

Conscientização Turística em Antonina, Paraná

Marcos Cruz Alves¹

RESUMO: Em cidades onde o turismo é uma realidade ou potencial a ser explorado, a conscientização turística de todos os envolvidos (governo, comunidade e iniciativa privada) é um pressuposto básico para o desenvolvimento sustentável da atividade. Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa sobre o nível de conscientização turística na cidade de Antonina (PR), bem como algumas propostas de ações para a reversão da situação encontrada.

PALAVRAS-CHAVE: turismo e desenvolvimento sustentável, governo, comunidade e iniciativa privada, conscientização turística, Antonina, Paraná, Brasil.

ABSTRACT: *In cities where the tourism is a reality or a potencial to be explored, the touristical consciousness raising of all those that are involved (local government, community and private sector) is a basic presupposition to the sustainable development of the activity. This article shows the results of a research about the touristical consciousness level in the city of Antonina, Paraná, as well as some proposals of actions to reverse the founding situation.*

KEYWORDS: *tourism and sustaintable development, local government, comunity and private sector, Antonina, Paraná, Brazil.*

1. Analista de Sistemas. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Tecnólogo em Processamento de Dados pela UFPR. Membro do Conselho Municipal de Turismo de Antonina, Paraná.
End.: Rua Coronel Francisco H. dos Santos, 1261 – 81530-000 – Curitiba – PR – Brasil. Tel.: (041) 366-2997.
E-mail: cacos@ineparnet.com.br

Introdução

Desde os primórdios da civilização, o homem utilizou sua capacidade criativa para sobreviver aos desafios da natureza. Visando proteger-se da ameaça de seus predadores naturais e dos rigores do clima, utilizou-se da proteção das cavernas e desenvolveu utensílios para auxiliá-lo no seu dia-a-dia.

Com o aumento dos agrupamentos humanos, tornou-se necessária a divisão de tarefas, em que os elementos das comunidades passaram a ter suas funções diferenciadas em conformidade com as necessidades do grupo. Inicialmente tais grupos eram relativamente pequenos e todos os seus componentes tinham conhecimento da contribuição de cada um – e de sua importância – para o bom funcionamento da comunidade.

A humanidade seguiu sua marcha progressiva, e atualmente são incontáveis as comunidades e ocupações nela existentes. Porém, em virtude do crescimento demográfico desenfreado e do surgimento de inúmeras atividades – dentre elas o turismo –, são poucas as comunidades que podem contar com a mesma coesão dos tempos de outrora.

Em recente trabalho realizado no município de Antonina, cidade histórica com aproximadamente 18.400 habitantes situada no litoral do Paraná, elaborou-se o inventário da oferta turística e breve diagnóstico do turismo no município. Durante a realização desse trabalho identificou-se, paralelamente a um grande potencial turístico, fortes indícios de falta de conscientização turística, tais como a indiferença para com os visitantes, cobrança de preços abusivos, falta de maiores informações a respeito do que a cidade tem a oferecer, inexistência de sinalização turística, inobservância a horários estabelecidos, despreparo no atendimento ao público, descaso para com o patrimônio turístico e inércia e desunião entre os proprietários de empresas ligadas diretamente ao turismo.

Com vistas à confirmação de tais indícios e à proposição de ações para a reversão do quadro encontrado, prosseguiu-se com o processo investigatório, cujos resultados, bem como algumas proposições, são apresentados neste artigo.

Objetivos do Projeto de Conscientização Turística

Em linhas gerais, pretende-se elaborar propostas de conscientização para os diversos segmentos do município de Antonina (PR), quanto à importância representada pelo turismo para o desenvolvimento sustentável da comunidade, bem como para a importância da correta atuação de todos os envolvidos – direta ou indiretamente – com vistas ao desenvolvimento efetivo da atividade turística local.

Especificamente, pretende-se propor ações de conscientização adequadas às carências encontradas, enfocando os setores público, privado e comunidade, visando:

- resgatar na população o sentimento de amor e respeito pela cidade e seus atrativos, bem como buscar, através da conscientização, a colaboração e apoio dos cidadãos na preservação do bem público;
- desenvolver na população antoninense o sentimento de hospitalidade para com turistas e visitantes;
- conscientizar o próprio setor turístico e áreas afins, enfatizando a importância da qualificação profissional;
- sensibilizar as autoridades locais para a importância do turismo para Antonina;
- tornar conhecida a oferta turística.

Referencial Teórico

Antonina é uma cidade onde a atividade turística se desenvolve há tempos, sem, no entanto, figurar como componente significativo da economia local. Apesar de haver na cidade um descontentamento geral com a situação atual, inexistente a coordenação de esforços para reverter o quadro encontrado.

Um dos prováveis motivos de tal situação deve-se ao desconhecimento das responsabilidades e funções cabíveis aos setores público, privado e à comunidade, bem como ao dos impactos gerados pelo turismo. Tais responsabilidades e funções, conforme Ruschmann (1991:33), Ignarra (1993:39) e Acerenza (1991:222), podem ser resumidas em:

- a responsabilidade pelo turismo na cidade cabe a todos os envolvidos direta ou indiretamente, ou seja, ao governo municipal, ao empresariado e à comunidade;
- cabe ao governo municipal: coordenação de esforços, manutenção da infraestrutura, promoção institucional, planejamento turístico, prestação de informações turísticas, controle de qualidade, fiscalização, formação e aperfeiçoamento de recursos humanos, elaboração de calendário de eventos, viabilização do lazer da população local, entre outras;
- cabe ao empresariado ligado à atividade: promover seus produtos, prestar serviço com qualidade, formar e aperfeiçoar seus recursos humanos, respeitar a legislação e o meio ambiente, cobrar preços razoáveis, remunerar adequadamente seus recursos humanos, entre outras;
- cabe à comunidade: zelar pela sua cidade e respeitar o turista;
- quanto aos visitantes: respeitar os moradores (cultura) e o meio ambiente.

Em relação aos impactos gerados pelo turismo, o livro *Planejamento para o Desenvolvimento Sustentável a nível Municipal* (OMT, 1994) traz um bom resumo do que Acerenza (1991: cap.3), Lage e Milone (1991:91) e Rabahy (1990: cap.3) discorreram em suas obras:

a) *Impactos positivos do turismo*

- *aspectos econômicos*: aumento de oportunidades de empregos e de negócios, da distribuição de renda e da renda tributária; desenvolvimento regional e da infraestrutura local; ingresso de divisas;
- *aspectos socioculturais*: conservação do patrimônio; renovação da identidade cultural; intercâmbio cultural;
- *aspectos ambientais*: aumento da consciência do meio ambiente, conservação de áreas naturais importantes, de lugares históricos e arqueológicos e do patrimônio arquitetônico local; melhora da qualidade do meio ambiente e da infra-estrutura;

b) *Impactos negativos do turismo*

- *aspectos econômicos*: transformação de ocupações profissionais e da estrutura de distribuição da população; desvio de benefícios e distorções econômicas;
- *aspectos socioculturais*: comercialização excessiva, perda da autenticidade em manifestações culturais; perda da identidade cultural; superpopulação e perda da comodidade dos nativos; modificação do padrão de consumo; relacionamento precário hotel / hóspede; aumento de problemas sociais;
- *aspectos ambientais*: poluição da água, ar, solo, sonora e visual; problemas de saneamento básico; degradação ecológica; problemas de uso do solo; danos a sítios históricos / arqueológicos.

Conforme Ruschmann (1997: 33), o desconhecimento dos papéis a serem cumpridos e dos impactos referentes à atividade turística acarretam dificuldades para o desenvolvimento do turismo sustentável.

(...) uma das principais dificuldades para a implantação de um projeto global de desenvolvimento turístico em localidades receptoras é a total ausência do encadeamento e da gestão local da atividade que permita a ação de agentes de turismo, públicos ou privados, que façam prevalecer a noção de empresa, extensiva a toda a localidade.

Problema este que tende a diminuir a partir de um esforço de conscientização a respeito dos papéis relativos aos setores público, privado e comunidade.

Pelegri Filho (1993: 140), ao discorrer sobre a importância do turismo para a preservação ativa de bens culturais, identifica problemas distintos a serem considerados.

No caso brasileiro, entretanto, ocorre um fator contra o qual sempre deve ser levado em conta: a atração pelo novo. São Paulo é uma cidade antropofágica, mas não é a única: a renovação arquitetônica e urbanística se verifica em muitas cidades brasileiras... No entanto, há circunstâncias outras que explicam a perda de bens patrimoniais, no Brasil. Além do que já foi apontado, temos de ressaltar a falta de educação ambiental e a falta de conscientização a respeito da memória nacional, tanto na população quanto entre autoridades públicas.

Também nesse caso, o reconhecimento do valor representado pelos atrativos naturais e culturais da cidade deve contribuir para que esses atrativos sejam preservados.

No *Manual de Municipalização do Turismo* (Embratur, 1994:32), a falta de conscientização turística é apontada como fator que atrapalha o engajamento da comunidade no desenvolvimento do turismo:

Por vezes as comunidades querem os benefícios do turismo, mas não compreendem de uma forma realista o que implica alcançar este desenvolvimento e quais são os impactos do turismo. Os organizadores locais devem encorajar a participação da comunidade desde as primeiras fases do planejamento de modo que os residentes possam ter expectativas realistas do turismo.

Nesse caso, a consciência dos impactos do turismo e da importância da participação da comunidade servirão como base sólida para o planejamento turístico municipal.

Naisbitt (1994: 4), enfatiza a importância da atuação dos indivíduos em uma sociedade globalizada ao afirmar que “quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores: nações, empresas e indivíduos”. O mesmo autor também cita a importância da conscientização turística como fator de desenvolvimento do turismo.

(...) cresce o reconhecimento mundial da contribuição do turismo para a economia de cada país. Medidas estão sendo tomadas para coordenar as atividades públicas e privadas relacionadas ao turismo, facilitando o crescimento em direção ao século XXI. (...) Em reconhecimento da importância econômica crescente da indústria do turismo (...). O

documento intitulado "Em direção a uma estratégia nacional de turismo" propõe os seguintes objetivos (...)

- aumentar a consciência da comunidade acerca do significado econômico, ambiental e cultural da indústria do turismo (Naisbitt, 1994:155).

(...) cursos de turismo vêm sendo desenvolvidos há muitos anos em países como a Suíça, onde o turismo representa 12,2% do PIB, a França, onde o turismo contribui com 43,8 bilhões de dólares em arrecadação de impostos e a Itália, onde 14% da população está empregada na indústria do turismo. O Fundo Social da Comunidade Econômica Européia subsidia o treinamento em turismo nas regiões menos favorecidas e programas de intercâmbio para melhorar os conhecimentos lingüísticos e culturais dos trabalhadores jovens... (Naisbitt, 1994:157).

(...) as pessoas possuem vários níveis de identidade, fato que as torna tanto indivíduos singulares como membros de um grupo definido pela língua, pela religião, pela história, pela herança étnica e mesmo pela geografia. A identificação com um grupo é crucial para o sentido de identidade de cada um. À medida que a economia mundial se integra e que a sociedade global se torna cada vez mais homogênea, as necessidades dos indivíduos de preservar um sentido de identidade em um mar de homogeneização se fortalece... (Naisbitt, 1994:166).

A partir da conscientização turística haverá a tendência de se buscar novos meios para reverter o quadro atual, culminando com a adoção do Programa Nacional de Municipalização do Turismo como estratégia de desenvolvimento. Desse modo, a atividade turística no município tenderá a se organizar cada vez mais, rumando para o profissionalismo necessário ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Processo Investigatório - Procedimentos

Para a realização da pesquisa que serviu de base ao projeto, primeiro identificou-se toda a população do município de Antonina como o universo a ser pesquisado e, em seguida, determinou-se a amostragem planejada, não probabilística intencional, que visou atingir o máximo de pessoas ligadas direta ou indiretamente à atividade ou que de certa forma atuam como formadores de opinião da cidade.

De uma amostra planejada de 100 indivíduos, 93 foram efetivamente pesquisados, no período compreendido entre os dias 7 e 28 de setembro de 1997, distribuídos na seguinte ordem:

Empreendimentos ligados diretamente ao turismo	39
Setor público	18
Comunidade	18
Empreendimentos não ligados diretamente ao turismo	18

Para a obtenção de dados, utilizou-se o método de entrevistas, com questionários não indutivos preenchidos pelo pesquisador, elaborados de modo a identificar o nível de conscientização turística em que se encontra o município, bem como suas principais carências de esclarecimentos e a predisposição dos entrevistados em se submeter a um processo de conscientização.

Para a análise dos resultados foram comparadas as respostas das entrevistas com informações contidas no *Inventário da Oferta Turística do Município*, no *Manual do Eco-Verão* e no *Calendário Oficial de Eventos Turísticos do Paraná* (Paraná. Secretaria de Esportes e Turismo, 1996), no *Planejamento para o Desenvolvimento Sustentável a nível Municipal* (OMT, 1994), e em notas de aula das disciplinas de "Planejamento Turístico" e "Marketing aplicado ao Turismo"² do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Com isso foi possível traçar o paralelo entre:

- os atrativos indicados pelos entrevistados e a relação dos atrativos inventariados;
- os impactos do turismo indicados pelos entrevistados e a relação de impactos do turismo constante no referido guia;
- quem os entrevistados entendem por responsável(is) pelo turismo na cidade e as respectivas atribuições dos setores público, privado e comunidade.

Quanto ao fato do turismo ser benéfico para a cidade, 96,77% dos entrevistados mostraram-se favoráveis às atividades turísticas. Quando questionados sobre o quê vem a ser o turismo ou - em caso de não entendimento da pergunta - ao o quê o turismo está relacionado, as respostas foram distribuídas da seguinte maneira:³

2. As informações dessas notas de aula encontram-se condensadas em Ruschmann (1991:33), Ignarra (1993:39) e Acerenza (1991:222).

3. Os dados fornecidos nas tabelas de 1 a 9 são resultados tabulados da pesquisa de campo realizada em Antonina (PR), nos dias 7 e 28 de setembro de 1997, sobre a conscientização turística nessa cidade. O total do número de entrevistados não corresponde à amostra planejada porque as perguntas foram abertas.

TABELA 1 - FATOS RELACIONADOS COM O TURISMO

Relacionamento com o Turismo	nº de Entrevistados	%
Passeio a lugares agradáveis	36	38,70
Dinheiro	33	35,48
Novos conhecimentos	25	26,88
Viagens	20	21,50
Lazer	17	18,27
Geração de empregos	8	8,60
Festas/eventos	4	4,30
Melhoria da infra-estrutura	4	4,30
Preservação ambiental	4	4,30
Novas amizades	3	3,22
Contato com a natureza	2	2,15

Em relação aos atrativos turísticos que o município de Antonina tem a oferecer, as indicações foram as seguintes:

TABELA 2 - ATRATIVOS TURÍSTICOS EM ANTONINA

Atrativos Turísticos	nº de Entrevistados	%
Atrativos Naturais		
Ponta da Pita	71	76,34
Recanto do Rio do Nunes	60	64,51
Prainha	57	61,29
Baía de Antonina	38	40,86
Mirante da Pedra Enfiada	20	21,50
Mata Atlântica	20	21,50
Rio Cachoeira	19	20,43
Recanto do Rio Cacatú	17	18,27
Ponta Félix	11	11,82
Paisagem	9	9,67
Ilhas	7	7,52
Praia do Pinheirinho	4	4,30

(continua)

TABELA 2 (continuação)

Atrativos Turísticos	nº de Entrevistados	%
Pedra do Cabral	3	3,22
Cachoeira do Itamaracá	3	3,22
Manguezais	3	3,22
Rio Cacatú	2	2,15
Serra do Mar	2	2,15
Pico Paraná	1	1,07
Parque Estadual Agudo da Cotia	1	1,07
Atrativos Histórico-Culturais		
Ruínas e casarões do setor histórico	61	65,59
Praça Romildo G. Pereira - Feira - Mar	38	40,86
Fonte Carioca	12	12,90
Igreja Matriz de Nossa Senhora do Pilar	11	11,82
Igreja Bom Jesus do Saivá	9	9,67
Fonte Nossa Senhora das Laranjeiras	7	7,52
Igreja de São Benedito	7	7,52
Teatro Municipal	3	3,22
Ferrovia	2	2,15
Museu da Estação	1	1,07
Estação Ferroviária	1	1,07
Manifestações Populares		
Festa de Nossa Senhora do Pilar	8	8,60
Carnaval	5	5,37
Barreado	3	3,22
Gastronomia	3	3,22
Realizações Técnicas		
Usina Hidroelétrica Parigot de Souza	9	9,67
Porto Barão de Tefé	6	6,45
Eventos		
Exponina e Festa do Barreado	4	4,30
Festival de Inverno de Antonina	2	2,15

Na categoria de atrativos naturais, ficaram sem qualquer indicação, o Caminho da Cachoeira, o morro da Graciosa, a cachoeira do Rio Cacatú e os mirantes do Valente, da Caixa d'água da SAMAE e o do Condomínio Itamaracá. Na categoria de atrativos

histórico-culturais ficaram sem qualquer indicação o Complexo Industrial Matarazzo e a Filarmônica Antoninense. Como manifestações populares, não tiveram qualquer indicação o artesanato e a festa do Bom Jesus do Saivá. No que diz respeito aos eventos ocorridos na cidade, a Emancipação Político-Administrativa e a Festa do Caranguejo ficaram sem qualquer indicação. Verificou-se também que todos os atrativos indicados eram de conhecimento dos entrevistados, não havendo indicações apenas pelo fato de se ter ouvido falar a respeito.

Quanto à responsabilidade pelo turismo na cidade, a maioria dos entrevistados (72,04%) apontaram o governo municipal como o grande responsável. (Tabela 3).

TABELA 3 - ADMINISTRAÇÃO RESPONSÁVEL PELO TURISMO

Entidades/Instituições	nº de Entrevistados	%
Governo municipal	67	72,04
Governo municipal e empresariado	12	12,90
Governo municipal, empresariado e comunidade	8	8,60
Governo municipal e comunidade	2	2,15
Outros	4	4,31
TOTAL	93	100

Em relação às atribuições do governo municipal quanto ao turismo no município, a preocupação com a infra-estrutura encabeçou a lista das respostas. (Tabela 4).

TABELA 4 - FUNÇÃO DO GOVERNO MUNICIPAL

Função do Governo Municipal	nº de Entrevistados	%
Cuidar da infra-estrutura	43	46,23
Fazer propaganda	31	33,33
Coordenar esforços	15	16,12
Dar apoio financeiro	13	13,97
Fornecer informações	6	6,45
Gerenciar empreendimentos turísticos	4	4,30
Realizar eventos	4	4,30
Fazer parcerias	3	3,22

Já em relação às atribuições do empresariado ligado à atividade (Tabela 5), notou-se forte preocupação com os preços praticados, enquanto aspectos como o treinamento e remuneração adequada dos funcionários e o respeito à legislação não tiveram nenhuma indicação.

TABELA 5 - FUNÇÃO DO EMPRESARIADO

Função do Empresariado	nº de Entrevistados	%
Cobrar preços razoáveis	24	25,80
Respeitar o turista	24	25,80
Unir-se e ajudar o governo municipal	21	22,58
Fazer propaganda	14	15,05
Zelar pelo estabelecimento/investir	13	13,97
Prestar serviço com qualidade	8	8,60
Respeitar o meio ambiente	1	1,07
Atuar profissionalmente	1	1,07

Quanto às funções do morador da cidade em relação ao turismo, os entrevistados, embora não caracterizando a opinião da maioria, demonstraram maior preocupação com o zelo da cidade.

Notou-se a falta de conscientização, quando 20,43% das respostas apontaram a ausência de toda e qualquer responsabilidade quanto ao bom andamento do turismo. (Tabela 6).

TABELA 6 - FUNÇÃO DOS MORADORES

Função dos Moradores	nº de Entrevistados	%
Zelar pela cidade (lixo, vandalismo)	30	32,25
Respeitar o turista	27	29,03
Nenhuma	19	20,43
Zelar pelas suas casas	14	15,05
Fornecer informações	9	9,67
Dar apoio às ações do gov. municipal	6	6,45
Preservar	6	6,45
Zelar pelos atrativos	4	4,30
Fazer artesanato	3	3,22

Por fim, em relação ao o quê os visitantes devem fazer pelo turismo, tal qual na indicação das atribuições dos moradores, o zelo pela cidade também obteve maior destaque.

Nesse caso, entretanto, a falta de conhecimento do papel dos visitantes ficou evidente, tanto que 30,10% das respostas apontam a ausência de responsabilidade dos turistas quanto ao bom andamento do turismo, um número muito superior às indicações de preservação (9,67%), ou respeito aos moradores (5,37%), por exemplo. (Tabela 7).

Quando questionados sobre a possibilidade de o turismo ser ensinado em sala de aula, a grande maioria (95,69%) acha que é possível tal ensino e apenas 4,3% dos entrevistados não acreditam que pode ser possível.

TABELA 7 - FUNÇÃO DOS VISITANTES

Função de Visitantes	nº de Entrevistados	%
Zelar pelo local visitado (lixo, vandalismo)	34	36,55
Nenhuma	28	30,10
Vir para a cidade	12	12,90
Preservar	9	9,67
Divulgar a cidade	8	8,60
Respeitar os moradores (costumes, horários, etc.)	5	5,37
Dar sugestões	4	4,30

Quanto às indicações a respeito dos impactos positivos do turismo, as respostas realçaram bastante o lado econômico da atividade. (Tabela 8).

Algumas indicações foram excluídas, como o aumento de oportunidade de negócios e o aumento da distribuição de renda, e outra tão importante à cidade e ao próprio turismo, como a conservação do patrimônio, sequer foi mencionada, como aspecto positivo da atividade turística.

Em relação aos aspectos ambientais, tem-se a impressão de que quase nada se sabe a respeito do inter-relacionamento entre o turismo e o meio ambiente, tanto que a conservação de áreas naturais teve apenas 1,07% das indicações, enquanto a conservação de lugares históricos, arqueológicos e do patrimônio arquitetônico local, a melhoria da qualidade do meio ambiente não foram mencionados.

Já em relação aos impactos negativos do turismo, houve maior identificação com os aspectos socioculturais da atividade. (Tabela 9).

Curiosamente, nenhum impacto econômico foi apontado, ou seja, nada foi dito a respeito de transformação de ocupações profissionais, impactos na estrutura de distribuição de renda da população, desvio de benefícios e distorções econômicas.

TABELA 8 - CONHECIMENTOS DE IMPACTOS POSITIVOS DO TURISMO

Impactos Positivos do Turismo	nº de Entrevistados	%
Aspectos Econômicos		
Ingresso de divisas	71	76,34
Aumento do número de empregos	30	32,25
Desenvolvimento regional	14	15,05
Aumento da renda tributária (impostos)	10	10,75
Desenvolvimento da infra-estrutura	4	3,22
Aspectos Socioculturais		
Intercâmbio cultural	14	15,05
Divulgação da cidade	8	8,60
Renovação da identidade cultural	3	3,22
Aspectos Ambientais		
Conservação de áreas naturais	1	1,07

TABELA 9 - CONHECIMENTO DE IMPACTOS NEGATIVOS DO TURISMO

Impactos Negativos do Turismo	nº de Entrevistados	%
Vandalismo	18	19,35
Nenhum impacto	16	17,20
Má fama para a cidade	11	11,82
Aspectos Econômicos		
-	-	-
Aspectos Socioculturais		
Aumento de problemas sociais (drogas, crime, prostituição)	26	27,95
Superpopulação e perda da comodidade dos nativos	12	12,90
Perda da identidade cultural (influência no estilo de vida)	2	2,15
Modificação do padrão de consumo (efeito demonstração)	1	1,07
Relacionamento precário hotel/hóspede	1	1,07
Aspectos Ambientais		
Poluição	14	15,05
Degradação ecológica	6	6,45
Problemas de saneamento básico	4	4,30

No caso dos aspectos culturais, não houve referências a respeito da comercialização excessiva e perda da autenticidade em manifestações culturais, tal como vem ocorrendo com o carnaval da cidade.

Finalmente, quando questionados a respeito de sua eventual participação de um programa de conscientização turística, a grande maioria dos entrevistados (98,92%) predispuseram-se a participar. Na verdade, houve apenas uma resposta negativa.

Os dados da amostra planejada evidenciam a carência de maiores conhecimentos a respeito do assunto turismo e do próprio potencial turístico da cidade, pois:

- dos 22 atrativos naturais inventariados, apenas 3 deles (13,63%) obtiveram mais de 50% das indicações, notadamente os atrativos tradicionais (Ponta da Pita, Prainha e Rio do Nunes);
- dos 14 atrativos histórico-culturais inventariados, apenas 1 deles (7,14%) obteve mais de 50% das indicações;
- das 5 manifestações populares inventariadas, nenhuma obteve mais que 10% de indicações, igualmente com as realizações técnicas e com os eventos constantes do inventário da oferta turística da cidade.

Também foi comprovada a carência de maiores esclarecimentos sobre os responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, tanto que apenas 8,6% dos entrevistados reconheceram todos os envolvidos como responsáveis contra os 70,04% que indicaram o governo municipal como único responsável, numa visão claramente paternalista.

De modo análogo, na identificação dos papéis a serem assumidos pelos setores público e privado, comunidade e dos impactos do turismo, em que a visão econômica teve maior destaque como impacto positivo (figurando o ingresso de divisas com 76,34%), deixando de lado outros impactos de igual importância ao desenvolvimento sustentável. Em relação aos impactos negativos, apenas alguns aspectos socioculturais (problemas sociais 27,95%) figuraram com algum destaque, mesmo assim longe de refletir a opinião da maioria.

O principal ponto a ser destacado, entretanto, é a existência da carência de conhecimentos, como também o consenso de que o turismo pode ser ensinado em sala de aula e a predisposição a participar de programas de conscientização, requisitos básicos para o sucesso de um esforço de conscientização turística.

Proposições para as Ações de Conscientização

Uma vez que durante as entrevistas observou-se que o nível de desconhecimento a respeito do turismo é significativo, mas que não é o mesmo para os diferentes

setores entrevistados, propõe-se que o conteúdo teórico das ações de conscientização turística seja subdividido em um módulo básico e outros específicos, a saber:

- *Módulo básico* - noções gerais a respeito do turismo:
 - teoria e técnica do turismo;
 - motivações turísticas;
 - educação ambiental;
 - geografia e história do Paraná;
 - oferta turística do Paraná;
 - geografia e história do litoral paranaense;
 - oferta turística do município;
 - relações humanas;
 - qualidade e técnica de atendimento e serviços;
 - higienização;
 - fotografia básica.
- *Módulos específicos por segmento* - conforme as carências identificadas, pode-se enfatizar:
 - as responsabilidades de cada setor;
 - as potencialidades do município;
 - a importância da qualidade, do patrimônio histórico e natural;
 - a necessidade de planejamento e cooperação entre setores;
 - os princípios de sustentabilidade;
 - noções de primeiros socorros, etc.;
 - aplicação de treinamentos específicos por segmento.

O repasse do conteúdo teórico - módulo básico - poderá ser feito por bacharéis em turismo através de ações, como trabalhos de conscientização turística junto à rede escolar de Antonina. Nesse caso, os professores adaptarão o conteúdo ao perfil dos estudantes:

- palestras e/ou exibição de vídeos de conscientização turística;
- elaboração de folhetos, folders, livretos, cartilhas, etc.;
- elaboração de roteiros básicos para visitação monitorada aos atrativos da cidade;
- realização de eventos periódicos com o tema turismo, voltados à comunidade;
- campanhas de valorização e interpretação do patrimônio turístico municipal, resgatando as tradições e a história da cidade, suas manifestações populares, etc.

Quanto aos conteúdos específicos, dada a interdisciplinaridade do turismo, esses poderão ser apresentados por especialistas em cada área, tais como biólogos, historiadores, oficiais do corpo de bombeiros, etc.

Conclusões

Acredita-se ser viável a execução de projetos de conscientização turística junto a municípios como o de Antonina, onde a atividade turística é uma realidade ou um potencial a ser explorado, uma vez que tais projetos requerem poucos recursos para sua realização e que conduzem a um processo contínuo de propagação de idéias, auxiliando na melhoria da qualidade da prestação de serviços locais e na preservação de valores históricos, culturais e ambientais da região e entorno, bem como na melhoria da qualidade de vida da comunidade local através do desenvolvimento do turismo sustentável. Ou seja, valores pequenos se comparados com os gastos necessários para a execução de projetos de recuperação e restauro de ambientes degradados.

Além disso, a conscientização e sensibilização são os primeiros - senão os mais importantes - passos a serem dados rumo ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Quanto à implantação das ações propostas, seu êxito desencadeará duas vertentes benéficas ao desenvolvimento do turismo. A primeira, de ação local, consistirá na reestruturação dos conceitos da comunidade em relação ao turismo, fortalecendo as bases do desenvolvimento sustentável do turismo. A segunda, não menos importante, consiste em formar base confiável a projetos de conscientização turística em municípios de pequeno porte, servindo de referência ao desenvolvimento de uma metodologia confiável que possa ser aplicada a todo município com potencial turístico.

Salienta-se, entretanto, que a conscientização não acontece de repente e requer um processo contínuo de reciclagem, sendo necessária a reexecução periódica do processo investigatório como forma de se reorientar as ações propostas.

Referências Bibliográficas

- ACERENZA, Miguel A. 1991. *Administración del turismo: conceptualización y organización*. México: Editorial Trillas.
- ALBRECHT, Karl e BRADFORD, Lawrence J. 1992. *Serviços com qualidade: a vantagem competitiva*. Como entender e identificar as necessidades dos seus clientes. São Paulo: Ed. Makron Books do Brasil.
- ANDRADE, José V. 1995. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 2. ed. São Paulo: Ática.
- CASTELLI, Geraldo. 1992. *Administração hoteleira*. Caxias do Sul: EDUCS.
- IGNARRA, Luiz R. [1993?]. *Planejamento turístico municipal: um modelo brasileiro*. 1. ed. São Paulo: CTI Edições Técnicas.
- EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. 1994. *Manual de municipalização do turismo*.
- LAGE, Beatriz H.G. e MILONE, Paulo C. 1991. *Economia do turismo*. Campinas: Papirus.

- NAISBITT, John. 1994. *Paradoxo global: quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores: nações, empresas e indivíduos*. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. 1994. *Planejamento para o desenvolvimento sustentável a nível municipal: guia para treinamento dos agentes multiplicadores nacionais, estaduais e monitores municipais*. Espanha.
- PARANÁ. Secretaria de Esportes e Turismo. 1996. *Guia do eco-verão*. Curitiba.
- _____. *Inventário de oferta turística no município*. Curitiba.
- _____. *Calendário oficial de eventos turísticos do Paraná 1997*. Curitiba.
- PELEGRINI FILHO, Américo. 1993. *Ecologia, cultura e turismo*. Campinas: Papirus.
- RABAHY, Wilson A. 1990. *Planejamento do turismo: estudos econômicos e fundamentos econométricos*. São Paulo: Loyola.
- RUSCHMANN, Doris. 1991. *Marketing Turístico: um enfoque promocional*. Campinas: Papirus.
- _____. 1997. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus.

Recebido em 15/1/99

Aprovado em 20/1/99