



# TURISMO INSUSTENTÁVEL MARCA VOLTA AO PASSADO

Falta de políticas públicas e impactos da pandemia desaceleram mudanças essenciais no setor de viagens

Lazer

POR MARI CAMPOS

**M**esmo antes da pandemia, as mudanças no setor de turismo em direção a práticas mais sustentáveis do ponto de vista ambiental e social andavam em ritmo lento. Com o coronavírus e o impacto gigantesco que ele causou sobre as viagens, essa agenda terá de ser retomada com mais força nos próximos anos.

Desde a Eco-92, há quase 30 anos, o segmento turístico debate a sustentabilidade em suas práticas. O turismo responsável e sustentável engloba investimentos robustos nos famosos quatro Cs — conservação, comércio, cultura e comunidade.

Hoje, inclusive, se discute até o conceito de turismo regenerativo. Conceito que, se bem aplicado, deixará os destinos ainda melhores após a visita de viajantes realmente comprometidos com a sustentabilidade.

Segundo a ONU, o turismo sustentável depende do equilíbrio de três pilares: desenvolvimento social, crescimento econômico e preservação ambiental. “Vejo o conceito de turismo sustentável como uma utopia descajada, uma linha de chegada. Mas é necessário compartilhar as diversas práticas do setor em ações

sustentáveis”, diz Mariana Aldrigui, pesquisadora na EACH/USP e presidente do Conselho de Turismo da FecomercioSP.

Embora os investimentos em ações sustentáveis no turismo sejam vistos como “um custo alto” por muitos governos e investidores, é preciso lembrar que eles trazem benefícios financeiros importantes a médio e longo prazo. Um estudo do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) de 2018 já mostrava que cada R\$1 investido no ICMBio gerava outros R\$7 em benefícios econômicos aos destinos no entorno dos parques nacionais (consumo geral de serviços, hospedagem, alimentação, tours e outras atividades).

“Não temos atualmente nenhuma política pública de desenvolvimento sustentável para o turismo no Brasil. Portugal, por exemplo, criou seu plano de desenvolvimento turístico em torno do desenvolvimento sustentável”, afirma Simone Scorsato, da BLTA (Brazilian Luxury Travel Association). “Um país com tantos biomas, com cultura tão diversa como o Brasil, precisa, em cada ação do turismo, sempre visar o futuro”, complementa.

## PLÁSTICO EM ALTA

Se faltam políticas públicas para uma transformação contundente do setor, o efeito pandemia também gerou mais obstáculos. Algumas redes e propriedades hoteleiras que tinham anunciado eliminação total de plástico descartável para 2021 ou 2022 já postergaram seus planos para alguns anos mais adiante.

Muitos hotéis e prestadores de serviços do turismo no Brasil vêm utilizando ainda mais plástico de uso único em embalagens de todo tipo, como se fosse “sinalizadora de segurança”. Há lugares embalando até mesmo garrafas plásticas em plástico.

“Com a pandemia, foi necessário desenvolver protocolos sanitários que incluíam também a necessidade de individualização de objetos higienizados. Mas em nenhum momento, em nenhum estado, recomendei-se que isso fosse feito com plástico”, afirma Simone Scorsato, CEO da BLTA (Brazilian Luxury Travel Association), entidade que sempre teve a sustentabilidade no turismo como espinha dorsal de suas ações. “Nossos associados e muitos empreendimentos menores implantaram os novos protocolos sem reintroduzir o plástico. Mas na hotelaria em geral muita gente vem infelizmente usando o plástico simplesmente porque é mais fácil”, diz.

Passado um ano de pandemia, os problemas causados pelo excesso de plástico também estão relacionados aos efeitos do acúmulo do lixo que afeta boa parte dos destinos brasileiros. “É extremamente necessário retomarmos essa discussão. O problema é que, neste momento da pandemia, todo o trade turístico está cegado em tentar solucionar questões pontuais para sua sobrevivência imediata”, sinaliza Simone. “É preciso criar um novo mindset no setor e ter novos parceiros e fornecedores em geral para trabalharmos de forma mais responsável”, afirma.

10%

Fatia do setor de turismo no PIB mundial antes da pandemia

## ‘Oásis’ tentam se manter esverdeados

Apesar das dificuldades tanto estruturais quanto pontuais, alguns exemplos bem-sucedidos de atividades turísticas voltadas à sustentabilidade podem ser encontrados no País. “No Brasil, o contexto da narrativa política atual não é o que gostaríamos, mas há muitos brasileiros ‘nadando contra a corrente’ e fazendo trabalhos importantes e de maneira apaixonada para preservar cultura e diversidade”, diz Simon Heyes, proprietário da Senders, empresa especializada em promover diferentes empreendimentos turísticos sustentáveis, brasileiros e latino-americanos, em destinos

como Reino Unido e Alemanha há quase 17 anos.

O Cristalino Lodge, na Floresta Amazônica, por exemplo, ocupa uma área de floresta primária seis vezes maior que o Arquipélago de Fernando de Noronha e tem na conservação da biodiversidade a sua espinha dorsal (além de diversas outras ações sustentáveis cotidianas). A Fundação Cristalino, atrelada ao empreendimento, também auxilia o desenvolvimento de pesquisas sobre biodiversidade da Amazônia.

Outra referência internacional é o Refúgio Ecológico Caíman, que ocupa uma fazenda de 53

mil hectares no Pantanal sul-mat-grossense. No local, o empresário Roberto Kabin sempre recebeu, além dos turistas, pesquisadores científicos para projetos de conservação da fauna local. Um desses projetos é o Onçafari, idealizado pelo ex-piloto de fórmula 1 Mario Haberfeld há dez anos.

O projeto tem como objetivo a preservação do Pantanal por meio do ecoturismo, possibilitando aos turistas e pesquisadores a observação da onça-pintada em seu ambiente natural. Para isso, fizeram um trabalho espelhado nas técnicas utilizadas há mais de 30 anos com leopardos e leões na

África para habituar os animais à presença dos veículos de safari. “Temos cada vez mais empreendimentos preocupando-se não apenas em preservar a natureza, mas também com os rastros/pegadas que sua atividade pode deixar”, diz Mario Haberfeld.

A hotelaria internacional que atua no Brasil também está mudando. O grupo hoteleiro Accor e a gigante Expedia firmaram recentemente um acordo com a Unesco para promover o turismo sustentável. A iniciativa espera introduzir práticas de turismo responsável em 252 hotéis da rede no Brasil (3.358

globalmente), propagando ações concretas em sustentabilidade, incluindo interrupção do uso de plástico descartável e promoção das culturas e economias locais.

O famoso boudinho do Pão de Açúcar também está buscando se modernizar. Em um dos mais famosos cartões-postais do País, no Rio de Janeiro, existem agora painéis solares fotovoltaicos e um projeto de reflorestamento do Morro da Uruçuca em parceria com o Instituto Vida Livre. Além disso, quase 100% dos resíduos orgânicos gerados no parque vão para a compostagem.

## VIAJANTE MAIS ENGAJADO

Propriedades brasileiras que fazem trabalhos importantes do ponto de vista da sustentabilidade geralmente também encorajam seus hóspedes a contribuir com seus esforços de conservação e preservação. “O turista que se dedica a esse tipo de turismo está cada vez mais exigente. E vários hotéis no Brasil estão se adaptando com rapidez a isso”, afirma Mano Haberfeld, fundador do Onçafari.

Parte do setor acredita que a pandemia pode acelerar ainda mais esse processo. Uma pesquisa re-

cente, encomendada pelo Airbnb e divulgada no mês passado, revelou que 51% dos entrevistados consideram sempre ou frequentemente os aspectos ambientais e de sustentabilidade ao escolher acomodações e destinos para suas viagens. Estudo da Booking.com, também feito durante a pandemia, indica que 71% dos entrevistados pretendem viajar de forma mais sustentável daqui para a frente.

“A geração dos anos 2000 é talvez a mais bem educada sobre o tema da sustentabilidade, a mais receptiva a informações e capaz de tomar decisões privilegiando a sustentabilidade. Mas isso só acontece quando é possível garantir acesso a condições mínimas de bem-estar. Do contrário, estaremos defendendo um conceito impraticável para quem está apenas buscando sobreviver”, alerta Mariana Aldrigui. “É possível que um grupo significativo, de 3% a 5% dos turistas brasileiros, tenha, ao longo deste um ano de pandemia, aprendido um pouco mais sobre seu papel nos destinos, e adote conscientemente uma prática de turismo mais sustentável daqui por diante”, analisa. (MG)