142-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

BRASIL. **Lei Nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Brasília, DF: Presidência da República, 2021b. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm)>. Acesso em: 31 mar. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Módulo Operacional 7: Roteirização Turística**. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. 51 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. 162 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e sustentabilidade: orientações para prestadores de serviços turísticos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2016. 32 p.

BRASIL. **Planejamento Estratégico Institucional 2020-2023**. Brasília: Ministério do Turismo, 2020. Não paginado. Disponível em: <<http://antigo.turismo.gov.br/planejamento-estrat%C3%A9gico-institucional-2020-planejamento-estrat%C3%A9gico-institucional-2020-2023.html>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

HONORIO, I. C.; ROCHA, I. O. **Políticas Públicas de Turismo na Legislação Federal e do Estado de Santa Catarina**. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 352-364, 2020.

INSTITUTO ECOBRASIL. **Nosso Futuro Comum - Relatório Brundtland**. Instituto EcoBrasil: Ecoturismo – Ecodesenvolvimento, [S.l.], ©2021. Não paginado. Disponível em: <<http://>

[www.ecobrasil.eco.br/site\\_content/30-categoria-conceitos/1003-nosso-futuro-comum-relatorio-brundtland](http://www.ecobrasil.eco.br/site_content/30-categoria-conceitos/1003-nosso-futuro-comum-relatorio-brundtland)>. Acesso em: 19 mar. 2021.

NAÇÕES UNIDAS. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. **Nações Unidas – Brasil**, Brasília, ©2021. Não paginado. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes**, [S.l.], v. 24, n. 1 e 2, p.10-22, 2005.

SENADO FEDERAL. **Código de defesa do consumidor e normas correlatas**. 2. ed. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2017. Disponível em: <[https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/533814/cdc\\_e\\_normas\\_correlatas\\_2ed.pdf](https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/533814/cdc_e_normas_correlatas_2ed.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2021.

SOUZA, M.; KLEIN, A. L. Normativas, regulamentações e políticas públicas para o turismo rural. In: SOUZA, M.; DOLCI, T. S. (Coord.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 41-60.

TOMELIN, C. A. **Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias**. São Paulo, SP: Aleph, 2001.142 p.

## AUTORES

### **Caroline Ciliane Ceretta (Autora/organizadora)**

Doutora em Extensão Rural. Mestra em Turismo. Bacharela em Turismo. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e colaboradora no Mestrado em Patrimônio Cultural. Lotada no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM. Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/4388433550209518>. E-mail: [caroline.ceretta@ufsm.br](mailto:caroline.ceretta@ufsm.br).

### **Dalva Maria Righi Dotto (Organizadora)**

Pós-doutora em Administração. Doutora e Mestra em Desenvolvimento Regional. Bacharela em Ciências Administrativas. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e no Mestrado em Gestão de Organizações Públicas. Lotada no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM. Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/7675927137400954>. E-mail: [dalvadotto@gmail.com](mailto:dalvadotto@gmail.com).

### **Mônica Elisa Dias Pons (Organizadora)**

Pós-doutora em Comunicação. Doutora e Mestra em Comunicação Social. Bacharela em Comunicação – Relações Públicas. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e no Mestrado em Patrimônio Cultural. Lotada no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM. Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/1266730315285809>. E-mail: [monica@ufsm.br](mailto:monica@ufsm.br).

### **Gilvan Odival Veiga Dockhorn (Autor)**

Pós-doutor em História Contemporânea. Doutor em História das Sociedades Ibero-Americanas. Mestre em História. Bacharel em História. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e no Mestrado em Patrimônio Cultural. Lotado no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM. Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/9582242288468024>. E-mail: [gilvan.dockhorn@ufsm.br](mailto:gilvan.dockhorn@ufsm.br).

### **Ivo Elesbão (Autor)**

Doutor em Geografia. Mestre em Extensão Rural. Economista, Engenheiro Agrônomo. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo. Lotado no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM. Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/7384424503611071>. E-mail: [ivo.elesbao@ufsm.br](mailto:ivo.elesbao@ufsm.br).

### **Luciana Davi Traverso (Autora)**

Doutora em Administração de Empresas. Mestra em Turismo e Hotelaria. Tecnóloga em

Hotelaria. Docente no Curso de Administração e no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo. Lotada no Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal de Santa Maria.

Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/4939993298300369>. E-mail: [luciana.traverso@ufsm.br](mailto:luciana.traverso@ufsm.br)

**Marcelo Ribeiro (Autor)**

Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável. Bacharel em Turismo. Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e no Mestrado em Patrimônio Cultural. Lotado no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM.

Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/6668223529036644>.

E-mail: [ribeiromarcelo64@gmail.com](mailto:ribeiromarcelo64@gmail.com)

**Thiago Reis Xavier (Autor)**

Doutor em Administração. Mestre em Administração. Bacharel em Turismo. Coordenador e docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo. Lotado no Departamento de Turismo do Centro de Ciências Sociais e Humanas/UFSM.

Conheça seus projetos e atividades acadêmicas no link: <http://lattes.cnpq.br/8501419228745660>.

E-mail: [thiago.adm.tur@gmail.com](mailto:thiago.adm.tur@gmail.com)



**UFSM**  
Pró-Reitoria de  
Extensão



*Departamento de*  
**Turismo**



UNESCO Aspirante

**Geoparque**  
**Quarta Colônia**





**UFSM**  
Pró-Reitoria de  
Extensão



*Departamento de  
Turismo*



UNESCO Aspirante  
**Geoparque  
Quarta Colônia**

