
Impactos socioeconômicos do turismo

Beatriz Helena Gelas Lage
Paulo César Milone

Recebido em outubro/98

O turismo, na sociedade moderna, pode ser definido como um conjunto de diversas atividades econômicas incluindo transportes, hospedagens, agenciamento de viagens e práticas de lazer, além de outras ações mercadológicas que produzem riquezas e geram empregos para muitas regiões e países.

Dados oficiais da *World Tourism Organization* e do *World Travel and Tourism Council* (WTTC), relativos ao ano de 1997, registram movimento físico real de 600 milhões de deslocamentos mundiais oriundos da atividade turística, correspondentes a US\$ 3,4 trilhões de renda, direta e indireta, demonstrando uma participação acima de 12% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial. É reconhecidamente a indústria que mais emprega no mundo, aproximadamente 240 milhões de pessoas ou 10% da força de trabalho global, demandando diversificada gama de profissões e especialidades necessárias para a produção e para o desenvolvimento econômico global.

O Brasil, por sua oferta diferenciada, tem-se destacado como pólo turístico cada vez mais atrativo, apresentando um quadro significativo de fluxo emissivo internacional — estimado em 5 milhões de brasileiros — e um moderado, mas promissor, fluxo receptivo — quase 3 milhões de turistas estrangeiros. Acrescenta-se a isso o movimento doméstico de mais de 25 milhões de passageiros aéreos e outros milhões que trasladam de ônibus e carros pelas regiões brasileiras. Ajustam-se também nessa gigantesca cadeia de riqueza os investimentos das florescentes empresas de hotelaria, das transportadoras, das operadoras e agências de viagens, dos restaurantes, das locadoras e de vários outros componentes dos setores público e privado.

Levantamentos oficiais totalizam o movimento financeiro gerado, direta e indiretamente, nas atividades ligadas ao turismo no Brasil em mais de US\$ 40 bilhões. Em termos de empregos, um de cada dez trabalhadores brasileiros está vinculado ao setor turístico, no qual desenvolve de forma autônoma ou subordinada prestação de serviços que, por se tratar de um mercado altamente competitivo, requer cada vez maior capacitação profissional, com exercício de práticas de alta qualidade e atendimento. Atualmente não são admissíveis o empirismo e o amadorismo nos empresários do setor turístico.

Beatriz Helena Gelas Lage, Bacharel em Ciências Econômicas pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, é Mestre, Doutora, Livre-Docente e Professora Titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
Fax: (011) 818-4326

Paulo César Milone, Bacharel em Ciências Econômicas, é Mestre, Doutor, Livre-Docente e Professor Associado da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.
Fax: (011) 814-3379

Por se tratar de um nicho mercadológico extremamente próspero e inter-relacionado com diversas formas de produção, a maximização do seu desempenho exige análises teóricas e práticas específicas, bem como pesquisas científicas que resultem em informações precisas e eficazes para o aprimoramento das estratégias empresariais exigidas pelo setor produtivo contemporâneo.

Estudos recentes mostram que o turismo acarreta múltiplos efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais, e que não se deve considerar serem seus resultados equivalentes em todas as partes ou iguais para todas as pessoas envolvidas. É evidente a ocorrência de desigualdades relativas à distribuição de benefícios e de custos, apesar do progresso propiciado. Agentes, estudiosos e profissionais do turismo atual devem estar cientes de cada um dos principais impactos, positivos ou negativos, que a indústria do turismo pode gerar. No planejamento visando ao desenvolvimento sustentável, é preciso objetivar a maximização dos benefícios e a minimização dos custos dos principais fatores econômicos e sociais associados ao turismo moderno.

Com base no quadro delineado, serão apresentados a seguir alguns dos principais impactos socioeconômicos da atividade turística, com exemplos de casos práticos aplicáveis aos países desenvolvidos e, em especial, aos países em desenvolvimento.

EFEITOS ECONÔMICOS DO TURISMO

Muitos países em desenvolvimento confrontam-se com escassez de divisas e grande dificuldade em financiar o próprio desenvolvimento econômico. Em tais casos são priorizadas a expansão de oportunidades de exportações e a redução de importações. O incentivo econômico para o desenvolvimento do turismo é maior onde existem poucas alternativas e limitada disponibilidade de recursos humanos e físicos para o desenvolvimento intensivo dos setores industrial e agrícola.

A atividade turística é vantajosa como fonte geradora de divisas, particularmente quando realizada nos países em desenvolvimento, pelo fato de o turismo depender, nesses países, da demanda internacional e, portanto, caracterizar-se como uma atividade de exportação em seus estágios iniciais. Seu desenvolvimento, altamente competitivo em nível internacional, não pode ser baseado exclusivamente na demanda interna — geralmente pequena nesses países —, todavia sua fundamentação na demanda externa acarreta grande dependência em termos de capital, tecnologia, mão-de-obra qualificada e outros fatores. Muitos estudiosos, entretanto, concordam que o turismo, em função dos recursos locais e naturais, requer tecnologia menos sofisticada e conseqüentemente mão-de-obra com menor especialização, podendo gerar um tipo de

desenvolvimento que, nas mesmas condições, é menos dependente desses requisitos do que outras atividades industriais normalmente desenvolvidas.

Adicionalmente, a função estratégica do turismo como fonte de divisas é de especial relevância nos países que estão em processo de desenvolvimento ou que têm recursos naturais e matérias-primas limitados, contribuindo para a diversificação das atividades econômicas locais.

O consumo turístico, devido à sua natureza heterogênea, é dirigido para diversos setores simultaneamente, acarretando efeitos diretos sobre vários ramos da economia. O potencial da demanda somado ao seu efeito multiplicador fazem com que o turismo se torne uma atividade que merece ser explorada.

O desenvolvimento do turismo pode resultar em benefícios ou custos para a população das sociedades receptoras, sejam consumidoras ou produtoras.

Enquanto consumidoras, elas podem ter acesso a múltiplos serviços, como melhores estradas, novos hotéis, serviços de recreação mais desenvolvidos, grande variedade de restaurantes e outros, ou podem encontrar seus campos de escolha restritos — em muitos *resorts* é difícil para a população beneficiar-se diretamente das facilidades construídas para os turistas. Frequentemente, a infra-estrutura serve muito mais ao turista do que à comunidade local, utilizando recursos que poderiam melhorar a qualidade de vida da população da região. Nos *resorts* turísticos é comum a criação de conflitos sociais, pois a interação normal entre os turistas e os habitantes locais é desencorajada.

Como produtoras, as populações locais podem receber maiores salários pelos recursos disponíveis — trabalho, habilidade e terra —; entretanto, para aqueles que exercem atividades competitivas, não-engajadas na indústria turística, esses ganhos econômicos podem representar perdas individuais. Por exemplo, a demanda de terra criada pelo desenvolvimento turístico com fins lucrativos geralmente aumenta o valor da mesma, implicando em maior custo para a aquisição de imóveis e a construção de casas nessas localidades.

Alguns tópicos relevantes do ponto de vista econômico — emprego, balança de pagamentos, efeito multiplicador e governo — são detalhados a seguir.

Emprego

A geração de emprego pode não ser o objetivo primordial de todo o desenvolvimento turístico, mas é certamente um de seus principais resultados, visto que o turismo, como uma atividade que envolve serviços, tem potencial significativo para gerar empregos.

Três categorias de emprego podem surgir como decorrência do desenvolvimento turístico: empregos diretamente relacionados com a direção e o funcionamento da indús-

tria turística; empregos resultantes do desenvolvimento da indústria turística, no setor de transportes, na agricultura, nos bancos etc.; empregos indiretos que surgem como consequência do montante de recursos oriundos das atividades produtivas e acumulados pelos residentes locais.

Como resultado, é observada a geração de grande número de empregos associados a esse setor. Dizem que a cada dez segundos é criado um novo emprego na indústria mundial de viagens e que um em cada quinze trabalhadores tem emprego no turismo, totalizando atualmente mais de 200 milhões de pessoas.

Os dados dos países em desenvolvimento referentes à indústria turística indicam consideráveis diferenças com relação à geração de empregos. Por exemplo, hotéis da área mediterrânea geram aproximadamente 50% mais empregos diretos do que os do leste africano; o turismo nas ilhas do Caribe, em especial na Jamaica e em Porto Rico, tem provido cerca de 10% do emprego local — um de cada seis empregados trabalha nessa atividade. Em outras ilhas pequenas esse nível pode atingir até 50%; em Bermuda o emprego direto e indireto do turismo representa 75% da força de trabalho local. Segundo dados do WTTC, em 1997 9% da população economicamente ativa empregada no Brasil estava associada ao turismo.

Em economias maiores e mais diversificadas a indústria turística apresenta com certeza resultados positivos; todavia, nas economias pequenas, em países atrasados com poucas perspectivas de desenvolvimento, tal indústria pode criar problemas substanciais, como a explosão na área da construção civil gerada pela edificação de hotéis, que podem produzir situações controversas.

Nas Seychelles, por exemplo, a rápida expansão da indústria do turismo, em consequência da construção do aeroporto internacional, da infra-estrutura de trabalho e de novos hotéis, levou ao aumento do número de trabalhadores no setor da construção — de 1,3 mil para 4 mil, ou seja, de 10% para 25% da força de trabalho. Depois de três anos, concluídas as obras, o nível de ocupação caiu para 17,5%, ou seja, 2,75 mil trabalhadores, e os desempregados não foram facilmente absorvidos pela indústria hoteleira — apesar de não exigirem muita habilitação, as vagas nos hotéis eram mais disponíveis para mulheres. A explosão da construção civil e os melhores salários encorajaram uma migração da agricultura para a construção, e a mão-de-obra no setor agrícola, que caiu de 4,5 mil trabalhadores para 2,5 mil nesse período, cresceu marginalmente desde então. Além disso, geralmente os empregos criados exigem mão-de-obra pouco qualificada, com baixa remuneração salarial. A principal exceção a esse padrão foi o período de explosão relativa na indústria de construção que gerou empregos com altos salários, durante uma rápida fase de desenvolvimento turístico. Toda-

via, essa situação passageira, somada à sazonalidade crônica na indústria do turismo, faz com que muitos dos empregos gerados acabem sendo de tempo parcial ou de natureza temporária.

O emprego no setor agrícola de uma economia é indiretamente afetado pelo turismo. A produção de alimentos pode ser estimulada pelo aumento da demanda ou desestimulada pelo aumento dos preços para aqueles cuja renda não cresceu com o desenvolvimento turístico.

Particularmente em economias pequenas, a agricultura em vez de ser estimulada pelo turismo pode ser substituída por ele, perdendo a competição relativa ao trabalho e à terra, especialmente quando a terra agrícola localiza-se em regiões geográficas desfavoráveis. Algumas experiências mundiais têm sido relatadas, como o caso da região de Fuentarrabia, na Espanha, em que o turismo estimulou a atividade agropecuária — produção de carnes, vegetais e frutas para os turistas. Outro exemplo seria o das Ilhas Canárias, que teriam condições próprias de produzir muitos alimentos, mas ainda importam grande quantidade de produtos para os turistas europeus.

Na Tunísia, muitos dos produtos agrícolas e hortícolas para os turistas são ofertados localmente, apesar de aparentemente a produtividade agrícola ter declinado, pois muitos fazendeiros estão trocando seus trabalhos por serviços turísticos de maior remuneração.

No Senegal, os lucros das vilas com os convidados das casas, ou seja, os turistas, são investidos no aumento da produção agrícola, propiciando emprego aos jovens que poderiam ter migrado para as cidades e aumentando a oferta local de alimentos, devido aos benefícios de financiamento derivados do turismo.

Adicionalmente, a facilidade de transporte de massa, a infra-estrutura administrativa e a infra-estrutura bancária necessárias nas regiões receptoras têm promovido aumento dos empregos para pessoas com diferentes qualificações.

Balança de pagamentos

O maior objetivo dos países em desenvolvimento ao promover a indústria do turismo é viabilizar a entrada de divisas estrangeiras, ou seja, moedas estrangeiras. Segundo McIntosh & Gupta (1989), o turismo incrementa a receita do lugar visitado e, do ponto de vista econômico, é uma exportação de bens e serviços. Entretanto, esses produtos não são enviados por barcos ou aviões aos países destinatários, senão pelos próprios consumidores que vão buscá-los nos países onde são produzidos. De forma geral, o turista ocupa um quarto de hotel, utiliza restaurantes, pode alugar um automóvel e, normalmente, faz muitas compras. Com as divisas auferidas, o país receptor pode, por sua vez, comprar outros bens e serviços no exterior.

Infelizmente, poucos operadores de turismo conduzem pesquisas sobre a atitude, o comportamento e a motivação dos seus consumidores.

Freqüentemente, grandes quantidades de bens e serviços, como aviões, ônibus, materiais de construção, equipamentos de hotel e produtos comestíveis, são importadas para fazer frente às necessidades da indústria turística. Vários dos hotéis construídos nos países em desenvolvimento utilizam diversos itens importados, como acessórios para os quartos e banheiros, elevadores, material para confecção e manutenção de jardins etc., de forma a fazer frente às expectativas do turismo internacional. O mesmo acontece para complementar os *menus* dos restaurantes que oferecem uma série de pratos internacionais acompanhados por vinhos de várias regiões do mundo. Todos esses artigos precisam ser importados, muitas vezes de regiões muito distantes.

Outros exemplos são as taxas aéreas pagas por aviões de outros países, os salários dos empregados estrangeiros, os escritórios turísticos no exterior e a propaganda nas mídias impressa e falada.

É certo que o aumento dos gastos ocasionados pelos visitantes gera grande aumento de demanda de serviços e bens que, por sua vez, acarreta maior número de empregos e maior poder de compra para a população local.

Os residentes locais, por seu lado, freqüentemente procuram reproduzir o comportamento de consumo dos visitantes. Esse fenômeno, conhecido como **efeito demonstração** ou **imitação**, faz com que a demanda de importados aumente ainda mais, provocando um efeito inflacionário na economia local.

O incremento da receita gerada pelo turismo é, muitas vezes, contrabalançado pelos recursos usados para efetuar as importações necessárias ao desenvolvimento bem-sucedido da indústria do turismo. Os visitantes consomem alimentos, bebidas e outros bens importados porque a produção doméstica é insuficiente, quantitativa e qualitativamente.

Outros bens que os visitantes consomem, embora produzidos domesticamente, envolvem a importação de ma-

téria-prima, como, por exemplo, os fertilizantes e os ônibus ou carros alugados usados para excursões, produzidos em outros países, cujo combustível é suprido por derivados de petróleo importado.

A razão entre o montante de divisas gastas em importações para o apoio ao turismo e as exportações turísticas é denominada de **razão de reflexão do turismo** (RRT). Em alguns países esse quociente é tão alto que os governos começam a questionar a conveniência e a eficiência da utilização do turismo como fonte principal, às vezes única, de obtenção de divisas estrangeiras — no Caribe, por exemplo, verificou-se que a RRT era de 70%, ou seja, que 70 cents de cada dólar oriundo da atividade turística sai do país para pagar as importações necessárias, evidenciando não ser conveniente fomentar apenas o turismo para garantir a obtenção das riquezas estrangeiras.

No que diz respeito especificamente a hotelaria e sua relação com a balança de pagamentos, existe grande variação na proporção da receita derivada do hotel retida dentro do país anfitrião e da que é perdida na forma de pagamentos por produtos importados ou para o *staff* estrangeiro. A relação depende principalmente da localização do estabelecimento e da própria suficiência da região na provisão de pessoal treinado, equipamento de manutenção e oferta de alimentos específicos para o hotel.

Em um país em desenvolvimento, receptor do turismo de massa, aproximadamente 4/5 da receita de um hotel nacional são retidos na economia. Para um hotel, no mesmo país, cuja propriedade é de um investidor estrangeiro, a proporção retida é de somente 3/5.

Com relação aos aspectos operacionais das empresas aéreas estrangeiras e do *staff* internacional, observa-se que têm ocasionado uma drenagem na economia dos países em que operam. Poucos países em desenvolvimento têm facilidades para servir as linhas aéreas estrangeiras e, dessa forma, os ganhos potenciais são perdidos. Em média é alocado nas bases estrangeiras pelas empresas aéreas um *staff* de cinco empregados. O país receptor dos fluxos turísticos recebe de 7% a 10% da receita do vôo *charter* operado por uma empresa que não pertence ao país de destino.

No que se refere a agências de viagens e turismo, o movimento internacional é controlado por empresas, muitas das quais transnacionais, que têm empreendido esforços para acessar todos os maiores setores da indústria. Essas empresas normalmente consideram quatro aspectos principais ao avaliarem o pólo turístico: demanda potencial; viabilidade de boa acomodação e razoabilidade de preços; existência de serviços de apoio turístico de boa qualidade; postura do governo anfitrião perante o turismo de massa.

Infelizmente, poucos operadores de turismo conduzem pesquisas sobre a atitude, o comportamento e a motiva-

ção dos seus consumidores. Normalmente as informações nas quais se baseiam provêm dos levantamentos aéreos e dos relatórios de seus guias e agentes locais. Raramente consideram o impacto social ocasionado por seus clientes sobre o país e a comunidade que estão visitando, ainda que esse efeito possa ser devastador, tanto cultural quanto economicamente.

Efeito multiplicador

A balança de pagamentos para o turismo em viagens reflete o total dos gastos turísticos. O dinheiro utilizado pelos turistas para a aquisição de bens e serviços na comunidade local levará à produção de empregos e renda, promovendo, portanto, o enriquecimento do país.

Esse é um dos principais impactos econômicos do turismo e pode ser medido pelo grau em que o dinheiro gasto pelos visitantes permanece na região de destinação para ser reciclado pela economia local. Esse conceito é denominado de efeito multiplicador (k).

Parte do dinheiro gasto pelos turistas em restaurantes, hotéis e atrações é destinada para os salários dos empregados que, por sua vez, pagam aluguel, transporte, educação e compras. O total da renda gerada pode ser bem maior do que a soma inicialmente gasta pelos turistas, e esse multiplicador, expresso em termos quantitativos, irá indicar quanto a renda total irá aumentar em função das despesas turísticas. Basicamente, representa o fenômeno pelo qual algum acréscimo ou decréscimo inicial nos gastos totais irá ocasionar elevação ou diminuição, mais do que proporcional, no nível de renda nacional.

É importante lembrar que a contribuição das atividades turísticas para o Produto Interno Bruto (PIB) é inegável. Segundo evidências empíricas do WTTC, 12% do PIB mundial têm sua origem em setores ligados direta ou indiretamente ao turismo. O percentual de participação desse setor tem crescido na última década — era de 5,5%. Na América Latina, o turismo responde por aproximadamente 5% do PIB — o mais baixo —, enquanto no Caribe, região cuja economia é baseada nessa indústria, estima-se esse percentual em torno de 24,5%. No Brasil, o impacto econômico derivado do turismo oficial pode ser quantificado em aproximadamente 10% do PIB, lembrando a relevância desse setor na economia informal do país.

O Caribe é um exemplo clássico de região com baixo efeito multiplicador. Muitos dos bens demandados pela massa turística são importados do continente, resultando em pequenos benefícios para as economias locais. Exacerbando essa situação, é comum a prática dos turistas pagarem antecipadamente suas férias, antes mesmo de chegarem ao país destino, e pagarem os gastos restantes com cartões de crédito e transações eletrônicas, reduzindo a quantidade de

dinheiro que circularia na economia dessas áreas de destinação turística.

Paralelamente ao aumento da importância das receitas turísticas, os esforços para controlar os fluxos de divisas também têm crescido. As economias podem perder dinheiro devido às taxas de administração pagas para assessores ou consultores estrangeiros, à renda recebida por investidores estrangeiros — incluindo propriedades de hotéis, salários para artistas estrangeiros, comissão para agências de viagens e operadores de pacotes turísticos — e aos gastos relacionados com a promoção da imagem do país no exterior. Divisas externas provenientes do turismo também são reduzidas devido ao custo de importação dos bens e serviços utilizados pelos visitantes.

Assim, torna-se importante o cuidado na interpretação do conceito de multiplicador econômico do turismo, cujo valor varia de acordo com a metodologia usada, a escala e a estrutura da economia, a sazonalidade e o volume de importações efetuadas em função do turismo.

Governo

A atitude com relação ao turismo por parte dos países receptores difere daquela observada nos países geradores. Como vários países receptores não têm objetivos de desenvolvimento turístico preciosos ou a definição do tipo de turismo que desejam atrair, ocorre uma mistura de facilidades turísticas construídas em uma base não-planejada, freqüentemente em desacordo com o país e a região. Adicionalmente, muitos países não têm pessoal experiente que possa assumir a responsabilidade do estímulo e da coordenação do desenvolvimento turístico.

Com relação a essas situações, eventualmente os governos entram em contato com investidores estrangeiros e operadores de *tours* para implementar rapidamente o desenvolvimento turístico desejado, sem o cuidado adequado, acarretando resultados catastróficos.

Assim, é importante a definição dos objetivos governamentais relativos ao nível e ao tipo do turismo desejado. Esses objetivos devem delinear a importância do turismo dentro de um plano de desenvolvimento nacional e o papel do governo no desenvolvimento do turismo. Geralmente o desenvolvimento turístico é planejado com base na redução de importação e na minimização de perda de receitas, dois aspectos primordiais a serem considerados pelo setor público.

EFEITOS DA SATURAÇÃO NO TURISMO

Há um limite com relação ao número de pessoas que podem visitar uma destinação turística no decorrer de um período. Esse limite pode ser físico, como em um restaurante, ou prático, a exemplo de um *show* em que visitan-

tes além de certo número não conseguem ver o que está acontecendo.

É possível adiar o momento de chegada a esse ponto de saturação. Hotéis podem ser construídos com essa preocupação, museus podem ficar abertos além do horário normal, mas à medida que o interesse pela região de destinação permanece alto, o nível de saturação pode, eventualmente, ser alcançado, criando grandes problemas com relação a vários fatores, dentre eles a terra, o emprego, o transporte e a própria população.

Terra

Como consequência econômica do desenvolvimento turístico, é rápido o crescimento dos preços das terras. A questão estende-se além do preço da terra; é também a da nacionalidade de quem a adquire. A transferência da propriedade para os não-nacionais é uma matéria de grande preocupação para muitos países, porque pode afetar severamente as opções de desenvolvimento futuro.

Com o início do desenvolvimento do turismo, o valor comercial da terra tende a subir e, como resultado, os compradores locais são colocados à margem do mercado imobiliário. Essas tendências têm sido observadas por refletirem negativamente sobre os principais setores econômicos tradicionais, especialmente o agrícola.

O caso mexicano é um bom exemplo dos impactos do turismo na economia. Como o fluxo turístico no México tem crescido acentuadamente, houve grande preocupação acerca da propriedade internacional da terra, que ocasionou a criação de legislação delineada especialmente para assegurar que o desenvolvimento do turismo não resulte na transferência de partes do território mexicano para o controle estrangeiro.

Outra preocupação é derivada do uso do espaço para acomodar as necessidades dos turistas em detrimento de outras finalidades relevantes, como moradias, escolas e áreas livres para lazer. Esse problema varia de intensidade de um local para outro. É mais intenso em grandes cidades, nas quais a construção de hotéis é considerada economicamente mais vantajosa do que a de novas escolas, de melhores escritórios ou de mais unidades habitacionais.

Emprego

Se uma cidade ou uma região torna-se muito dependente da indústria do turismo, a estrutura de emprego local pode ser afetada negativamente. Uma expansão na construção de hotéis aumentará o número de empregos e de trabalhadores nos hotéis, boates, restaurantes e lojas. Esses empregos, muitas vezes sazonais — que demandam pouca qualificação, oferecem baixa remuneração e peque-

na perspectiva de progresso profissional —, são precariamente previstos pelos planejadores de turismo.

A indústria do turismo é, por natureza, sujeita à sazonalidade e a força de trabalho necessária pode ser deslocada de outras partes do país ou do exterior. Esses empregados aumentam a demanda de habitação, transporte e outros produtos locais, vindo a gerar disputas de interesse com a população local.

Transporte

Um dos principais efeitos da saturação é visível nos setores de transporte e infra-estrutura geral — oferta de água, esgotos, telefones, taxis, polícia e mesmo de terminais aéreos. O congestionamento de trânsito é frequentemente o primeiro ponto de saturação a ser atingido.

O problema é agravado quando os turistas usam as facilidades disponíveis com maior frequência do que os residentes locais. Eles viajam mais, comem mais, compram mais, produzem mais desperdícios e, também, tomam mais banhos!

Esses problemas são comuns principalmente nas cidades mais velhas em que são desenvolvidas atividades turísticas, pois o planejamento antecipado frequentemente dificulta sua ocorrência em destinações turísticas mais modernas. Tradicionalmente, as previsões dos limites de saturação são baseadas na demanda da população residente e no aumento dessa, ocasionado pela presença dos turistas, sendo comum a não-consideração das necessidades dos visitantes. O levantamento das indispensáveis necessidades recreativas e de lazer de uma cidade frequentemente contribui para que esses efeitos negativos sejam atenuados.

Para evitar problemas, geralmente considera-se como meta desejável a proporção de um turista para cada 50 residentes nas grandes cidades e no máximo três turistas para cada 50 residentes nas pequenas cidades.

População

O quarto efeito da saturação é derivado do momento em que os residentes locais perdem a boa vontade com relação aos turistas, ou seja, uma situação de alta densidade acarreta possibilidades de atrito social. Mais pessoas significam maior divisão de tudo e os residentes locais terão de competir com os visitantes por vários serviços, como corridas de taxi, lugares em teatro, ou mesmo lugares para abrir as toalhas na praia.

Esses são efeitos sociais e culturais do turismo e relacionam-se com a maneira pela qual essa atividade afeta as pessoas e suas comunidades. Esses efeitos, normalmente menos tangíveis do que os econômicos, têm sido mais difíceis de ser quantificados.

Enfim, o turismo deve ser um esforço da comunidade como um todo. Os indivíduos podem ser o mais forte ou o mais fraco fator associado a esse propósito e as atitudes da comunidade com relação aos visitantes determinarão se o turista retornará e divulgará — fazendo propaganda boca a boca — coisas boas ou ruins sobre a comunidade. O sucesso do turismo depende de uma relação intangível entre visitante e receptor que se estende além do horizonte de hotéis, restaurantes, lojas ou estabelecimentos de recreação. Essa relação é perceptível na aparência das ruas e casas particulares, na educação do povo, no conhecimento e na atitude dos motoristas de taxis, bem como em outros fatores, como preços praticados em drogarias, lojas e demais estabelecimentos.

É discutível o fato de o turismo atrair atividades tidas como indesejáveis pelos residentes locais, como cassinos, *shows* de *strip-tease* e tráfico de drogas, que lhe imputam a responsabilidade pelas altas taxas de criminalidade e de violência. Importa, no entanto, que as necessidades turísticas sejam consideradas na elaboração do planejamento geral da cidade, ao ser aceito número limitado de turistas, pois se isso não ocorrer haverá um choque inevitável entre os grupos de interesse.

A atitude da comunidade com relação aos turistas deve ser razoável. Não fosse pela sua presença, os residentes não teriam acesso a diversos serviços ou possibilidade de pagar por eles. Muitas cidades não poderiam ter seus museus, bibliotecas, parques ou zoológicos, senão pelas receitas advindas de pessoas de fora dessas localidades.

PROPÓSITOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Não há dúvida de que os altos e excessivos níveis de saturação necessitam ser avaliados regularmente pelas autoridades regionais ou locais. Inicialmente, políticas de turismo nacionais ou estaduais devem ser delineadas de forma a otimizar os índices de fluxos turísticos.

Uma proposta sugere estabelecer número máximo de turistas compatível com a região, eventualmente o correspondente às unidades habitacionais de acomodações. Esse conceito de administração, denominado de capacidade de carga (*carrying capacity*), é um meio pelo qual a sociedade receptora pode estabelecer limites para o número de atrações destinadas aos turistas visitantes.

Outra solução que promove maior eficiência na utilização de recursos escassos é a adoção do conceito de **múltiplos usos** como estratégia — considera que a oferta limitada de recursos recreativos pode ser contornada pela sua utilização em diversos propósitos. É possível, por exemplo, adotar modelos em que algumas florestas sejam abertas como galerias apropriadas para fins turísticos e que

Uma economia turística bem-sucedida depende de alto nível de cooperação entre os setores públicos e privados, sendo os governos locais responsáveis pela infraestrutura básica, sem a qual o turismo não pode operar.

alguns lagos possam ser usados para a pesca comercial e a recreação aquática.

Complementando esses propósitos é feita a sugestão de que os governos locais estabeleçam **políticas de preços e taxas** sobre as facilidades de transporte e de hotelaria, para ajudar a equilibrar demanda e oferta, especialmente nos picos sazonais. As receitas obtidas também podem ser usadas para aumentar os serviços necessários, implementados pelo governo para atendimento aos turistas. Adicionalmente, como o turismo envolve aspectos diferenciados, a legislação local deve ser alterada ou incrementada para promover o desenvolvimento da atividade e, ao mesmo tempo, preservar o patrimônio que a comunidade deseja manter.

Assim, é importante que os empregados e o governo local compreendam os diversos custos e benefícios associados ao turismo, entendendo o funcionamento da atividade de maneira a poder contribuir para o planejamento e a administração do desenvolvimento proposto. Uma economia turística bem-sucedida depende de alto nível de cooperação entre os setores públicos e privados, sendo os governos locais responsáveis pela infraestrutura básica, sem a qual o turismo não pode operar. O planejamento governamental deve englobar transportes, parques públicos, problemas educacionais, controle de desordem, proteção policial e contra incêndio, cuidados médicos e grande variedade de serviços de lazer que serão afetados pelo elevado e crescente número de visitantes.

O comprometimento com o desenvolvimento do turismo, mais do que com qualquer outra opção para o crescimento econômico, carece de cuidadosa análise quanto aos objetivos da comunidade, à prioridade de recursos e à avaliação das capacidades locais.

Por fim, quanto ao desenvolvimento econômico da atividade turística, o aspecto final relacionado com as vantagens e as desvantagens econômicas do turismo concerne

à sua estabilidade relativa e às suas perspectivas de mudanças. Existem controvérsias sobre esse aspecto. Alguns observadores afirmam que o turismo é uma indústria relativamente frágil e que deve consistir um investimento de risco. Quer dizer, viagem excursionária é, por definição, um artigo de luxo cuja demanda pode ser influenciada pelos ciclos econômicos globais que estão bem além da esfera de controle local.

O turismo regional pode, também, ser afetado por eventos nacionais ou internacionais não-previstos, como conturbações econômicas, sociais e/ou políticas, flutuações da moeda e até mesmo catástrofes.

De certa forma, o turismo é muito dependente de fatores da demanda externa dos países desenvolvidos — dos quais é originária a maioria dos viajantes — que incluem altas rendas, crescentes formas de lazer, educação diferenciada, novas rotas de transporte e muitas formas baratas de viajar.

Há evidências relativas ao risco da acentuação da dependência da demanda externa. Em primeira instância, pelo fato de os recursos para o turismo internacional serem gerados em pequeno número de países desenvolvidos, fazendo com que a atividade turística seja altamente dependente da prosperidade desses países. Em segundo lugar, porque no mercado do turismo internacional os poderosos agentes de linhas aéreas e operadores de *tours* são ativos do lado da demanda, enquanto do da oferta, ou seja, da produção, organizam-se de forma dispersa, fragmentada e, geralmente, incipiente.

Para outros observadores, entretanto, o turismo é flexível, estável e tem boas possibilidades de crescimento a longo prazo, sendo adaptável a novos pólos que podem ser explorados como alternativas para os mercados perdidos. Dados empíricos indicam que no decorrer das três últimas décadas o crescimento do turismo foi contínuo, particularmente quando comparado com o de outras indústrias, e que os fatores intervenientes da demanda — renda, tempo de lazer, tecnologia e mobilidade — continuam a crescer nas maiores regiões de geração do turismo mundial, fazendo com que as perspectivas de desenvolvimento da atividade sejam, a longo prazo, favoráveis e positivas.

ASPECTOS SOCIAIS, CULTURAIS E AMBIENTAIS DA ATIVIDADE TURÍSTICA

Prós e contras

Na atualidade, como os turistas que mais viajam provêm dos Estados Unidos, do Canadá, do Oeste-Europeu e, a partir dos anos 90, dos países asiáticos industrializados, o turismo tem introduzido e espalhado seus valores culturais e sociais por todo o mundo. O aumento do co-

nhecimento de outras culturas levou à adição de diferentes valores e à crescente similaridade entre várias sociedades.

Com o desenvolvimento do transporte aéreo direto, de baixo custo, modificações sociais foram facilmente introduzidas em sociedades anteriormente isoladas. Críticos argumentam que grande número de turistas deixa suas maneiras e sua moral em casa quando viaja, procurando lugares exóticos, distantes das restrições sociais, e que seu comportamento pode variar completamente nas férias, embora sua expectativa de conforto material aumente ainda mais nos lugares de destino.

Adeptos do turismo não concordam com essa assertiva. Sob sua perspectiva, a atividade turística tem impacto positivo. Acreditam que ela ajuda a eliminar diferenças sociais e culturas artificiais, possibilitando a mútua sobrevivência das sociedades e a crescente compreensão intercultural. À medida que as pessoas viajam para diferentes partes do mundo, podem aprender mais sobre outros povos e, conseqüentemente, tornarem-se mais tolerantes com a humanidade.

No entanto, é evidente que o turismo tem grande número de custos sociais e culturais, em potencial, podendo ajudar, reconhecer e promover culturas distintas, mas também alterar ou distorcer padrões culturais no seu processo de crescimento.

Quanto maior a distância do país de origem, mais importante é o papel dos agentes de viagens e operadores na organização e na promoção do turismo. Eles montam pacotes turísticos e de serviços e possibilitam acesso aos recursos turísticos a preços inigualáveis, normalmente padronizando cultura, lojas, danças e passeios, sem qualquer distinção quanto às características culturais de cada sociedade.

Essa situação é particularmente comum em países pobres, nos quais a diferença de renda entre o turista e o habitante pode ser imensa — por exemplo, um *drink* de US\$ 5 servido em um hotel de Cancun pode representar um dia de trabalho para a média dos trabalhadores mexicanos.

Outra causa de distorção cultural é originada por apresentações fantasiosas criadas pelo *marketing* e pela propaganda turística. Os viajantes sempre esperam encontrar imagens que os atraiam para dada localidade, o que, por sua vez, pode precipitar a adoção de determinados elementos culturais (cópias falsas, *kitsch* grosseiro) para satisfazer essas expectativas.

Expansão social e cultural

É comum que a percepção do turismo pelos residentes dos países receptores altere-se ao longo do tempo. Historicamente, o turismo começa sem qualquer planejamento

formal e é bem-visto pelos cidadãos dos países de destinação por causa da promessa de benefícios econômicos e em virtude da curiosidade humana. Em muitos casos, todavia, o entusiasmo desaparece quando o número de turistas aumenta, as facilidades tornam-se insuficientes e a pobreza é agravada. A população local passa a compreender sua dependência econômica do turismo e que não mais controla ou mesmo é consultada sobre o destino de seu meio ambiente. O contato entre os visitantes e a comunidade passa a ser resumido ao pagamento por serviços, e esse desenvolvimento resulta em um estágio em que os agentes humanos se tornam desapontados, desencantados, magoados e tristes. Isso significa que o supercrescimento e o superpovoamento afetam características distintas dos valores da população receptora que originalmente atraíam os turistas.

É importante frisar que esse padrão de desenvolvimento não é fixo, havendo evidências que sugerem que o desenvolvimento turístico transcorre, freqüentemente, de acordo com a clássica curva S — característica do ciclo de vida tradicional de um produto.

Inicialmente, os sentimentos e as reações da nação receptora são positivos, pois o turismo parece criar novas oportunidades. Nesse estágio, o turismo expõe o receptor a novas experiências — freqüentemente aumentando a interdependência do meio ambiente, religioso ou familiar, e a confiança na tecnologia — tornando-o acessível e ligações positivas podem ser estabelecidas e melhoradas por meio de um planejamento inteligente e uma boa administração.

Aliás, o planejamento estratégico efetivo para melhorar a qualidade do meio ambiente e fazer frente às necessidades de uma variedade de grupos pode evitar que novas destinações turísticas entrem em declínio permanente, como aconteceu em outras áreas, e que erros anteriores sejam repetidos.

Modificações de valores e de atitudes — efeito imitação

Muitas tentativas têm sido feitas para definir o tempo e a seqüência da modificação de valores sociais. Jan Van Harssel cita o índice **nível de irritação** (*irridex* construído por *Doxey*), acreditando que o atrito resultante da relação entre o turista e o receptor não pode ser completamente evitado e que, em última instância, irá destruir o turismo, a menos que seja mantido sob controle.

O *irridex* cobre quatro níveis de reação por parte da população receptora: a euforia, a apatia, o aborrecimento e o antagonismo.

Na fase inicial, os visitantes e os investidores são recebidos euforicamente. A seguir, os nativos acostumam-se com essas chegadas. A transição desses estágios varia no

tempo, dependendo da rapidez e da magnitude do desenvolvimento.

Posteriormente, os turistas são vistos estereotipados como *taken for good* e a população receptora começa a manifestar dúvidas, nascendo o antagonismo, expressão extrema da irritação, na qual todos os problemas pessoais e sociais são atribuídos aos turistas. As causas da irritação são numerosas e inter-relacionadas com efeitos sociais, culturais, econômicos, pessoais e ambientais, evidenciando a necessidade de um planejamento integrado do turismo.

Entre os principais causadores de irritação estão o receio e o medo de que os receptores sejam tratados como turistas de segunda classe em seus próprios países, de que grande número de turistas possa afetar a base que define o ritmo de vida da população, de que os valores e a cultura tradicional estejam sendo ameaçados, da perda de acesso às facilidades, de que os transportes sejam super-utilizados, da criação de praias particulares, das filas, da sujeira e de outras coisas, englobando a riqueza relativa dos turistas e o padrão de vida da maioria da população receptora.

O comportamento dos turistas também pode ser interpretado como bizarro e ofensivo. Existe a crença de que os turistas em férias se vêem diferentes e liberados das restrições do cotidiano e que seu comportamento pode se tornar indulgente, freqüentemente fora das regras de sua própria sociedade e muito mais das normas sociais das comunidades receptoras.

O ressentimento dos turistas também é baseado em aspectos tangíveis. Como exemplo, o desenvolvimento do turismo pode levar à elevação significativa das taxas de criminalidade e prostituição, afetando a qualidade de vida dos residentes. Pode, ainda, ocasionar a superpopulação e os congestionamentos, tornando difícil aos residentes desempenhar suas atividades profissionais diárias e criando restrições de acesso aos recursos e à recreação locais.

O estímulo excessivo do setor comercial turístico pode reduzir as opções de compra dos residentes, limitando as oportunidades de gastos e elevando os preços, acarretando o **efeito inflação**. Os turistas injetam dinheiro na economia da região visitada, o que aumenta a renda local e, ao mesmo tempo, provoca uma pressão inflacionária.

Normalmente os turistas têm capacidade de gastar mais do que os residentes, seja porque dispõem de maior poder aquisitivo, seja porque poupam para as viagens e sentem maior inclinação para gastar por usufruírem de uma situação de férias. Tal condição, aliada à procura por bens e serviços existentes na região, resulta na elevação dos preços, especialmente durante a alta estação turística. Essa pressão inflacionária, segundo Lage & Milone (1998), é prejudicial às populações das regiões turísticas, pois a alta dos preços estende-se aos bens e serviços de primeira

necessidade — alimentação, habitação, transportes, vestuário etc.

Nos países em desenvolvimento que dependem principalmente da agricultura, a introdução do turismo resulta na redução da produção agrícola. Isso ocorre porque a agricultura é considerada, nesses países, como uma atividade de baixa produtividade e a expectativa de maiores salários aliada a outros atrativos da indústria turística fazem com que o trabalhador rural prefira mudar de atividade. Como conseqüência, a produção agrícola declina, justamente quando a demanda de alimentos aumenta devido à entrada dos turistas. Tal fato origina uma pressão de aumento sobre os preços que pode agravar ainda mais a situação dessas frágeis economias, além de provocar maior instabilidade social e política nesses países.

Finalmente, os ressentimentos relativos à atividade turística podem ser baseados no melindre pela perda do controle pela comunidade. A perda da influência local em proporções extremas é entendida como uma nova forma de colonialismo pelas populações de algumas regiões.

Analisando em particular o chamado **efeito imitação**, observa-se que o turismo tem impacto indireto sobre o hospedeiro, causado pela simples presença dos turistas. A influência internacional age como um catalizador da assimilação de costumes tradicionais da cultura ocidental pelas sociedades em desenvolvimento, na qual valores turísticos podem ser adotados e transferidos pela população receptora.

Esse efeito é verificado especialmente nas sociedades em desenvolvimento em que a população local procura adotar e imitar os padrões de consumo dos turistas. A alteração dos sistemas de valores e das atitudes da população receptora pode afetar características relativas às vestimentas, aos hábitos de alimentação e à demanda por acomodações, bens e serviços.

Idealisticamente o turista pode representar um modelo que vale a pena ser imitado, mas infelizmente nem sempre esse é o caso. Imitações parecem ocorrer com maior freqüência nas primeiras fases do desenvolvimento do turismo, especialmente entre os jovens que são particularmente suscetíveis e procuram imitar indumentárias, linguagens e hábitos, desde que lhes pareçam alternativas excitantes.

Outra maneira de explicar esse efeito de modificação cultural causado pelo turismo é o estudo do conceito de aculturação, um símbolo antropológico que descreve a ligação ou a junção de duas culturas colocadas em contato. Explicitamente, é um processo de empréstimo que acontece entre duas culturas — mais freqüentemente a cultura não-dominante emprestando valores da dominante.

Quase sempre as áreas de geração turística representam a cultura dominante, isto é, são mais desenvolvidas e avançadas; assim, as áreas de destinação turística, amiú-

de, apresentam uma considerável evolução de comportamento social e cultural originada do contato com os turistas.

Não há dúvida de que o impacto socioeconômico do turismo freqüentemente acarreta profundas modificações na estrutura da sociedade do país receptor.

Sazonalidade no emprego turístico

Em muitos países em desenvolvimento, a agricultura e a pesca são as principais atividades produtivas locais. Com a introdução do turismo, a população busca trabalho nesse novo setor, tornando-se assalariada e ganhando relativo **status social**. Por exemplo, a atitude de um trabalhador agrícola que se transforma em um empregado hoteleiro freqüentemente muda por completo. O pescador pode se ver diante de uma dramática modificação na sua maneira de vida e, conseqüentemente, mudar suas atitudes comportamentais.

O turismo pode ter dois efeitos sobre a atividade do pescador: aumento da rentabilidade, pelo surgimento de um novo mercado para sua produção, e diversificação, pois ele pode usar seu barco para o entretenimento de turistas, em expedições de pesca. De qualquer forma, o contato direto com os turistas freqüentemente resulta em uma mudança de *status* para o pescador. Ele continua pescando, mas a pesca faz parte de um novo *show*.

Em muitos países ou regiões nos quais os *resorts* se tornaram símbolos de grande atividade, com alto nível de emprego em relação a outras localidades em que esses benefícios não se fazem presentes, é comum a ocorrência de migração intensiva de pessoas que procuram empregos para os quais não estão preparadas e cujos resultados práticos são difíceis de imaginar.

Enquanto os empregos relacionados com o turismo forem preferidos aos imprevisíveis e primitivos empregos agrícolas, é provável que a população permaneça empregada nesse setor, exercendo funções que demandam pouca qualificação, direta ou indiretamente relacionadas com o turismo, como cobrador de ônibus, lavadeira, arrumadeira, jardineiro, cozinheiro, lavador de pratos, operador de barcos, carpinteiro, artista etc. Além do mais, a evidência de que o salário relativo ao trabalho gerado pelo turismo é uma alternativa desejada, somada à perspectiva de futuro brilhante, fazem com que mesmo os trabalhadores mal-remunerados considerem os empregos nos hotéis mais atrativos do que os ligados à terra.

Por outro lado, a sazonalidade do turismo afeta o emprego e pode ter efeitos sociais importantes.

Em algumas regiões, os empregados dos hotéis podem retornar ao seu emprego original fora do período de pico turístico. Turquia e Marrocos são lugares onde os empregados retornam às atividades agrícolas. Comunida-

des turcas inteiras, incluindo a força policial, vão para a costa durante os meses de estação e regressam ao interior, para áreas agrícolas, quando a temporada termina. Os efeitos de tal dinâmica sobre as comunidades é completamente desconhecido.

A transição da vida tradicional para um cotidiano ligado aos turistas pode ser a causa de maiores estranhezas. Na Turquia, o governo tem empreendido esforços para contrabalançar o desemprego sazonal e, ao mesmo tempo, encorajar as atividades artísticas e o artesanato locais. Facilidades de crédito estão disponíveis para que trabalhadores desempregados possam se dedicar ao artesanato durante os meses de inverno. Os débitos são quitados posteriormente, após a comercialização dos bens produzidos durante a temporada turística.

Adicionalmente, os governos desses países têm dado grande prioridade ao desenvolvimento do turismo, por meio de facilidades hoteleiras, de disponibilização de fundos públicos e de campanhas de propaganda de massa que oferecem empregos, estimulando uma segunda temporada, visando atenuar os efeitos da sazonalidade sobre o emprego no setor turístico.

Interessante, também, é a dependência da mão-de-obra de jovens e mulheres criada pelo turismo. Muitos trabalhos turísticos são desempenhados por jovens das nações receptoras, facultando-lhes substanciais recursos financeiros que, de outra forma, jamais poderiam ter. Assim, o fator econômico é transferido das velhas para as novas gerações e o conflito social ocorre quando o moço olha a ocupação tradicional de seus pais como sendo de natureza inferior.

O turismo também pode afetar o papel econômico das mulheres na sociedade. Frequentemente a atividade turística oferece a elas a chance de uma ocupação melhor remunerada do que aquela normalmente oferecida pela economia tradicional — tarefas de casa, de lavagem e outras de economia doméstica. A alteração da situação econômica da mulher pode acarretar mudanças no seu estilo de vida, com conseqüências sociais diversas. É o caso da mulher que deixa sua casa para trabalhar fora e que, com isso, passa a ganhar mais confiança própria, exemplificado em *Los Chamula de San Cristóbal de las Casas*, abordado adiante.

Influências culturais do turismo

Na maioria dos países em desenvolvimento a base de origem da indústria de turismo foi a cultura indígena. Muitos turistas desejam **experimentar** a cultura dos países que visitam, evidenciando, num certo sentido, serem hoje uma versão secularizada dos peregrinos medievais, suportando o desconforto a fim de adquirirem um mérito cultural ou social.

A cultura pode ser distorcida pelo turismo quando o charme cultural é substituído por imitações, sejam elas cópias do artesanato ou da música tradicional.

De maneira geral, esse tipo de turismo tem duplo efeito sobre a cultura. Por um lado, criando valor econômico, ele pode ajudar a preservá-la, beneficiando tanto turistas quanto receptores, com iniciativas de restauração e recuperação de construções religiosas, locais arquitetônicos e danças tribais valorizadas pelos grupos. Por outro lado, a cultura pode ser distorcida pelo turismo quando o **charme** cultural é substituído por imitações, sejam elas cópias do artesanato ou da música tradicional.

As cópias, frequentemente estereótipos para os turistas, diminuem o potencial de aprendizado e compreensão intercultural e o significado desses eventos e imagens para os residentes, tendo ameaçada a continuação de suas existências.

Um caso típico, citado na tese de doutorado elaborada por Birgitta Huse intitulada *La influencia del turismo en la artesanía textil de los chamula*, publicada no México, em 1994, é *Los Chamula de San Cristóbal de las Casas*, que exemplifica bem essa situação: "A venda de diversos produtos têxteis a turistas e comerciantes foi durante muitos anos a característica tradicional da produção dos nativos de San Cristóbal de las Casas, no México. A partir da década de 70, a produção para o consumo caseiro e para outros indígenas da região sofre uma transformação de forma a atender à chegada massiva de turistas. A partir desse momento, os produtores distinguem claramente o consumo interno e o externo, este último destinado aos turistas. O desenho é diversificado, devido às exigências dos novos clientes, bem como o material empregado no lugar da tradicional lã. Troca-se o acabamento e, inclusive, o tamanho das peças porque os turistas não vestem a roupa, somente as querem como ornamento. Igualmente a qualidade é modificada com a introdução de uma nova técnica — o macramé. Como os turistas exigem o serviço manual, não se usam máquinas e o serviço impõe uma divisão de trabalho das mulheres para atender à demanda massiva dos visitantes. Umás dedicam-se somente à produção e outras só à venda. Criam-se também as cooperativas e a mulher chamula especializa-se de acordo com a quantidade e a procedência do turista".

"Um aspecto social nasce daí. Com as expectativas de retorno econômico advindas dessa crescente produção, aumenta também a responsabilidade dessas nativas. Tal obrigação, por sua vez, influencia decisivamente na vida e nas relações interpessoais das mulheres artesãs. Por outro lado, como a importância do papel econômico feminino começa a ser alterada devido às suas atividades de especialização, observam-se também modificações nas suas atitudes junto às suas famílias. Nota-se um aumento de desavenças conjugais, devido ao fato das mulheres terem adquirido uma maior conscientização do valor de seu trabalho e da sua posição de suporte econômico no seio familiar, tornando os homens mais inseguros."

"Outras conseqüências são verificadas. As mulheres começam a produzir por encargo e passam a usar vestimentas de material sintético produzidas industrialmente. Algumas peças de vestidos festivos, que eram usualmente utilizadas por elas, deixam de ser encontradas no mercado pelo fato de não serem mais produzidas."

"Infelizmente, não há possibilidade de se prever qual o rumo que tomarão todas essas mudanças, mas com certeza estudiosos — sociólogos, economistas, etnólogos e outros — terão muito interesse nessas pesquisas."

Advindo do exercício do turismo, um outro problema a ser comentado é a banalização da arte folclórica nativa. É inegável que a indústria turística tem contribuído para a preservação ou a revitalização das artes nativas, pela criação da demanda para tais produtos. Entretanto, essa demanda pode causar alterações nas formas dessa cultura, uma vez que, infelizmente, o tipo de arte encorajada com maior freqüência é a estética de produção de objetos falsos e rudes, que diminuem a qualidade e os padrões da indústria.

O oposto também é verdadeiro. O turismo tem ajudado a preservar e a promover formas de artes que, de outra maneira, teriam desaparecido e, portanto, tem ajudado a preservar a cultura. Em Marrocos, por exemplo, a arte do tapete poderia ter desaparecido a muito tempo, mas o turismo permite um benefício adicional para 40 a 50 mil artesãos — na sua maioria crianças —, que se sustentam trabalhando na produção para o comércio artesanal turístico.

Meio ambiente e atração turística

O meio ambiente físico é o ingrediente vital do produto turístico, uma força poderosa de atração para os turistas. A relação entre turismo e meio ambiente tende a ser simbiótica, na medida em que conservação de áreas naturais, vida selvagem, sítios de preservação, monumentos arqueológicos e interesses históricos mantêm os produtos oferecidos à demanda, diante de estímulos dos fluxos turísticos.

Entretanto, a mesma relação pode ter um efeito negativo, simbolizando perigo para a região, mais especifica-

mente para a vegetação e a vida selvagem, pela poluição do ar ou pela degradação de outros fatores fundamentais para a sua manutenção.

Quem observou a natureza nas orlas espanholas do Mediterrâneo antes do turismo de massa e vê, atualmente, os grandes edifícios que foram construídos onde antes haviam apenas aldeias de pescadores tem ciência desse processo.

Nas covas de Chauvet, na França, onde têm sido descobertas inúmeras pinturas pré-históricas, é proibido o acesso ao público porque a umidade da respiração humana produz danos nas paredes das covas e pode deteriorar as pinturas de maneira irreparável.

A existência de uma espécie de tartaruga marinha **Caretta-Caretta**, contemporânea dos dinossauros, distribuída pela ilha jônica de Zante, está ameaçada por donos de restaurantes do centro turístico grego. Anualmente as tartarugas-mães vêm às praias do sul de Zante; cada uma põe, em média, 120 ovos, posteriormente cobertos com areia. De maio a dezembro regressam a cada quinze dias para postura. Os ovos devem permanecer imóveis por 60 dias, período de incubação após o qual nascem os pequenos reptis. Eles permanecem por alguns dias junto ao ninho e depois dirigem-se para o mar — a partir do mês de julho. As luzes das lojas do comércio local e dos restaurantes, além das lanternas dos turistas curiosos, desorientam sua caminhada rumo ao mar e, então, eles começam a vagar até morrerem de cansaço e de desidratação. A incrível situação permanece, as autoridades governamentais continuam permitindo a edificação e o funcionamento de restaurantes e discotecas, apesar das denúncias de organizações ecológicas e do fato de essa baía estar protegida pela legislação há mais de dez anos.

Esses poucos exemplos, mencionados pela D+C — Desenvolvimento e Cooperação (1995), mostram a variedade de prejuízos que podem ser causados ao meio ambiente pelo impacto do turismo de massas, sem a regulamentação e o controle adequados.

Adicionalmente, o desenvolvimento associado ao turismo pode criar impactos e alterar alguns recursos ambientais dos quais a atividade depende.

Ilustrando o fato de que o crescimento do turismo também pode provocar a devastação de recursos naturais e culturais, pode ser examinado o caso do Havaí, comentado por McIntosh & Gupta (1989).

Nesse país, na década de 70, quando a demanda de viagens sofreu uma redução de 2,7%, muitos pesquisadores consideraram a situação favorável, ressaltando as conseqüências ambientais e sociais nocivas derivadas do crescimento contínuo da região. Alegaram que o crescimento turístico, especialmente em Oahu, causaria danos irreparáveis aos recursos naturais, além da penetração de grande número de turistas na sociedade havaiana. Por outro

lado, paradoxalmente, foi salientado que o declínio do crescimento da demanda turística no Havai seria perigoso, pois durante anos o turismo havia relegado a plano secundário outras duas importantes indústrias locais — a do açúcar e a do abacaxi —, passando a ser considerado como a principal sustentação econômica da ilha.

O turismo pode também ser associado ao desenvolvimento como portador de tecnologias modernas e facilidades que ajudam a melhorar a qualidade ambiental.

O desenvolvimento da atividade turística, entretanto, não acontece sem um custo potencial de mão-de-obra — a imagem da indústria sem custos é ultrapassada e ingênua. O desenvolvimento do turismo ocasiona impactos ao meio ambiente de tipo e forma específicos — prejuízos para o solo e para a vegetação, poluição para cursos de água, perda de vida da flora e da fauna nos *habitats* selvagens, vandalismo e outros danos.

Quando esses impactos são fortes, podem resultar em mudanças adicionais no meio ambiente que alteram o caráter básico, a integridade e a omissividade de uma área. Estudos contemporâneos amiudadamente referem-se a essa tipicidade como **sentido do local** (*sense of place*) baseado em características do meio ambiente natural, do meio cultural ou de alguma combinação. O turismo pode diminuir o sentido de local pela promoção ou pela permissão de níveis incorretos de desenvolvimento que não são focados ou consistentes com as qualidades básicas que tornam essas áreas distintas. Constata-se que o destino turístico não pode ser renovado, isto é, uma vez que o sentido de local é alterado ou consumido por um superdesenvolvimento ou por um desenvolvimento impróprio, ele está irremediavelmente perdido.

O estágio de declínio de um ciclo de desenvolvimento turístico implica que as características distintas que originalmente atraíram turistas para uma área não existem mais ou foram substancialmente diminuídas e, então, o turista altera seu destino para áreas não-afetadas ou exploradas. É um **paradoxo**, mas devemos reconhecer que **o sucesso do turismo pode, em último estágio, levar a seu próprio fracasso.**

REFLEXÕES FINAIS

Concluindo esta análise, devemos destacar, ainda, os diversos grupos de interesse que participam e afetam a produção e o consumo turístico de um país. A incorporação de suas perspectivas, de seus objetivos e o empreendimento de esforços conjugados são vitais para a elaboração do planejamento e para o desenvolvimento do turismo.

Para o **governo**, o turismo existe para servir o interesse nacional, tornando-se responsável pela obtenção de um benefício ótimo derivado dessa atividade. O turismo é

Homens de negócios e investidores externos que desconsiderem e não tenham sensibilidade para identificar os efeitos do turismo podem estar condenando a destinação e impossibilitando a obtenção de resultados socioeconômicos satisfatórios.

simples em termos de propósito, mas extremamente complexo com relação a método, cabendo ao agente público orquestrar uma política de turismo que venha a maximizar os impactos socioeconômicos positivos dele derivados, englobando principalmente as decisões relativas à criação de empregos, à renda gerada pelas atividades turísticas, às divisas geradas pelo turismo internacional e ao aumento da arrecadação dos impostos por causa dos gastos turísticos na área. A metodologia adotada nessa ampla, mas simples decisão é, todavia, extremamente complicada no que concerne à sua viabilização.

O segundo grupo de interesse em um país receptor é a **indústria do turismo**, especialmente os administradores de empresas públicas e privadas que constituem uma fonte de informação para os *policy makers* dos países receptores, pois são os que mais conhecem a produção da atividade turística.

Os administradores freqüentemente sugerem práticas que podem beneficiar o turismo e, ao mesmo tempo, os residentes locais. É o caso típico do *World Travel and Tourism Council* (WTTC), criado em 1990 por presidentes e diretores de grandes empresas e grupos envolvidos com o turismo — companhias aéreas, redes hoteleiras, agências de viagens e de cruzeiros marítimos, empresas de cartões de crédito, locadoras e muitas outras, essencialmente relacionadas à atividade de viagens e lazer — que, por meio da divulgação de estatísticas e relatórios sobre o desempenho do turismo, procura defender os interesses da indústria turística junto aos representantes dos governos e organismos internacionais.

Comerciantes e elites profissionais também participam dessa cadeia de produção e tendem a receber favoravelmente o turismo, encarando-o como uma oportunidade de aumentarem seus lucros ao suprirem os vários tipos de bens e serviços que o mercado turístico demanda.

Os valores de prédios, imóveis, casas, aluguéis e, também, a demanda de serviços profissionais aumentam nas regiões em desenvolvimento com a chegada massiva de turistas. Advogados, médicos, dentistas, corretores de seguros e tantos outros profissionais são beneficiados pelos fluxos turísticos, que incluem pessoas de várias profissões, líderes religiosos, elites educacionais, trabalhadores especializados e elites do setor de comunicações, destacando-se os editores das mídias escrita e falada.

Há diversas razões que justificam a tendência dos diferentes grupos profissionais em favor do turismo de massa, sendo evidente a expectativa de lucro gerada pela demanda de produtos e serviços profissionais. Frequentemente administradores públicos e líderes da comunidade desejam aceitar novos investimentos — quaisquer que sejam seus tipos, preços ou custos — que terminam causando uma diversidade séria de impactos com resultados eventualmente catastróficos. Homens de negócios e investidores externos que desconsiderem e não tenham sensibilidade para identificar os efeitos do turismo podem estar condenando a destinação e impossibilitando a obtenção de resultados socioeconômicos satisfatórios.

Os **turistas**, participantes indispensáveis nesse processo, buscam experiências psíquicas e físicas diversas, objetivando maximizar a utilidade de suas viagens. Na avaliação dos impactos turísticos torna-se fundamental o conhecimento de suas características individuais, variáveis entre raças, culturas, profissões, faixas etárias, classes econômicas e sociedades distintas. A natureza dos deslocamentos desses segmentos determinará, entre outros, os destinos escolhidos e os tipos de transporte, hospedagem, entretenimentos e lazer que a oferta turística proporcionará.

Além de tudo, o turismo bem-sucedido depende inteiramente de uma **comunidade** amigável e bem-informada, empenhada em viabilizar uma estadia agradável ao visitante, tal como a de um hóspede na casa de um dos residentes. Várias medidas devem ser tomadas, entre as

quais cuidados quanto à limpeza, ao saneamento, à comunicação, à segurança e, muito importante, ao treinamento dos recursos humanos envolvidos nessa atividade.

Um programa bem-sucedido, que ilustra a importância do treinamento, é o desenvolvido pela *American Express* em Miami que exige dos motoristas de taxi um curso de três horas para que eles possam renovar a licença de direção do carro. É uma ação que encoraja os taxistas a tratarem com cordialidade os visitantes e a demonstrarem que são bons conhecedores da segurança e da geografia local. Denominado de *Miami Nice*, o programa é oferecido pela Universidade de St. Thomas para os motoristas que, ao completarem o curso, informam o recebimento de gorjetas 30% acima do valor da corrida.

Sintetizando, é evidente que o turismo, pela intrínseca multiplicidade de ações, pode resultar em ampla e complexa gama de impactos nos países receptores, onde os principais agentes podem assumir papéis distintos, de sujeitos ativos ou de passivos do processo. Qualificar esses custos e benefícios em ambientes distintos, com culturas e sociedades diversas, é tarefa bastante árdua pelas dificuldades de medição dos efeitos e pela falta de controle local sobre a indústria turística.

A menos que seja administrado profissionalmente, o choque de grande número de turistas provenientes de várias civilizações, com diferentes motivações e expectativas sobre determinada sociedade, criará tensões sociais, econômicas e políticas. Tais conflitos, em alguns casos, podem invalidar alguns dos benefícios econômicos gerados pelo turismo, criando maiores dificuldades para todos os agentes envolvidos.

Mais do que em qualquer outra atividade produtiva moderna, quando se trata de turismo, seja o de massas ou o seletivo restrito a minorias — turismo cultural, ecoturismo e outros —, há de se ter em conta o significado de um **refrão asiático**: "O turismo é como fogo. Pode cozinhar a sopa, porém também pode queimar a casa". ♦

RESUMO

Reconhecido por sua multiplicidade de ações e extrema significância sob os aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, o turismo não deve ser implementado igualmente em todos os países e regiões ou por todos os agentes envolvidos, como governos, empresários, visitantes ou comunidades. Neste estudo são analisados os principais impactos socioeconômicos decorrentes do desenvolvimento da atividade turística, com ilustração de casos práticos, especialmente de países em desenvolvimento. Visa-se à conscientização quanto aos seus custos e benefícios no emprego, na renda, na balança de pagamentos e no governo, bem como quanto às principais influências atuantes sobre a população, a sociedade, a cultura e o meio ambiente, relacionadas com viagens e lazer, objetivando sua aplicação no planejamento integrado da indústria turística moderna.

Palavras-chave: turismo, custos e benefícios, efeitos econômicos, aspectos sociais, culturais e ambientais, desenvolvimento econômico, planejamento turístico integrado.

ABSTRACT

Recognized by its multiplicity of actions and high significance to the economic, social, cultural and environmental aspects, tourism should not be implemented the same way in all countries and regions or by the involved agents, such as governments, entrepreneurs, visitors or communities. The main socioeconomic impacts of the tourism activity development are analysed in this study, illustrating practical cases, especially those of developing countries. It focuses at understanding of the cost-benefit relationship in employment, income, balance of payments and government, as well as of the main influences that affect the population, the society, the culture and the environment, related with travel and leisure, aiming its application in the modern tourist industry's integrated planning.

Uniterms: tourism, cost and benefits, economic effects, social, cultural and environment aspects, economic development, integrated tourist planning.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BULL, Adrian. Employment and income creation. In: *The economics of travel and tourism*. EUA, John Willey & Sons Inc., 1990. p.130-150
- . The balance of tourism payments, tourism's external account. In: *The economics of travel and tourism*. EUA, John Willey & Sons Inc., 1990. p.168-180
- . Tourism investments. In: *The economics of travel and tourism*. EUA, John Willey & Sons Inc., 1990. p.215-225
- CONJUNTURA Econômica. Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Economia, ano 49, n.12, p.63-64, dez. 1995.
- . Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Economia, ano 50, n.1, p.42-43, jan. 1996.
- D+C - DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO. Berlim, Deutsche Stiftung fur Internationale Entwicklung, n.6, p.8-24, nov./dez. 1995.
- ECUMENICAL Coalition on Third World. Tourism, prostitution and development. Bangkok, German Editions, 1983. 124 p.
- FOSTER, Douglas. O impacto do turismo. In: *Viagens e turismo, manual de gestão* (Travel and Tourism Management). Portugal, Edições CETOP- Centro de Ensino Técnico e Profissional à Distância Lda., 1995. p.34-40.
- HAUSLER, Nicole; KAMP, Christina; MULLER-ROCKSTROCH, Peter; SCHOTZ, Wolfgang; SCHULTZ, Barbara E. *Retracing the truck of tourism*. Smebruck, Alemanha, Carl Duisberg Gesellschaft, 1995. 352p.
- INSKEEP, Edward. Socioeconomic impacts. In: *Tourism planning, an integrated and sustainable development approach*. New York, Van Nostrand Reinhold, 1991. p.365-402
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (Embratur). *Anuários estatísticos*. Brasília, Embratur.
- JOHNSON, Peter & BARRY, Thomas. The economic impact of tourism and recreation in the province of Antwerp, Belgium. In: *Perspectives on tourism policy*. London, Mansell Publishing Limited, 1992. p.157-174
- LAGE, Beatriz H.G. & MILONE, Paulo C. Impactos econômicos do turismo e a balança de pagamentos. In: *Economia do Turismo*. 3 ed. São Paulo, Editora Papirus, 1998. p.91-104 [Coleção Turismo]
- MATHIESON, Alister & WALL, Geoffrey. *Tourism: economic, physical and social impacts*. EUA, John Willey & Sons, Inc., 1990. 206p.
- McINTOSH, Robert & GUPTA, Shashikant. Turismo em perspectiva. In: *Tourism, principles, practices, philosophies*. London, Grid Publishing Inc., 1989. p.17-41
- MILL, Robert Christie. Economic impacts of tourism. In: *The tourism system, an introductory text*. 2 ed. London, Prentice-Hall International Editions, 1992. p.285-306
- WITT, Stephen F. & MOUTINHO, Luiz. Impact of tourism. In: *Tourism: marketing and management handbook*. London, Prentice-Hall, 1989. p.215-217
- . Tourism balance analyses. In: *Tourism: marketing and management handbook*. London, Prentice-Hall, 1989. p.473-476
- . Tourism multiplier effects. In: *Tourism: marketing and management handbook*. London, Prentice-Hall, 1989. p.529-531
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Relatórios*. Philadelphia, EUA, American Express Company (Pesquisas da Wharton Econometrics Forecasting Associates-WEFA).