

MAPEANDO OS MODELOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO: EM BUSCA DE REFINAMENTO TEÓRICO COM VISTAS À INTERVENÇÃO QUALIFICADA

Fabiola Cristina COSTA DE CARVALHO* & Thiago Duarte PIMENTEL**

Resumo: Este artigo realiza uma (re)interpretação e reelaboração de estudos precedentes sobre planejamento turístico, justificado pela escassez de pesquisas na literatura especializada recente quanto a teorização e ampliação sobre o processo de planejamento em si. O objetivo desse paper é realizar uma discussão teórica sobre modelos e metodologias de planejamento turístico, fornecendo um balanço da produção intelectual da área e apontando propedeuticamente direções específicas de ação onde se poderão canalizar esforços e conformar uma agenda de pesquisa. Propomos uma síntese integradora tomando por base a estrutura da metodologia Observation, Développement et Ingénierie Touristiques (ODIT), a qual tem como premissas sustentabilidade, participação coletiva, transparência e dinâmica sistemática e profissional. Como resultado, mostramos que a ODIT se difere de outros modelos de planejamento turístico por orientar a operacionalização a partir da inter-relação entre os atores inseridos no turismo e da maior flexibilidade para criar indicadores alinhados à realidade de cada destino, além de ultrapassar ações de mapeamento e elaboração de planos, ao fornecer instrumentos analíticos de monitoramento e avaliação das ações locais. Contudo, se recomenda a revisão de sua lógica de funcionamento, a fim de especificar as ações e aprofundar a precisão do processo.

Palavras chave: Planejamento turístico; Modelos; Metodologia; Intervenção; Desenvolvimento.

MAPPING THE TOURISM PLANNING MODELS: IN SEARCH OF THEORETICAL REFINEMENT WITH A VIEW TO QUALIFIED INTERVENTION

Abstract: This article makes a (re) interpretation and re-elaboration of previous studies on tourism planning, justified by the lack of research in the recent specialized literature regarding theorization and expansion of the planning process itself. The objective of this paper is to conduct a theoretical discussion about models and methodologies of tourism planning, providing a balance of the intellectual production of the area and propedeutically pointing out specific directions of action where efforts can be led and a research agenda established. We propose an integrative synthesis based on the structure of the methodology Observation, Development and Ingénierie Touristiques (ODIT), which is based on sustainability, collective participation, transparency and systematic and professional dynamics. As a result, we show that ODIT differs from other tourism planning models by orienting the operationalization based on the interrelation between the actors involved in tourism and the greater flexibility to create indicators aligned to the reality of each destination, as well as surpassing actions of Mapping and drafting plans, by providing analytical tools for monitoring and evaluating local actions. However, it is recommended to review its operating logic in order to specify the actions and to deepen the accuracy of the process.

Key words: Tourism planning; Models; Methodology; Intervention; Development.

CARTOGRAFÍA DE LOS MODELOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA: EN BUSCA DE UN REFINAMIENTO TEÓRICO CON VISTAS A LA INTERVENCIÓN CALIFICADA

Resumo: En este artículo se realiza una (re)interpretación y reelaboración de los estudios previos sobre planificación turística, justificada por la escasez de investigación en la literatura especializada reciente en cuanto a la teorización y ampliación del propio proceso de planificación. El objetivo de este documento es llevar a cabo un debate teórico sobre los modelos y metodologías de planificación del turismo, proporcionando un equilibrio de la producción intelectual de la zona y señalando direcciones de acción específicas en las que se puedan canalizar los esfuerzos y una agenda de investigación. Proponemos una síntesis integradora basada en la estructura de la metodología Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística (ODIT), que tiene como premisas la sostenibilidad, la participación colectiva, la transparencia y la dinámica sistemática y profesional. Como resultado, hemos demostrado que la ODIT se diferencia de otros modelos de planificación turística, en que orienta la operacionalización en base a la interrelación entre los actores involucrados en el turismo y una mayor flexibilidad para crear indicadores alineados con la realidad de cada destino, además de superar las acciones de mapeo y elaboración de planes al proporcionar instrumentos analíticos para el monitoreo y evaluación de las acciones locales. Sin embargo, se recomienda revisar su lógica de funcionamiento para especificar las acciones y profundizar en la precisión del proceso.

Palavras-chave: Planeación turística; Modelos; Metodología; Intervención; Desarrollo.



Licenciada por Creative Commons
4.0 / Internacional
CC BY 4.0

* Universidad de Guadalajara – CUCCOSTA, Pós-doutoranda. Doutora em Ciências Sociais/Universidade Autónoma de Sinaloa. Bacharel em Turismo/Universidade Federal de Juiz de Fora. Mestre em Administração Pública/Escola de Governo da Fundação João Pinheiro. Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-5719-9020> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8325615691511449> / E-mail: fabiolacarvalho.tur@hotmail.com .

**Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. Prof. Permanente dos programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais/PPGCSO e Administração/PPGA, Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. Doutor em Ciências Sociais pelo PPGCSO/UFJF. Mestre em administração pelo CEPEAD/UFMG. Bacharel em Turismo pela UFMG. Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1889-069X> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467> / E-mail: thiago.pimentel@ich.ufjf.br.

1 INTRODUÇÃO

O planejamento turístico é uma das principais, senão a principal área do turismo. A característica multivariada de atores e organizações inseridos no sistema turístico demanda o desenvolvimento de ferramentas e processos de organização, gestão e monitoramento para que os objetivos, orientados pela busca do desenvolvimento econômico ou social, tragam de fato os benefícios esperados e que justifiquem sua importância. Ao contrário do campo epistemológico, por exemplo, o planejamento é talvez a única área consensual que existe no turismo.

Ao longo do tempo as pesquisas em planejamento do turismo conformaram uma sustentação teórica em torno das possibilidades de formas de intervenção, bem como das possíveis implicações concretas na realidade. A partir destes estudos se fortaleceram as pesquisas *in loco*, que cumprem o papel importante de verificar empiricamente os modelos teóricos e contribuir de forma inegável para o desenvolvimento turístico, já que apresentam os resultados do turismo na realidade das localidades eleitas para se tornar destinos turísticos (DT).

Para além da maximização dos seus benefícios e a redução dos riscos e/ou prejuízos para os atores implicados torna-se necessário, no entanto, definir com clareza, quem são esses atores e qual o escopo de sua ação. Isso porque são tais atores, ou uma parte deles, que lançam mão, a partir de diferentes recursos e com finalidades próprias, de ferramentas e formas específicas para tentarem intervir na realidade turística, de forma racional e ordenada, a seu favor. Portanto, os métodos e técnicas de planejamento são um dos elementos mais importantes do processo de planejamento e gestão do turismo, pois são a forma pela qual as diferentes possibilidades de planejamento serão efetivamente implementadas nos destinos turísticos.

Associadas a cada um dos enfoques adotados ao longo do tempo e em diferentes países foram desenvolvidas formas para executar os planos de desenvolvimento do turismo. Assim, o foco e os métodos de planejamento turístico evoluíram ao longo das décadas para atender às novas exigências apresentadas ao setor (Hall, 2001). Porém, um aspecto para o êxito dos resultados do planejamento é a combinação entre elementos teóricos e o processo prático de implementação de planos turísticos (Getz, 1986). Para o autor isso seria possível através do modelo de planejamento que fosse integral. Já Burns (2004) amplia o campo de análise ao defender a necessidade de inserção de todos os atores públicos,

privados e da sociedade civil, interessados no desenvolvimento do destino turístico, além da característica interoperacional das ações no turismo.

Os primeiros enfoques de planejamento do turismo se caracterizam por tratar de questões parciais, ou etapas de um processo mais amplo, que não se atem, por exemplo, a aspectos relacionados à competição com outros destinos turísticos (Acerenza, 2003). A ideia de um plano que leve ao desenvolvimento integrado dos destinos turísticos a partir da sustentabilidade do território é levantada a partir da década de 1980 e incentivou alguns modelos e metodologias de planejamento do turismo, que desde então têm sido aperfeiçoados.

Apesar da relevância do assunto, os estudos sobre planejamento turístico ainda são parte marginal da literatura sobre turismo e, de forma mais específica, as pesquisas que tratam da teorização e ampliação dos conhecimentos sobre o processo de planejamento em si são mais escassas ainda quando se resgata os estudos precedentes sobre turismo. De fato, verifica-se uma superficial, relativamente homogênea e obsoleta base de modelos desenvolvidos neste campo.

Considerando este cenário, o objetivo deste artigo é realizar uma discussão teórica sobre modelos e metodologias de planejamento turístico, com o intuito de fornecer um balanço da produção intelectual da área e apontar propedêuticamente direções específicas de ação que poderão servir para a canalização de esforços e conformação de uma agenda de pesquisa.

Ressalta-se que, este trabalho é de cunho eminentemente teórico e sua forma de operacionalização é conduzida pela tarefa hermenêutica de (re)interpretação e reelaboração dos estudos precedentes que nos apresentam distintas e, contextualmente justificadas, formas de ver e intervir na realidade turística. Dada a estreita ligação entre os estudos teóricos sobre turismo (“teorias” do turismo) e às formas prescritivas de apreender (metodologias do turismo) e intervir na realidade (planos de turismo) assume-se aqui que toda “teoria” ou tentativa de teorização sobre turismo traz em seu bojo – ainda que de forma implícita – alguma implicação sobre as formas de apreensão e intervenção na realidade. Estas, contudo, podem não estar explícitas numa elaboração inicial própria. Dito de outro modo, toda metodologia decorre de uma teoria subjacente, mas nem toda teoria gera uma metodologia própria e explícita.

Nosso argumento central é o de que a evolução teórico-metodológica do processo de planejamento turístico requer a elaboração de metodologias que ultrapassem a simples repetição de fases do planejamento e introduzam elementos mais específicos e verificáveis, que possam ser testados e validados, contribuindo assim para maior alcance e efetividade das ações de intervenção na realidade. Especificamente, identificamos uma base sobre a qual se pode pensar a construção de indicadores turísticos, mas que ainda carece de retificações, testes e ampliações, através da incorporação de elementos de outras propostas, rumo à construção de um instrumento mais amplo e integral que auxilie os gestores públicos e privados.

A contribuição do estudo reside, portanto, num primeiro passo no sentido do mapeamento das alternativas existentes e da identificação de possíveis cursos de ação a serem explorados. A modesta ambição deste artigo esbarra, no entanto, numa tarefa importante e premente, já que as principais propostas de planejamento datam dos anos 1980. Porém, com trabalhos dessa natureza pode-se contribuir para (re)orientação de pesquisas do campo e a formação de uma agenda.

Para alcance do objetivo proposto fornecemos, num primeiro momento, um panorama inicial sobre as metodologias de planejamento turístico disponíveis. Em seguida, abordaremos uma síntese dos elementos ou possíveis indicadores destacados em cada modelo contemplado neste estudo. Na terceira seção apresentamos a metodologia *Observation, Développement et Ingénierie Touristiques* (ODIT), a fim de contrapor e especificar como se pode avançar rumo a uma metodologia de operacionalização dos modelos de planejamento turístico. São tecidas, ao final, algumas considerações, bem como sugestões de ações a serem empreendidas para a continuidade da discussão iniciada neste estudo.

2 MODELOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO: DOS CLÁSSICOS AOS CONTEMPORÂNEOS

Esta seção contempla uma breve reflexão sobre o conceito de modelos e metodologias de planejamento, considerando a importância dos processos de elaboração dos planos e métodos de intervenção para o desenvolvimento do turismo. São identificados alguns dos principais modelos de planejamento desenvolvidos a partir das teorias sobre planejamento do turismo. As abordagens identificadas

são agrupadas a partir de um resgate temporal, temático e geográfico.

2.1 Teoria, Processo de Planejamento e Operacionalização: alguns apontamentos

O planejamento turístico muitas vezes se confunde com a gestão dos destinos, ou seja, com uma função administrativa. Essa aferição pode ser observada em particular na ênfase, muitas vezes excessiva, às propostas e metodologias de planejamento, as quais certamente foram cruciais à gestão dos destinos turísticos, visto que permitiram o planejamento do turismo através da visualização do sistema turístico como um todo, e deste modo se constituíram os instrumentos para a intervenção e o controle dos fluxos turísticos, além da adequação da infraestrutura.

Em contraposição, tais modelos de planejamento frequentemente se restringiam à aplicação de conhecimentos desenvolvidos em outros campos de estudo – sobretudo, da Administração, da Economia e da Geografia. Assim, tais propostas não desenvolveram técnicas, procedimentos e sistemas de informação e comunicação específicos para a gestão, o monitoramento e a avaliação do crescimento de destinos turísticos.

Originalmente é notável que no intuito de maximizar os benefícios econômicos obtidos pelo turismo muitos governos consentiram à iniciativa privada tomar decisões cruciais sobre o desenvolvimento do setor, sem se pautar em qualquer restrição às ações implementadas. As atenções se voltavam à busca de resultados econômicos em curto prazo, através de investimentos na infraestrutura. Por outro lado, pouco cuidado se dispensou sobre os impactos culturais e ambientais causados nas comunidades receptoras, e que trariam reflexos negativos no longo prazo, em função da falta de controle das atividades desenvolvidas (Andriotis, 2000).

Nesse contexto, entram em cena várias abordagens de planejamento, por exemplo, os modelos integrado, interativo, colaborativo e *bottom-up* (Andriotis, 2000), bem como *top-down* ou planejamento centralizado (Boullón, 2003), o planejamento regional (Pearce, 1980), ou descentralizado, e planejamento sustentável do turismo. Segundo Akehchurst (1998) e Andriotis (2000), uma razão para existir esta diversidade de modelos, e por extensão de metodologias de planejamento, se deve exatamente ao fato de muitos planos serem desenvolvidos por empresas de

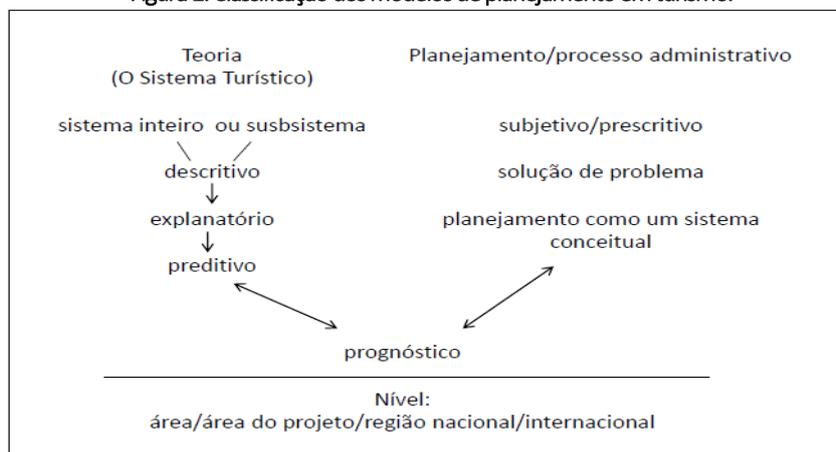
consultoria, que em geral não divulgam detalhadamente sua metodologia de trabalho. Em consequência, apenas na década de 1990 há um acordo entre os autores sobre as discussões em torno do planejamento turístico. A partir daí, basicamente, os estudos passam a destacar duas abordagens: uma com foco no produto e outra com foco no sistema turístico.

Os modelos e conceitos são necessários para responder a questões críticas (Dredge, 1999). Segundo Getz (1986: 23) “as teorias são ideias sistematizadas para explicar um fenômeno ou leis para governar um sistema. [Já os] modelos – primeiramente descritivos, depois explanatórios e finalmente preditivos em sua essência – são elementos para a construção de uma teoria.” Nesse contexto, Chorley e Hagget (1967) consideram que os modelos desempenham funções associadas aos aspectos:

- Lógicos: a partir de explicações sobre a origem do fenômeno;
- Psicológicos: quando procuram compreender fenômenos complexos;
- Sistemáticos: quando testam e exploram o sistema;
- Construtivos: se contribuem para formar teorias e leis.
- Aquisitivos: se definem, coletam e ordenam informações sintetizadas em uma estrutura;

Getz (1986) ressalta a necessidade de especificar a natureza e o objetivo de cada modelo, considerando algumas distinções fundamentais entre as abordagens existentes a partir de duas vertentes: a dos modelos teóricos e a dos modelos processuais (cf. figura 1).

Figura 1. Classificação dos modelos de planejamento em turismo.



Fonte: reproduzido de Getz (1986).

Os modelos teóricos podem tratar do sistema turístico como um todo, ou de alguma de suas partes ou subsistemas. São divididos em descritivos, quando definem componentes do sistema, e explanatórios, quando mostram o seu funcionamento integral ou de seus subsistemas, através da interação entre os componentes. Já modelos preditivos realizam previsões baseadas em modelos causais.

Os modelos processuais, por sua vez, se preocupam com as questões administrativas do sistema turístico. Podem ser divididos em subjetivos, se forem baseados em estilos administrativos idiossincráticos, e tradicionais quando tem o objetivo de resolver problemas existentes, de forma que adotam uma sequência de ações bem definida – objetivos, alternativas de ação, avaliação das alternativas, escolha da estratégia, implementação.

Um terceiro enfoque considerado mais complexo, baseado na teoria dos sistemas, consideraria todos os componentes do sistema turístico. Nesta categoria se insere o modelo de planejamento integral proposto por Getz (1986). Contudo, Dredge (1999) destaca que a efetividade do planejamento turístico está diretamente associada à integração com outras estruturas de planejamento, pois o turismo está inserido em um sistema mais amplo.

Getz (1986) destaca que a maior parte dos modelos que descrevem processos (ou metodologias) são descritivos, de modo que o desenvolvimento do turismo se torna o objetivo do planejamento, o que limita e direciona a ação dos responsáveis pelo desenho dos planos. Assim, apesar da existência de modelos que apresentam pesquisas sofisticadas e previsão do uso de ferramentas de *feedback*, faltam associações a pesquisa básica e métodos de planejamento.

Neste ponto, Getz (1986) destaca que os modelos de Mill e Morrison (1985) enfatizam que a política e os objetivos são mais importantes do que o plano elaborado ao final do processo. Já Bargur e Arbel (1975) a partir de um enfoque quantitativo buscam otimizar alguns objetivos a serem alcançados. Arnott (1978) apresenta um processo que destaca a importância da informação e dos métodos de pesquisa no desenvolvimento de estratégias para o desenvolvimento regional do turismo. Assim, considera-se a tomada de decisão racional, pautada na identificação de objetivos, avaliação de alternativas e a escolha das melhores alternativas observadas. Também se considera o controle para a retroalimentação do processo (Getz, 1986).

Por outro lado, em um modelo integrado as relações entre o planejamento e a gestão com os modelos teóricos deve partir de uma relação bilateral de dependência (Getz, 1986). Assim, Lai, Li e Feng (2006) apontam para uma lacuna entre os planos turísticos e sua implementação, frequentemente causada pela influência ideológica no desenho dos planos, associado ao pragmatismo dos investidores do setor privado, além da falta de controle e detalhamentos do ponto de vista analítico e de envolvimento comunitário na execução das ações.

2.2 Modelos de Planejamento Turístico: uma análise comparativa com base em diferentes classificações

Diferentes autores propõem uma leitura dos modelos de planejamento turístico a partir de um corte temporal. Acerenza (2003), por exemplo, um dos autores mais citados na área de planejamento turístico no Brasil e na América Latina, realiza uma classificação temporal dividida em quatro enfoques: (1) o urbanístico, (2) o político-econômico, (3) o do produto turístico e o (4) do planejamento estratégico.

O enfoque urbanístico, data dos primeiros estudos e tentativas de intervenção planejada nos polos turísticos, do período de 1930 a 1960. Os primeiros planos para o desenvolvimento do turismo começam a ser elaborados na Europa a partir da década de 1960, em países que tinham interesse pelo desenvolvimento do setor. Neste período predomina os objetivos de ordenamento territorial, com a avaliação dos recursos físicos e observação das possibilidades de uso do solo para criar uma infraestrutura turística. Além disso, parte-se do princípio da busca de desenvolvimento regional, com diversos polos ligados a uma infraestrutura comum.

O enfoque político-econômico, que na visão de Acerenza (2003) se estende do final dos anos 1960 a meados da década de 1970, tem como característica principal o uso de instrumentos de política econômica para promover o desenvolvimento do turismo, que por sua vez contribuiria para gerar desenvolvimento socioeconômico dos países. Assim, se aplicam metodologias e técnicas usadas em outros campos da economia.

No âmbito europeu a abordagem político-econômica parte da etapa de avaliação do mercado global, bem como dos recursos e facilidades locais. Deste modo, é possível comparar o potencial e as desvantagens, além das oportunidades e impossibilidades da localidade, o que levará a criação de políticas alternativas de desenvolvimento do turismo e de seus respectivos planos. Estes documentos devem ter uma programação exequível de facilidades, um plano de desenvolvimento físico, apontar impactos socioeconômicos gerados e apresentar uma análise de custo-benefício. Através da análise dos planos propostos a política mais adequada é selecionada pelo órgão competente e o plano será detalhado.

Já o enfoque do produto turístico, que vai da segunda metade da década de 70 a meados dos anos 1980, é favorável à construção de planos mestre. Segundo Acerenza (2003), este modelo se baseia no conceito de “produto turístico” para o planejamento do turismo e da recreação. Seu processo apresenta quatro fases.

Por fim, emerge o enfoque no planejamento estratégico, em meados da década de 80. Do ponto de vista do planejamento e da gestão pública do turismo, o planejamento estratégico é uma ferramenta usada para orientar as ações locais para o desenvolvimento do turismo, a qual deve buscar o equilíbrio das forças econômicas e sociais com poder para interferir sobre a competitividade do DT, por meio da melhora do produto turístico (Santo, 2011). Contudo, o planejamento pautado em uma visão fragmentada e mecanicista não permite gerar respostas relacionadas a questões que demandam um posicionamento integrado, característico do turismo. Assim, o modelo de planejamento estratégico passa a abarcar as aspirações de organizações e instituições diversas em um cenário integrado (Xavier & Maia, 2009).

Particularmente o modelo de planejamento estratégico de Greenley (1989), mencionado por Athiyaman (1995), apresenta os seguintes componentes:

- Análise do ambiente: é observado o ambiente social e ligado ao mercado. Nestas esferas são analisadas as forças que intervêm no sistema turístico, para que a organização seja capaz de se adaptar às mudanças que ocorrem no ambiente;
- Planejamento orientador: São definidos a missão e os objetivos para orientar as ações com vistas a um cenário futuro;
- Planejamento da estratégia: são definidas alternativas para alcançar aos objetivos. Algumas ferramentas, como simulações, teoria dos jogos e estatísticas, são usadas para formular as estratégias;
- Implementação da estratégia: começa a fase de execução e monitoramento das ações.

Em complemento a esta abordagem a metodologia para implementar o planejamento integrado demanda tanto o desenvolvimento de pesquisa quanto recursos e expertise dos processos adotados. Deste modo, para Getz (1986) as etapas principais são:

- Definição do problema: envolve a detecção de um problema, o estabelecimento de objetivos e de avaliação de alternativas para colocar em prática as ações traçadas. Em um modelo integrado esta etapa inclui descrição, modelagem e projeção do sistema;
- Previsão: projeção de cenários futuros usando resultados alcançados pelo desenvolvimento do turismo. Pode ajudar a estabelecer objetivos claros e possíveis de alcançar através de ações planejadas. Getz (1986) ressalta a necessidade de observar todos os ambientes do sistema (social, econômico, ambiental), e não apenas os aspectos relacionados ao marketing e aos serviços turísticos;
- Implementação integrada associada à avaliação: envolve o monitoramento por meio de indicadores para medir a efetividade das estratégias implementadas.

Considerando-se a periodização descrita é possível notar com a evolução dos modelos a concentração de estudos sistêmicos, que visavam a integração do maior número de fatores intervenientes possíveis, tanto do ambiente como do próprio sistema. Neste grupo se inserem os modelos integrais, que tiveram esforços envidados de diferentes autores no cenário mundial.

Porém há diversos níveis de complexidade nesta abordagem (Getz, 1986). Os modelos simples apresentam apenas os componentes principais do sistema turístico, enquanto outros complexos mostram as inter-relações entre componentes do sistema. Nesse sentido, para o autor o modelo de Wolfe (1964), que contempla o ambiente externo do sistema é o mais completo.

Outros modelos foram desenvolvidos como de Mathieson e Wall (1982) que divide o estudo do turismo em três componentes: dinâmico, formado pela demanda e pelas viagens; estático, composto pelos produtos, ou seja, associados à estada no destino; além das consequências, ou os impactos do turismo.

Já o modelo de Leiper (1981) destaca a interdependência dos ambientes emissores e receptores. Enfatiza-se a estrutura que conforma a indústria do turismo e as conexões entre os elementos do sistema, sob uma perspectiva temporal e econômica, apresentando o sistema turístico a partir dos elementos comportamentais, geográficos, organizacionais e ambientais. A estes modelos Van Doorn (1982) adiciona a dimensão política.

Ainda segundo Getz (1986) a maioria dos modelos que analisam subsistemas combinam elementos descritivos e explanatórios. Estes são agrupados em:

- Espaciais ou temporais: mostram o desenvolvimento do turismo no espaço e ao longo do tempo. Pearce (1981) e Smith (1983) exploram fatores e recursos que influenciam a distribuição dos fluxos turísticos, além da estrutura e dos processos de formação de destinos e das atrações turísticas. Nesta categoria há modelos pautados na dependência do turismo, nas dimensões espaciais associadas à relação turista-anfitrião e modelos que estudam as relações entre centro-periferia, baseados em argumentos econômicos;
- Comportamento e motivações de viagem: são relacionados a aspectos sociais e psicológicos, motivação, comportamento.

Por outro lado, Pearce (1980) apresenta a necessidade de estudos históricos sobre os destinos turísticos a fim de verificar os impactos do turismo a partir da observação de elementos como geração de emprego, mudanças nas características demográficas e ambientais da região, além da evolução do mercado

imobiliário e dos serviços públicos locais, pois estas informações são cruciais para a elaboração dos planos de intervenção.

Mayo e Jarvis (1981) e Pearce (1982) apresentam modelos que relacionam a busca do turista por autenticidade e a percepção da paisagem. O modelo de Hills e Lundgren (1977) observa a atividade empresarial, enquanto Pearce (1981) analisa os custos e benefícios do turismo.

Nesses casos os modelos preditivos realizam correlações estatísticas a fim de estabelecer relações causais. Getz (1986) destaca o conflito do uso destes métodos nas ciências sociais, contudo nos dias atuais, esta concepção tem sido mudada e os modelos estatísticos têm sido usados ainda que de forma contida em análises da indústria do turismo.

O autor menciona que para Smith (1983) correlações de causalidade para a previsão de demanda turística suprem a necessidade de observação de causas e efeitos, porém tais modelos devem acompanhar o avanço das teorias, o que nem sempre ocorre. Além disso, de modo recorrente os próprios pesquisadores se satisfazem apenas com os modelos descritivos ou explanatórios e negligenciam a interação de outros elementos em suas análises.

Ademais, Pearce (1980) destaca a falta de dados estatísticos para os estudos do turismo, o que dificulta o monitoramento das atividades no DT. Neste ponto, apesar dos avanços nesta área ainda nos dias atuais são deficientes e pouco acessíveis as bases de dados existentes para o estudo dos fluxos turísticos, dos ganhos das empresas do setor e das políticas implementadas.

Cabe destacar que, estes modelos derivam do argumento de que a viagem pode ser prevista através da atratividade dos DTs, do local de emissão dos fluxos turísticos, da acessibilidade aos DTs e o tempo de deslocamento, entretanto todos apresentam limitações (Getz, 1986).

Para Dredge (1999) a fragmentação dos modelos de planejamento e a necessidade de uma base conceitual integrada para entender as características dos espaços turísticos de uma região são questões essenciais. Assim, a autora propõe um modelo sistemático, a partir de elementos conceituais e funcionais do espaço turístico. Além disso, lembra que nas últimas décadas houve mudanças quanto a profissionalização dos planejadores e gestores no turismo e foram introduzidas questões como o

desenvolvimento sustentável e a participação social, as quais passaram a interferir nas decisões sobre o turismo.

Nesse sentido, Burns (2004) aponta a existência de uma visão bipolar nos enfoques de planejamento turístico – de um lado a abordagem holística, que defende um DT independente e sustentável, de outro a abordagem economicista, baseada na inserção do DT no mercado global, em que o objetivo das ações é concernente ao contexto internacional da indústria do turismo. A partir da ideia de inserção da sociedade civil nas discussões políticas o autor defende uma nova estrutura conceitual que poderia refletir sobre o planejamento turístico democrático, ou seja, alinhado as necessidades, aos problemas e as características do DT.

Fornecendo uma classificação alternativa, por temas, Andriotis (2000) sintetiza o desenvolvimento do planejamento no turismo a partir de cinco estágios elencados por Tosun e Jenkins (1998: 103) a partir de uma perspectiva atemporal:

- *Estágio do desenvolvimento do turismo não-planejado*: Prevalece o senso comum de que o turismo pode trazer benefícios ao DT e seus moradores, contudo as ações estão voltadas aos interesses mercadológicos, enquanto os impactos negativos sobre a localidade, como a deterioração ambiental e os conflitos socioculturais causados pela chegada em massa de turistas são deixados aparte no processo de planejamento. Para Hall (2000) é uma forma de não planejamento;
- *Estágio do início do planejamento turístico parcialmente orientado*: São os planos convencionais (Gunn, 1988), em que o planejamento é demasiadamente vago, generalizado e reflete pouca margem para o alinhamento à realidade local. Está voltado para a construção de infraestrutura básica para atender ao turista, como em meios de hospedagem, restaurantes e sistemas de transporte;
- *Estágio totalmente orientado pelo planejamento turístico*: Cria facilidades para satisfazer os desejos e necessidades de uma demanda crescente de turistas, enquanto ainda desconsidera os impactos possivelmente desencadeados pelas altas taxas de visitação;
- *Estágio de desenvolvimento planejamento do turismo orientado pelo mercado/demanda*: O foco das ações está sobre a atração de um

grande número de turistas (turismo de massa) e nas estratégias para satisfazê-lo;

- Planejamento liderado pelo mercado: Inskip (1991), Baud-Bovy e Lawson (1977) com o PALSOP (Product's Analysis Sequence for Outdoor Leisure Planning), enfatizam o produto turístico onde apenas atrativos, equipamentos e serviços turísticos que se integram à estrutura de desenvolvimento local são ofertados através de estratégias de marketing.
- *Estágio da abordagem contemporânea do planejamento*: Busca solucionar ou minimizar os problemas ambientais, socioculturais e econômicos que resultam dos impactos do desenvolvimento do turismo, inclusive em função da visão limitada dos modelos anteriores de planejamento.
 - *Planejamento Interativo*: planejamento interativo (Gunn, 1994), planejamento colaborativo (Bramwell & Sharmam, 1999) planejamento co-operativo e participativo (Timothy, 1999), são abordagens que sugerem a participação da comunidade receptora de modo cooperativo na elaboração do planejamento, propondo uma associação do planejamento *top-down* ao *bottom-up*.
 - *Planejamento Integrado*: para Mill (1990), Inskip (1991), Gunn (1994), apenas o planejamento integrado pode resultar no desenvolvimento apropriado do DT. O processo de planejamento não é estável, e, portanto, vulnerável a forças exógenas. Por isso os modelos aplicados devem ser flexíveis e passíveis de se adaptar as condições do ambiente.

Por fim, identificam-se modelos de planejamento que se diferem em relação à dimensão da escala analisada ou aplicada. Estes modelos variam desde o nível local, passando pelo regional, nacional, até culminar no internacional. Segundo Burns (2004) a indústria do turismo não foi capaz de beneficiar econômica e socialmente as comunidades receptoras da forma como seu desenvolvimento justificava, pois, o enfoque do planejamento central baseado na elaboração de planos mestre não alcançava as necessidades individuais do DT, mas se direcionava por

meio de um conceito de desenvolvimento de setores específicos. O resultado desta contradição foi muitas vezes a impossibilidade de execução dos planos por falta de compatibilidade entre os desenhos e as necessidades e características reais dos destinos. Nesse contexto surgem as propostas de planos descentralizados do turismo, a partir de esferas regionais ou locais.

A proposta de Burns (2004) é um avanço no planejamento do turismo a partir do aperfeiçoamento e aplicação em escala local do enfoque PASOLP, cuja principal característica é enfrentar os problemas causados no momento que eles surgem, sem haver um plano de ação prévio para as possibilidades de impactos resultantes das ações executadas. Além disso, a inserção inter e intrasetorial, ou seja, entre a iniciativa privada e a sociedade civil, além das várias esferas do governo, podem reduzir as inconsistências dos planos a partir de uma visão integrada dos atores. Zhang e Lei (2012) mostram que a participação de atores locais da indústria do turismo tem efeito positivo no planejamento e nas ações executadas, o que confirma que a inserção da comunidade local traz benefícios aos processos de gestão para o desenvolvimento do turismo.

Por outro lado, Dredge (1999) menciona que alguns modelos de planejamento regional desenvolvidos não são aplicáveis em qualquer realidade, pois características específicas de cada região demandam estratégias diferenciadas. Porém há autores que propõem um modelo de planejamento do destino baseado em um núcleo multifacetado, ou seja, em que há vários nodos de atração sistematizados.

3 METODOLOGIA DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO *OBSERVATION, DÉVELOPPMENT ET INGÉNIERIE TOURISTIQUES (ODIT)*

Entre o final da década de 1990 e início de 2000, o governo francês apresentou uma metodologia de planejamento e gestão do turismo inovadora – a metodologia *Observation, Développement et Ingénierie Touristiques (ODIT)* – elaborada a partir de um grupo de especialistas com larga experiência em planejamento turístico especificamente para este fim. Nesse contexto, a Agência Francesa de Engenharia Turística (AFIT), hoje Agência de Desenvolvimento Turístico da França (*Atout France*) elaborou a partir de uma série de estudos preliminares o documento intitulado “Conduzir o turismo sustentável em

territórios e empresas: um guia para ‘saber-fazer’”, o qual se tornou referência metodológica em matéria de planejamento turístico territorial para diversas entidades públicas francesas, como a Secretaria de Estado de Turismo e o Ministério do Planejamento do Território e do Meio Ambiente.

Para alcançar um desempenho ótimo nas operações de planejamento e gestão do turismo francês, a *Atout France* possui um triplo objetivo: a) promoção turística da França; b) realização das operações de planejamento turístico; e c) a aplicação de uma política de competitividade e de qualidade das empresas do setor. A consecução destes objetivos é operacionalizada pela integração de duas agências: *ODIT France*, grupo de interesse público especialista em planejamento turístico, que se ocupa da estruturação da oferta turística junto as coletividades locais e os operadores privados, e a *Maison de La France*, grupo de interesse econômico, que é encarregada da promoção turística da França.

A metodologia ODIT possui especificidades que podem contribuir para que o planejamento e a gestão dos DT's seja realizado de forma efetiva e profissional, pois contribui particularmente para: (1) criar uma dinâmica de construção do planejamento que engloba a participação coletiva e pressupostos de sustentabilidade, utilizando-se da mediação de uma organização, preferencialmente externa ao DT, que irá coordenar o processo de planejamento, garantindo maior transparência e imparcialidade; e (2) apresentar um quadro metodológico que contemple um conjunto de indicadores especificamente desenvolvidos para o turismo, para orientar a busca por informações sobre o estado atual do turismo local e conferir maior propriedade, precisão e detalhamento à proposta.

Todavia para que o turismo se desenvolva de forma sustentável conforme as necessidades e anseios locais, como propõe a metodologia francesa, é essencial a atenção sobre as relações existentes entre o território e as empresas estabelecidas no DT. Nesse sentido, é necessário observar as práticas e estratégias turísticas na escala territorial e na escala das empresas. Além disso, é preciso construir um plano de ação, como resultado do processo de planejamento sustentável do turismo no território, conduzido por especialistas de modo sistemático.

Cabe considerar que, o turismo não ocorre de forma isolada, visto que exerce e sofre influência do ambiente no qual está inserido, o que pode afetar as suas possibilidades de lograr um desenvolvimento

sustentável. Para responder às múltiplas demandas locais é preciso considerar a diversidade dos atores. Porém, dificilmente tais agentes se articularão de forma democrática e igualitária, assegurando o direito mútuo, a expressão de suas ideias e a reivindicação de seus interesses. Por isso, a importância de uma entidade, possivelmente externa ao território como as empresas de consultoria, um órgão estadual ou uma universidade, que atue como mediadora deste processo.

O primeiro passo da metodologia ODIT é a mediação (ou “animação”) dos atores, buscando uma reflexão coletiva sobre suas práticas turísticas e a valorização da sua diversidade, organizando os dispositivos favoráveis à sua expressão, criatividade e validação coletiva das orientações, necessárias ao alcance do turismo sustentável. A partir deste contexto seguem-se quatro fases: retrato do lugar; diagnóstico; formulação de eixos estratégicos e elaboração de um plano de ação.

3.1 Fase: o Retrato do Lugar

Nesta fase se busca conhecer as relações entre a atividade turística e o destino turístico, com o objetivo de identificar, da forma mais detalhada possível, a diversidade de atores – públicos e privados –, suas práticas (ações, hábitos, opiniões e tradições) e a dinâmica existente no território entre estes elementos, ou seja, como acontecem as ações, hábitos, opiniões e tradições, quem são os atores responsáveis pelas dinâmicas identificadas; como e com qual frequência tais ações e processos são verificados; etc. É importante analisar a diversidade de atores individuais (moradores, turistas, trabalhadores, etc.) e coletivos (associações, organizações, empresas, etc.) e de práticas que lhes são associadas; perceber sua sustentabilidade e engajamento, de modo a construir coletivamente um conjunto de indicadores para a direção do turismo sustentável no território. Contudo, diante da diversidade de atores e os diversos níveis e esferas em que atuam a metodologia ODIT sugere dividir a coleta e análise dos dados em dois níveis, no intuito de delimitar focos de análise e ação distintos:

a) O nível de análise do território

São identificadas questões relativas ao território e ao turismo, por parte dos atores. Por exemplo, a dinâmica do território com o turismo, a economia e a qualidade de vida dos moradores. Deve-se observar a inter-relação moradores-visitantes, os impactos acarretados por essa ação e se os primeiros aproveitam da oportunidade turística para

desenvolver a localidade economicamente. Quanto às empresas neste nível se identificam e analisam pontos importantes, ligados às atividades turísticas, em particular, como são desenvolvidas as atividades das empresas na localidade, se são constantemente avaliadas, se estão sendo efetivadas de forma sustentável, quais as melhorias necessárias e como fazê-las. O objetivo maior é conhecer os atores para estimular sua interação e participação nos processos desencadeados pela atividade turística.

b) O nível de análise das organizações turística

São identificados os tipos de práticas, suas modalidades de avaliação e sustentabilidade, bem como possíveis melhoras. Permite prefigurar o modo de organização para facilitar a participação. Também nas organizações, enquanto unidades produtivas, são coletados e analisados os dados elencados, buscando compreender o que ocorre dentro de tais entidades coletivas (empresas, associações, ONGs etc.), ou seja,

como elas atuam. Portanto, são fundamentais os questionamentos relativos à existência de práticas de gestão ambiental (dimensão ambiental), se as receitas geradas permitem reinvestir no território (dimensão econômica), se as relações de trabalho dentro das empresas são formalizadas, com a garantia dos direitos e condições de trabalho adequadas (dimensão social), e se existe transparência de informações ou participação dos trabalhadores nas decisões organizacionais (dimensão ética).

Assim, a metodologia propõe na fase Retrato do Lugar a utilização de dimensões de análise – ambiental, econômica, social e de governança –, considerando que seu somatório configura o panorama do turismo no local. Para cada dimensão há um conjunto de indicadores que auxiliam a verificação das práticas turísticas ou socioeconômicas desenvolvidas naquele território (quadro 1).

Quadro 1. Exemplo de critérios para uma abordagem nas escalas do território e da empresa.

DIMENSÕES	Meio Ambiente	Economia	Social	Ética
CRITÉRIOS	Renovação	Rentabilidade	Reconhecimento	Governabilidade
	Prevenção	Integração Territorial	Inserção	Transparência
	Valorização	Flexibilidade	Prática de Parceria	Solidariedade – Tempo
	Quadro de Vida	Perenidade	Acessibilidade	Tolerância

Fonte: ODIT (2001).

Nesse sentido, o quadro de indicadores da metodologia ODIT cumpre a dupla função de ser um instrumento rigoroso de coleta de dados e pesquisa científica, além de fornecer bases confiáveis para a gestão turística e seu controle. Através de um conjunto de indicadores para cada dimensão, podemos coletar informações que serão analisadas e retratarão o impacto do turismo em cada uma delas. Vale ressaltar que para avaliar a situação de uma realidade é necessário utilizar o mesmo indicador em diferentes momentos, então a dimensão temporal é de suma importância ao mostrar a evolução dos acontecimentos.

Em síntese, a fase do Retrato do Lugar não é linear e necessita constantemente de idas e voltas aos dados e a campo, para observar, qualificar e mensurar, visando à obtenção do melhor resultado possível.

3.2 Fase: Diagnóstico

Nesta etapa o objetivo é interpretar os dados e os indicadores observados no Retrato do Lugar relacionados ao desenvolvimento. Os elementos

observados traduzirão ameaças, oportunidades, forças e fraquezas, segundo os diferentes tipos de atores.

Convém caracterizar a sustentabilidade dos tipos de práticas turísticas encontradas no espaço para interpretar suas repercussões. O diagnóstico é centrado sobre o turismo, integrando outros tipos de atividades e setores estando estreitamente ligado: a) aos problemas identificados inicialmente, os quais conduzirão toda a análise; b) à qualidade dos métodos utilizados para realizar o Retrato do Lugar e à sua capacidade de levar em conta a diversidade de atores e suas representações; c) à capacidade de listar as observações retidas para o Diagnóstico; d) ao controle do volume de informações levantadas e indicadores gerados sobre turismo sustentável.

Há evidências de que as práticas nunca são integralmente sustentáveis ou não-sustentáveis, em geral predomina uma ou mais das dimensões de análise. A tarefa do gestor do destino turístico é exatamente compatibilizar as diferentes práticas sobre um maior número de perspectivas possível, mesmo que em algumas delas os recursos não sejam aproveitados plenamente. Neste ponto o diagnóstico

auxilia a observar junto aos atores envolvidos, da forma mais rigorosa possível, as ações que interferem no desenvolvimento sustentável do DT.

Em linhas gerais, a fase do Diagnóstico deve, então:

- identificar coletivamente questões-chave de interpretação prioritárias e verificar se a sustentabilidade das práticas turísticas correspondem às prioridades do território;
- favorecer a elaboração de interpretações contraditórias buscando o debate fundamentado no quadro de indicadores, a fim de retificar e validar a ação coletiva, bem como construir um diagnóstico turístico compartilhado e minimamente consensual;
- discutir e debater coletivamente para concluir o diagnóstico turístico do território, que pautado em indicadores, questões, práticas e representações comuns, além dos diversos pontos de vista colocados, possibilita validar coletivamente o diagnóstico do território.

Ao final desta fase é importante ter uma lista de sugestões acerca de o que deve ser melhorado no território e nas empresas.

3.3 Fase: Elaboração dos Eixos Estratégicos

A partir do diagnóstico, validado pelos atores envolvidos, esta fase consiste em definir os grandes eixos de trabalho para promover os pontos fortes e melhorar os pontos fracos do turismo. A ideia é projetar ações com certo grau de estabilidade, assim geralmente utiliza-se um recorte temporal de três a cinco anos como referência para gerar um plano de ação.

Os Eixos Estratégicos são, pois, objetivos intermediários de desenvolvimento do território, extraídos dos pontos identificados no Diagnóstico a serem melhorados. Para validar coletivamente os Eixos Estratégicos, são necessários debates conduzidos pelos animadores.

Assim o grupo de animação local deverá:

- sintetizar os debates precedentes, demonstrando as ligações existentes entre sustentabilidade e os tipos de práticas turísticas conduzidas sobre o território, e o impacto dessas práticas sobre as principais questões territoriais;
- propor eixos estratégicos, baseados no conjunto de elementos validados no diagnóstico;

- organizar o debate para hierarquizar e validar coletivamente os eixos estratégicos a serem retidos para o território.

Esta proposta, ligada ao método de investigação, facilita a síntese das informações coletadas via diagnóstico frente à projeção de ações para sanar os problemas identificados, pois neste estágio os atores possuem dois tipos de referências comuns: (1) são capazes de identificar os tipos de prática turística no território; e (2) estão aptos a perceber o impacto destas práticas sobre o desenvolvimento do território. O conjunto é apreciado a partir de uma ferramenta comum – o quadro de indicadores do turismo local. A hierarquização dos eixos de ação deve buscar responder à pergunta: as orientações propostas permitem atender às observações realizadas, de modo que seja possível questionar a coerência do procedimento a partir da trilogia constatação/interpretação/delimitação dos objetivos de desenvolvimento prioritários?

3.4 Fase: o Plano de Ação

A última fase consiste em organizar e hierarquizar no tempo e no espaço as ações que correspondem aos principais objetivos de desenvolvimento, identificados na fase dos eixos estratégicos. A questão central desta fase é baseada no fato de as ações propostas atenderem corretamente ao objetivo de desenvolvimento estabelecido. Neste ponto é útil retornar às constatações realizadas no Retrato do Lugar observando se tais aspectos contribuíram para o debate e a proposta de ações adaptadas. Ademais, é fundamental observar as possibilidades de ação simultânea sobre um conjunto de instrumentos existentes ou apenas sobre um elemento por vez. Neste caso, faz-se necessário uma análise sistêmica engajada, sendo que os mediadores devem elaborar o plano, sempre que possível, com o auxílio do máximo de atores envolvidos, de modo a atingir os meios, o elemento humano, a logística e os investimentos necessários para colocar em prática cada ação designada.

Cabe destacar que a avaliação, que poderá ser feita diretamente pelos atores, é realizada ao fim de cada fase e sempre que servir de orientação para tomada de decisão. Para tanto, deve-se considerar o quadro de indicadores e registrar as informações ao longo de cada etapa, construindo um banco de dados, para evidenciar as razões que levaram a optar por cada caminho.

3.5 Mas, o que há de novo na ODIT?

O que difere a ODIT dos demais modelos de planejamento turístico disponíveis não é tanto a fundamentação teórica na qual se embasa, mas sim a proposição de um guia metodológico de operacionalização do processo de planejamento. Este guia é justamente a ferramenta que interliga todas as fases do processo, todos os atores e orientações da atividade, pois é por meio dela e de seus indicadores – construídos cientificamente e verificáveis empiricamente – que se pode identificar a situação real de um destino, minimizar os conflitos entre diferentes percepções e propor uma diretriz consistente e solidamente fundamentada.

De fato, a ODIT tem o mérito de continuar onde os demais modelos de planejamento cessaram seus esforços. Enquanto estes assumem que o mapeamento da lógica do processo de planejamento já é suficiente para a compreensão e adequada intervenção na realidade, a metodologia ODIT – além de igualmente mapear este processo – se preocupa também em fornecer instrumentos analíticos básicos para a objetiva e fidedigna observação da realidade, na forma de indicadores turísticos. Estes instrumentos são indispensáveis ao planejamento e gestão eficientes e efetivos, já que cumprem a difícil e árdua tarefa de especificar e precisar fatos e ações, “aparando as arestas” de questões e interpretações mormente consideradas “subjetivas”, e contribuindo assim para uma tomada de decisão e sua implementação de forma qualificada.

Mas, então, podemos simplesmente efetuar um *benchmarking* e aplicar esta metodologia em nossa realidade? Ela já está suficientemente acabada, não carecendo de avanços? Não. Na realidade, o que visamos ressaltar neste texto é o grande avanço alcançado pela metodologia ODIT, após décadas de estagnação do pensamento e aplicação de modelos de planejamento turístico. No entanto, a ODIT também deve passar por reparos, dentre os quais se podem ressaltar três. O primeiro diz respeito ao seu embasamento teórico, que supõe uma abordagem participativa e democrática na sua execução, mediada, porém pela figura de um animador. A operacionalização empírica deste processo é, contudo, de difícil execução, sobretudo, consoante à gradativa ampliação da escala territorial e social implicada no processo. O segundo ponto a se observar diz respeito à, nem sempre fácil, elaboração de indicadores e sua morosa verificação empírica, o que requer um

dispêndio de tempo adicional se comparado às tradicionais formas de planejamento, em que se parte rapidamente de uma análise situacional para as proposições de programas e projetos. Por fim, é válido mencionar que, assim como os indicadores são elaborados com vistas a atender o contexto específico de uma dada realidade, as dimensões que enquadram tais indicadores também podem sofrer uma expansão ou redução, segundo a adequação da realidade estudada.

Em suma, a metodologia ODIT pode ser reconstruída, expandida e modificada, mas a sua lógica de especificação e precisão do trabalho, dada através de indicadores, conduz a um inevitável avanço do processo de planejamento.

4 CONCLUSÃO

Os estudos sobre planejamento turístico passam por um longo período de estagnação, em particular quando se trata da teorização e ampliação dos conhecimentos sobre o processo de planejamento em si. Deste modo, o objetivo do artigo foi realizar uma revisão teórica abrangente sobre as metodologias que embasam os processos de planejamento turístico. Apresentamos um resgate de metodologias de diferentes épocas, autores, países, que abordam diferentes escalas –nacional, regional, local– e enfoques –econômico, urbanístico, integrado, participativo, etc. Adicionalmente, propomos uma síntese integradora tomando como ponto de partida a estrutura elaborada pela metodologia ODIT, a qual tem como premissas a sustentabilidade, a participação coletiva, a transparência e a dinâmica sistemática e profissional.

A metodologia ODIT se difere de outros modelos de planejamento turístico por orientar a operacionalização a partir da inter-relação entre todos os atores inseridos no turismo e da flexibilidade para a criação de indicadores alinhados a realidade de cada destino. Outros modelos de planejamento restringem a participação dos atores no processo (planejamento central). Por outro lado, as metodologias de planejamento interativo costumam ter êxito em contextos individuais não absolutamente reproduzíveis em outros contextos. No caso da ODIT, a flexibilidade para a criação de critérios e indicadores favorece a adaptação do modelo a contextos distintos. Além disso, a ODIT ultrapassa as ações de mapeamento e elaboração de planos rígidos, pois

fornece instrumentos analíticos para o monitoramento e a avaliação da necessidade de adaptação das ações, na forma de indicadores turísticos, o que pode resultar na tomada de decisão e execução do planejamento qualificado.

Deste modo, o mérito da metodologia ODI é indiscutível, mas destacamos também algumas restrições sobre as quais é preciso avançar, como a criação de novas dimensões e indicadores de análise. Também se recomenda a revisão de sua lógica de funcionamento, a fim de especificar as ações e aprofundar a precisão do processo. O aprofundamento das pesquisas empíricas no contexto do Brasil poderá testar e ampliar a metodologia levando a melhores possibilidades de aplicação das ações estratégicas e alcançar resultados benéficos no desenvolvimento do turismo planejado.

REFERÊNCIAS

- Acerenza, M. A. (2003). *Administração do turismo*. Bauru: EDUSC.
- Agence Française de L'ingénierie Touristique – AFIT (2001). *Piloter le Tourisme Durable dans les Territoires et les Entreprises: guide de savoir-faire*. Paris.
- Akehurst, G. (1998). Tourism planning and implementation in the Polish city of Kalisz. In Laws, E., Faulkner, B. & Moscardo, G. (Eds). *Embracing and Managing Change in Tourism: International Case Studies*. (pp. 49-69). London: Routledge.
- Andriotis, K. (2000). Tourism Planning. In *Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete*. (pp. 61-92). PhD thesis. Bournemouth: Bournemouth University.
- Arnott, A. (1978). The aims and methodologies used in a study of tourism. *Planning Exchange*. 11.
- Athiyaman, A. (1995) The interface of tourism and strategy research: an analysis. *Tourism Management*, 16(6), 447-453.
- Bargur, J.; & Arbel, A. (1975). A comprehensive approach to the planning of the tourism industry. *Journal of Travel Research*. 14(2), 10-15.
- Baud-Bovy, M.; & Lawson, F. (1977). *Tourism and Recreation: A Handbook of Physical Planning*. Boston: CBI.
- Boullón, R. C. (2003). *Os municípios turísticos*. Bauru, São Paulo: Edusc.
- Bramwell, B.; & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*. 26(2), 392-415.
- Burns, P. M. (2004). Tourism planning: a third way? *Annals of Tourism Research*. 31(1), 24-43.
- Chorley, I.; & Hagget, P. (1967) *Integrated Models in Geography*. Methuen: London.
- Dredge, D. (1999). Destination place planning and design. *Annals of Tourism Research*. 26(4), 772-791.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, 7(1), 21-32.
- Greenley, G. E. (1989). *Strategic Management*. London: Prentice Hall.
- Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3 ed. Washington: Taylor & Frances.
- Gunn, C.A. (1988). *Tourism Planning*. 2 ed. New York: Taylor & Frances.
- Hall, C.M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Essex: Prentice Hall.
- Hall, C. M. (2001). *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto.
- Hills, T.; & Lundgren, J. (1977). The impact of tourism in the Caribbean: a methodological study. *Annals of Tourism Research*. 4(5), 248-267.
- Institut Français de l'Environnement – IFEN (1999). *Les Indicateurs de Développement Durable – Méthodes et Perspectives*. Orléans: Corbet, Études et Travaux.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Leiper, N. (1981). *Towards a cohesive, curriculum in tourism: the case for a distinct discipline*. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 69-84.
- Lai, K.; Li, Y.; & Feng, X. (2006). Gap between planning and implementation: a case of China. *Tourism Management*. 27, 1171-1180.
- Mathieson, A.; & Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- Mayo, E.; & Jarvis, L. (1981). *The Psychology of Leisure Travel*. Boston: CBI.
- Mill, R.C. (1990). *Tourism: The International Business*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mill, R.; & Morrison, A. (1985). *The Tourism System*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Pearce, D. (1980). Tourism and Regional Development: A Genetic Approach. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 69-82.
- Pearce, D. (1981). *Tourist Development*. London: Longman.
- Pearce, P. (1982). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Oxford: Pergamon.
- Santo, D.D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*. 1, (jan-jun), 69-92.
- Smith, S. (1983) *Recreation Geography*. London: Longman.
- Timothy, D.J. (1999) Participatory planning. A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*. 26(2), 371-391.
- Tosun, C.; & Jenkins, C.L. (1998). The evolution of tourism planning in third world countries: A critique. *Progress in Tourism and Hospitality Research*. 4(2), 101-114.
- Van Doorn, J. (1982). Can futures research contribute to tourism policy? *Tourism Management*, 3 (3), 149-166.

- Wolfe, R. (1964). Perspectives on outdoor recreation: a bibliographic survey. *The Geographical Review*, 54, 208-267.
- Xavier, W.G.; & Maia, A.G. (2009). Planejamento do Turismo: um estudo comparativo entre o planejamento estratégico do município de Joinville/SC e o seu planejamento turístico. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, 11 (3), 375-394.
- Zhang, H.; & Lei, S.L. (2012). A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: The case of a wetland community. *Tourism Management*, 33, 916-925.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe / Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido/ Received: November 28, 2019; Aceito/Accepted: December 10, 2019; Publicado/Published online: March 03, 2020.

Artigo original / Original paper. Artigo convidado / Invited paper.