

UniCEUB- Centro Universitário de Brasília
FCJS- Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais
Curso: Relações Internacionais

O TURISMO NO CONTEXTO DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS
O DIÁLOGO ENTRE AS CULTURAS

ALUNA: MARIA ISABEL CAMPÊLO DA SILVA

BRASÍLIA
2005

MARIA ISABEL CAMPÊLO DA SILVA

**O TURISMO NO CONTEXTO DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS
O DIÁLOGO ENTRE AS CULTURAS**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Relações Internacionais do UniCEUB-Centro de Ensino Universitário de Brasília.

Orientador: Prof. Alaor Sílvio Cardoso

BRASÍLIA

2005

“Observei as culturas de todas as terras soprarem ao redor da minha morada e outros ventos espalharam as sementes da paz, pois a viagem é a linguagem da paz.”

Mahatma Gandhi

AGRADECIMENTOS

À meus pais, Antonio e Espedita, e irmãos, Isabel Cristina e Antonio Marcos pelo carinho e apoio incondicionais, oferecidos durante todo o curso, que permitiram o equilíbrio e a inspiração para vencer as dificuldades encontradas.

Ao meu orientador, professor Alaor Sílvia Cardoso, um agradecimento especial, pela paciência e apoio demonstrados nessa jornada conjunta.

Aos professores do curso, pelas críticas, ensinamentos metodológicos e sugestões bibliográficas quando da preparação do projeto e pelas úteis contribuições ao longo da pesquisa.

Por fim, aos meus colegas, amigos e instituições e todos aqueles que contribuíram para o bom êxito deste trabalho.

Muito Obrigada.

RESUMO

Esta monografia ressalta a importância da atividade turística no contexto das Relações Internacionais, enquanto espaço privilegiado de integração, centrado em uma nova reflexão que privilegia a interação dos valores sociais e culturais em diferentes sociedades, dinamicamente. Nesse sentido, baseando-se no objetivo exposto, os estudos realizados inserem o turismo num cenário global, enfatizando sua ampla aceitação como uma atividade muito promissora do século XXI. Isso não apenas a partir do efeito multiplicador que o setor agrega em si, mais também no seu potencial estratégico de diferentes identidades culturais, dado pela formação do diálogo em novos espaços de construção. Desse modo, em face de muitos elementos de combinação, o turismo convencional do passado, limitado ao seu potencial econômico, esta sendo substituído gradualmente por uma nova dimensão de construção das atividades turísticas, num sentido mais amplo de estruturas mundiais de intercâmbio e interação.

ABSTRACT

This monograph is about the importance of the touristic activity in the international Relationship context, as a privileged space of integration, focused in a new reflexion which gives priority to the interation of social and cultural values in different societies, dynamically. In this sense, based in the presented objective, the studies done put the tourism in a global scenery, putting emphasis in its ample approval as a very promising activity in the XXI Century. This occurs not only from the multiplicative effect which the sector agregates, in itself, but also in its strategic potential of different cultural identittes, given by the formentaton of the dialogue in new spaces of construction. By this way, face to many elements of combination, the conventional tourism in the past, restricted to its economic potential, is being gradually substituted for a new dimension of construction of the touristic activities, in a wider sense of world structures of interaction and interchange.

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabelas

Página

1. Evolução do turismo mundial -1993/2003	25
2. Turismo receptivo- Brasil e mundo (valores observados e projetados)	33
3. Estimativas e previsões do WTTC para o mundo	42
4. Entrada de turistas no Brasil- 1993/2003	51
5. Motivo da viagem alegado por turistas estrangeiros ao desembarcarem no Brasil - 1999/2003	52
6. Principais críticas dos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil –2001/2003	54

Quadros

1. Evolução do turismo no Brasil	27
2. Principais datas a partir da criação da Política Nacional de Turismo	30

SIGLAS UTILIZADAS

ABIH	Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
BIRD	Banco Mundial
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
DPF	Departamento de Polícia Federal
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo, atualmente Empresa Brasileira de Turismo
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PLANTUR	Plano Nacional de Turismo
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRODETUR	Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo em Escala Regional
WTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel Tourism Council

ÍNDICE

Resumo

Abstract

Lista de Tabelas

Siglas Utilizadas

.

Introdução.....10.

Capítulo 1 – Problema.....12

Capítulo 2 – Abordagem Teórica.....13

Capítulo 3 – Metodologia17

Capítulo 4 – O Turismo no Contexto das Relações Internacionais.....18

4.1 Dimensão histórica das viagens e do turismo no cenário internacional..... 18

4.2 Dimensão histórica das viagens e do turismo no Brasil..... 26

4.3 Turismo e Política Internacional: o papel das organizações internacionais
e regionais de turismo.....35

4.4 Impactos socioeconômicos do turismo no cenário internacional.....40

Capítulo 5 - Turismo e Diálogo Cultural..... 45

Capítulo 6 – Conclusão.....55

Bibliografia57

INTRODUÇÃO

A análise do turismo no contexto das relações internacionais tem possibilitado o aprofundamento de temas, que direta ou indiretamente estão associados à multiplicidade de efeitos que o setor turístico em si agrega, decorrente das suas interferências sobre os vários ramos da política, da economia, da sociedade e da cultura, entre outros aspectos.

Acrescentam-se a esta premissa os estudos referentes à atividade turística que a partir de sua perspectiva histórica, têm demonstrado que o interesse por terras e povos distintos, difundidos no passado através dos meios tipográficos já permitiam aos seus viajantes a elaboração de um imaginário restrito sobre terras e povos distantes, porém destinados ao atendimento dos interesses e necessidades de uma determinada elite.

Entretanto, com o advento da economia internacional dentro do processo de liberalização global dos mercados, foi provocada a ampliação do acesso mundial de um maior número de pessoas a usufruírem produtos e serviços turísticos, promovendo novas dimensões de consumo nas mais variadas classes, com predomínio da motivação do reencontro e do reconhecimento de povos e culturas distantes.

Neste sentido, com base nas proposições anteriormente expostas, a presente monografia foi elaborada por meio da compreensão inicial dos pressupostos teóricos, necessários à análise da atividade turística no contexto das relações internacionais, partindo de uma dimensão histórica associada aos aspectos culturais das viagens no cenário nacional e internacional.

Exposta esta questão, coube uma abordagem sobre a estreita relação entre o turismo e a política internacional, com especial enfoque no papel das organizações internacionais, acrescidas dos impactos socioeconômicos do turismo face à conjuntura internacional em curso.

No capítulo seguinte, são abordadas respectivamente breves considerações a respeito da necessidade de ampliação da construção de um novo modelo das atividades turísticas, enquanto espaço destinado à promoção do diálogo cultural, contribuindo na fundamentação dos alicerces necessários as novas dimensões perpetradas nos “mercados globalizados”, a partir da realização de análises e proposições pautadas no turismo,

enquanto fomentador da compreensão de outras culturas, ao mesmo tempo em que oportuniza a adição de diferentes valores entre os envolvidos.

Dessa forma, imbuídos do reconhecimento da necessidade de complementação de outros estudos acerca da temática em questão, a presente monografia foi operacionalizada no sentido de produzir um ponto de partida para os estudiosos interessados na promoção de conceitos que harmonizem dentro de universos aparentemente diferentes, porém complementares, a atividade turística e o cenário das relações internacionais, na atual conjuntura globalizante.

Capítulo 1

PROBLEMA

Caracterizar a atividade turística no contexto das Relações Internacionais, com especial enfoque nos seus impactos, no contexto dos mercados mundiais e a sua relação enquanto fomentador de promoção do diálogo entre as diversas culturas.

Estabeleceu-se como objeto de estudo o desenvolvimento de uma metodologia para a compreensão das possibilidades de aproveitamento que o setor turístico agrega no que concerne aos impactos sociais e econômicos, à luz do atual cenário globalizante.

Capítulo 2

ABORDAGEM TEÓRICA

Na *International Conference of Travel and Tourism Statistics*, realizada em 1991, em Ottawa, pela Organização Mundial de Turismo (OMT) e pelo próprio governo canadense foram adotadas uma série de resoluções e recomendações que dizem respeito a conceitos, definições e classificações em turismo, no qual o mesmo é apresentado como:

Atividade das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora do seu habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios e outros objetivos (OMT, 2003, p.18).

Neste ideário, o Turismo despontou nas últimas décadas, como uma das atividades que mais se desenvolveu, acompanhando as inúmeras transformações produzidas pelo crescimento dos meios de comunicação, os quais facilitaram o deslocamento e o intercâmbio de informações de um número cada vez maior de indivíduos para diferentes regiões do mundo em questão de horas.

Dentro desse contexto, e diante de tantas facilidades, as pessoas, cada vez mais, utilizam seu tempo de lazer em viagens muitas vezes, em locais distantes do domicílio habitual, objetivando a reposição das energias empregadas no seu trabalho diário, ou mesmo a simples aquisição de novos conhecimentos.

Os estudos referentes à atividade turística dentro de uma perspectiva histórica, demonstraram que o interesse por terras e povos distintos conhecidos no passado através dos meios tipográficos permitiram a elaboração de um imaginário restrito sobre terras e povos distantes.

Com o advento da mídia, novos padrões culturais surgiram, trazendo consigo a modificação de velhas crenças e valores conservados pelas gerações antigas, fundamentando nas novas gerações a necessidade da definição do turismo, bem como a revisão dos modelos convencionais da ação turística.

Atualmente, vivencia-se o alvorecer de um novo tempo do turismo, uma era de viagens em escala maciça, verdadeiramente global, na qual o consumo de bens e serviços relacionados a atividade turística, representam uma grande fonte de divisas.

Por outro lado, interpretação do processo de Globalização em curso, identificada por Liszt Vieira (1997, p.73) ao citar o sociólogo francês Anthony Giddens, parte do pressuposto que o mesmo representa “a intensificação de relações sociais em escala mundial que ligam localidades distantes de tal maneira, que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa” . A este conceito, o autor acrescenta outras variáveis, nas quais destaca-se a dimensão cultural que o termo Globalização representa neste universo conceitual. Assim, para Liszt Vieira :

A globalização rompe com as fronteiras nacionais, acaba com a divisão interno/externo. A cultura mundializada se internaliza dentro de nós. O espaço local “desencaixado” aproxima o que é distante e afasta o que é próximo, isto é, o local é influenciado pelo global, ao mesmo tempo em que o influencia (op cit., p.100).

Neste contexto, a importância do setor turístico na dimensão econômica mundial, aparece associada a uma série de fatores dentre os quais destacam-se o efeito multiplicador que o setor em si agrega, com impactos diretos sobre vários ramos da economia.

Desse modo, na visão de Davidson :

O turismo é um fenômeno socioeconômico que atua tanto como força motriz do progresso econômico quanto como força social. É muito mais do que um setor. O turismo é mais propriamente uma” indústria “que afeta uma ampla gama de setores. O turismo não diz respeito apenas a empreendimentos ou governos, mas a pessoas. O apoio ao crescimento e ao desenvolvimento racional do turismo deve ser considerado no âmbito desse contexto mais amplo (2001,p.51).

Dentro desta abordagem, segundo sua dimensão econômica, o turismo representa uma das mais eficientes formas de distribuição de renda disponível no mundo globalizado, pois o setor além de empregar um número elevado de pessoas, a maior parte de seus produtos e serviços é paga à vista (hospedagem, alimentação, transportes, compras, lazer, por exemplo) beneficiando direta e indiretamente quem opera no setor.

Por outro lado, são diversas as profissões envolvidas e beneficiadas quando a atividade turística torna-se elemento importante nas políticas governamentais, que variam do biólogo que se transforma no guia ecológico, ao administrador que abre uma agência; do publicitário que realiza a campanha de marketing, ao veterinário que alimenta as focas num parque temático. Isso sem citar os principais empregadores que são: as agências de viagens, hotéis, companhias aéreas e locadoras de carro.

O fascínio que o turismo tem exercido no cenário atual está relacionado às novas necessidades próprias de uma realidade na qual o crescente grau de urbanização e de industrialização além de outros fatores tem motivado pessoas de todos os países a buscarem a transposição de seus limitados horizontes através das viagens.

Os tipos de turismo, bem como a sua área de abrangência e relevância são inúmeras e variam de acordo com as motivações que levam as pessoas a procurar no setor turístico o atendimento de suas expectativas, que sejam de interesse ecológico, cultural, de negócios ou simplesmente de lazer.

Neste entendimento, em um contexto de mercados globalizados e estruturados de comunicação e de informação interligados, seja no espaço local, regional, nacional ou mesmo no plano internacional, conduziram ao crescimento exponencial do processo de intercâmbio cultural, facilitando a introdução de significativas possibilidades de ampliação e aprimoramento das redes tradicionais de interpretação da diversidade cultural a partir do modelo de interação identificado por Otávio Ianni como “sociedade global”.

A sociedade global envolve outros e novos modelos de ser, viver, trabalhar, agir, sentir, pensar, sonhar, imaginar. Trata-se de um horizonte histórico e teórico no qual o indivíduo, grupo, etnia, minoria, classe, sociedade, povo, cidadania, democracia, autoritarismo, representação, opinião pública, história, tradição, mercados, moeda e outras expressões e condições da vida social adquirem novos significados. A sociedade global compreende uma totalidade mais ampla, abrangente, em movimento, absorvendo várias outras. Incorporando necessariamente a sociedade nacional e o Estado-nação, assim como o indivíduo e a cidadania, a cultura e a religião, a língua e o dialeto (2002, p. 177).

Dessa forma, nas últimas décadas, tem sido observado o aumento expressivo do turismo cultural, impulsionado por vários elementos, dentre os quais destacam-se os

crescimentos da demanda intelectual, do nível de instrução, bem como a democratização de bens e equipamentos culturais.

Na visão de Andrade:

O turismo cultural é típico, pois se efetua de maneira diversa da dos demais tipos de turismo, que geralmente se caracterizam pela permanência da preocupação e das atividades que se traduzem em lazer, repouso e descompromisso. Além disso, é forma de "turismo itinerante intensivo", pois se constitui de viagem maior, durante a qual realizam-se pequenas viagens ou viagens suplementares ou de complementação, em único país ou regiões diferentes.

As características básicas ou fundamentais do turismo cultural não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, cujos alicerces se situam na disposição e no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas manifestações (1997, p. 71).

O turista atual não quer apenas ser um mero expectador contemplativo, quer ser cada vez mais ativo, ou seja, nas viagens empreendidas, quer agregar valor, voltar para casa com novos conhecimentos, além de desfrutar das belezas do destino escolhido, o que não invalida a busca de sol e praia, preferência principal das pessoas.

Em suma, seja sob a perspectiva social, cultural, econômica, política, entre outras, a atividade turística, pode agregar a compreensão de inúmeros elementos nos mais variados contextos, nos quais a velocidade da interação que ocorre entre as sociedades requer modelos inovadores e dinâmicos de promoção do diálogo cultural.

Capítulo 3

METODOLOGIA

A pesquisa tomou como base a necessidade de se revisar os conceitos da atividade turística no contexto das Relações Internacionais, partindo da dinâmica que rege os atuais padrões de inserção em um cenário globalizante e competitivo.

Desse modo, utilizando uma metodologia analítico-interpretativa dos dados coletados encontrados na literatura pesquisada e construída a partir das leituras referenciadas pela bibliografia proposta, a pesquisa foi elaborada por meio de alguns princípios básicos; num primeiro momento, o estudo reflexivo da importância do turismo no contexto global e a determinação dos elementos que relaciona, a atividade turística, a partir dos seus impactos no cenário sociocultural, bem como a possibilidade que o turismo possui de promover espaços do diálogo entre diferentes culturas.

Assim, partindo da importância da formulação de uma nova concepção da atividade turística e sua interação com o diálogo cultural, em conformidade com os estudos realizados, a presente monografia foi direcionada para análise e compreensão da estreita relação entre o turismo, e não exclusivamente voltado para o seu dimensionamento econômico, mas sobretudo às leituras que objetivam agregar outros valores, nos quais a dimensão cultural também esteja inserida.

Subsídios importantes para a realização da pesquisa foram encontrados nos relatórios e demais publicações das diversas organizações públicas e privadas envolvidas neste debate, bem como nos projetos desenvolvidos ou em andamento.

Capítulo 4

O TURISMO NO CONTEXTO DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

4.1 - Dimensão Histórica das Viagens e do Turismo no Cenário Internacional

A sedução do homem pelas viagens confunde-se com a própria história dos deslocamentos humanos iniciada ainda no período pré-histórico, quando obedecendo ao instinto natural de sobrevivência e de defesa os nossos ancestrais percorreram grandes distâncias.

Entretanto, os fatores que motivaram os deslocamentos anteriormente citados, característicos do período nômade de nossos ancestrais, foram gradativamente substituídos pelas vantagens da invenção da roda, a qual impulsionou as sociedades primitivas no que tange a área de transportes, e, por conseguinte, possibilitou ao homem deslocar-se para outras paragens mais distantes.

Contudo, apesar das inúmeras controvérsias a respeito das definições de viagens e turismo, estes conceitos se aproximam em sua definição das análises realizadas acerca dos deslocamentos de pessoas direcionados para fora de sua rotina normal, seja por motivo de trabalho, prazer ou por motivos pessoais.

Sobre essa questão, Molina cita:

Os primeiros esforços para definir o turismo datam da década de 1930. O elemento gravitante estava circunscrito ao deslocamento e à viagem efetuada pelos turistas. Assim, o turismo era entendido como o deslocamento dos turistas, que reunia certas características específicas quanto a duração e motivação. Ao redor desses conceitos estruturaram-se diferentes definições que apresentavam poucas variações e que incidiram na determinação de um modelo tradicional, interessado nos serviços de transporte, alojamento e alimentação (2001, p. 11).

Algumas décadas mais tarde, especificamente em 1991, a OMT – Organização Mundial do Turismo - e o governo do Canadá organizaram a *Internacional Conference of Travel and Tourism Statistics*, realizada em Ottawa, onde foram apresentadas as diretrizes conceituais para o entendimento do universo turístico, integrando-o as “atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios ou outros objetivos”(2003, p.18).

Neste sentido, as abordagens realizadas que objetivam explicar a fascinação que as viagens exercem nas pessoas no mundo moderno, para o seu completo entendimento, remetem os seus estudos aos antecedentes de uma atividade turística inicial, impulsionada pelos relatos dos primeiros “turistas” na Antigüidade Clássica, como o grego Heródoto, geógrafo e historiador que viveu no século V a.C., que ao longo de seus deslocamentos sempre se preocupou em escrever sobre os costumes e as particularidades dos povos visitados.

Para Sigaux, citado por Yasoshima :

Heródoto era um modelo de ‘turista’ culto e inteligente. Além de encarnar uma curiosidade que outros gregos também tinham, era um dos poucos que podia empreender longas viagens. Embora o mar fosse a rota natural do maior fluxo das viagens, o interior era também utilizado para viagens a pé, a cavalo ou em carroças puxadas por animais (2002, p. 19)

Assim, grande parte do que se conhece sobre os povos antigos e os seus costumes foram obtidos através dos relatos de outros “viajantes antigos” tais como, o filósofo Plutarco e o sofista grego Pausânias, ambos escritores que viveram no século II a.C., sendo este último, autor da “Descrição da Grécia”, obra em dez livros contendo informações sobre a Grécia Clássica, cujas narrações serviram de fonte para as descobertas posteriores do arqueólogo helenista alemão Heinrich Schliemann em cidades como Micenas, no Peloponeso (Argólida), onde teria reinado o legendário rei Agamennom.

Neste contexto, sejam motivados por interesses diferenciados e significativamente de caráter heterogêneo, os viajantes da antiguidade, principalmente os gregos, há mais de dois mil anos, se deslocavam da Grécia para outras paragens, excursionando pelo mundo

até então conhecido, seduzidos pelas narrativas de outrem, ou simplesmente praticando um misto de turismo religioso de peregrinação, e turismo de saúde em direção para as numerosas casas de banho da época clássica situadas nas cidades asiáticas, ou simplesmente para assistir aos Jogos Olímpicos, em Olímpia, os quais começaram a atrair multidões desde fins do século VIII a.C.

Contudo, foi somente no século XVII na Inglaterra que surgiu o conceito de turismo, associado à palavra “tour” de origem francesa cujo significado quer dizer “volta” e tem seu equivalente no “turn” inglês e “tornare” no latim.

Para Margarida Barreto:

Essa etapa, chamada por alguns historiadores de “barroca”, estava caracterizada por uma viagem realizada por jovens acompanhados de seu professor particular. Não havia propriamente turismo, mas sim “tours”, viagens de ida e volta, realizadas pela classe privilegiada, uma minoria rica (elite), um “tour” de aventura, masculino (dizia-se e escrevia-se explicitamente que as mulheres não deviam viajar), esporádico (eles não trabalhavam, viajavam quando queriam e podiam) e com uma duração aproximada de três anos (1995, p. 47).

No entanto, até este período viajar, mesmo para as famílias mais abastadas além de difícil, era muito arriscado e perigoso, sendo considerado uma verdadeira aventura, principalmente pelo desconhecimento dos possíveis perigos da terra, dos animais e das próprias pessoas que seriam encontradas.

Ainda no estudo da atividade turística dentro de sua perspectiva histórica, o Império Romano possuiu um papel significativo a partir de sua preocupação em promover a construção de toda uma malha viária, que interligasse os mais distantes pontos do Império entre si, demonstrando já na Antigüidade, um expressivo interesse com a questão da segurança nas viagens.

No tocante a esta questão, datam de períodos anteriores ao nascimento de Cristo a construção de algumas das mais célebres vias utilizadas na Antigüidade, citadas ainda por Castelli, que são:

- Via Appia (312 a. C), ligava ao porto de Brindisi, partida para o Oriente;

- Via Flamínia (220 a. C), ligava Roma a Rimini ou Adriático;
- Via Aemilia (200 a. C), ligava Rimini a Milão e Atenas;
- Via Aurélia (144 a. C), ligava Roma a Gênova, Marselha e Cádiz (1996,p. 16).

Se os homens no período medieval, apesar de todas as dificuldades, impulsionados principalmente por motivos políticos, religiosos, econômicos e militares empreenderam difíceis viagens, por locais distantes e, muitas vezes pouco conhecidos, o desenvolvimento tecnológico e a conseqüente melhoria dos transportes iniciado pela Revolução Industrial intensificaram muito mais o “ato de viajar”.

Margarida Barreto cita que:

No século XVII houve uma considerável melhoria nos transportes; inventaram –se a belina, mais rápida, de duas poltronas e a diligência, mas os serviços eram esporádicos, rudimentares e lentos, andavam a 4 milhas por hora. As primeiras linhas regulares de diligências foram de Frankfurt a Paris e de Londres a Oxford, levando, a cada viagem, seis dias (op. cit.,p. 48).

Foi o desenvolvimento tecnológico do final do século XIX, que oportunizou novas construções em ferro fundido, merecendo destaque especial, o desenvolvimento de dois meios de transportes, que são: os navios e os trens; ambos construídos em ferro e aço e dotados de motores a propulsão com base no vapor de água, que promoveram com grande sofisticação e luxo, o encurtamento das distâncias.

Estes elementos associados a outros dessa fase industrial como: segurança, salubridade, melhoria dos índices de escolaridade, favoreceram ao crescente processo de substituição do trabalho nas cidades, criando novas necessidades; entre as quais destacam-se o “lazer”, tornando assim, a atividade turística moderna um fenômeno mundial de massa.

Segundo Trigo:

As novas classes detentoras do poder conviviam com outras parcelas sociais, as classes médias (médicos, engenheiros, professores, advogados, administradores, pequenos empreendedores etc.). O setor de prestação de serviços foi constantemente se ampliando e se sofisticando para atender as novas exigências das classes, médias e altas. Aumentou inclusive o número de pessoas com possibilidades financeiras e necessidades (comerciais, diplomáticas ou científicas) de viajar .

Os próprios meios de transportes, aos poucos, ficaram mais rápidos, seguros e confortáveis (1998, p.18).

A atividade turística ao longo dos anos seguintes apresenta um significativo crescimento, principalmente associado ao processo de urbanização nas grandes cidades européias. Porém com a eclosão das duas Grandes Guerras Mundiais, o turismo sofre um decréscimo, o qual só será superado em fins da década de 40.

Por outro lado, as novas tecnologias desenvolvidas a partir dos conflitos mundiais já citados, promoveram a substituição gradativa das tradicionais viagens turísticas por via férrea ou marítima, por novos meios de deslocamento, através da aviação, agora sendo utilizada para fins comerciais.

Para Castelli :

Acabada a Segunda Guerra Mundial, as nações procuraram refazer-se dos estragos por ela causados. Todas as atividades componentes da economia da cada nação, procuraram encontrar o seu novo caminho. A partir desse período, as atividades turísticas ganharam melhor organizações em nível nacional e internacional, tanto governamentais como privadas que passam a se preocupar com o turismo. Algumas delas detiveram-se exclusivamente a ele. Desenvolveram-se os meios de transportes, os meios de hospedagem, as agências de turismo, a infra-estrutura de base, etc. os viajantes passaram a ser vistos, em todos os quadrantes do mundo, em grande quantidade e pela mais diversas razões (Castelli,1996, p. 24).

A década de 50 observou não só a diversificação e o aprimoramento da denominada infra-estrutura turística, que incluía a infra-estrutura de acesso, a infra-estrutura básica urbana (ruas, saneamento básico), os equipamentos e serviços de apoio (postos de gasolina, hospitais, restaurantes e etc.), bem como, os recursos turísticos (sendo eles de caráter natural ou artificial), porém todos esses elementos associados ao verdadeiro chamado “turismo de massa”, que oportunizaria nos anos subseqüentes o acesso de grande parcela da sociedade ao turismo.

Das primeiras aeronaves, aos famosos dirigíveis como Hindenburg e o grande Zeppelin, desde os seus primórdios, a aviação logo despertou o interesse das classes mais abastadas, demonstrando inúmeras vantagens, em termos de tempo, conforto e segurança.

No entanto, se os acidentes com os dirigíveis Akron (1939) e Hindenburg (1936) levaram ao descrédito o uso dos dirigíveis, como meio de transporte seguro, as aeronaves rapidamente os substituíram.

No entendimento de Beni :

O transporte aéreo, pelas vantagens que oferece, exerce importante papel no desenvolvimento do Turismo, sobretudo naquele praticado a longas distâncias. Na verdade, a aviação progrediu tão rapidamente que as distâncias foram ficando cada vez menores (...)

Além dos vôos regulares que transportam milhares de pessoas, há uma modalidade específica que atende primordialmente ao tráfego turístico: os vôos charters, que ganharam uma importância tão grande que chegam em alguns países a suplantar os vôos regulares em volume de turistas (1997, p. 195).

Mesmo atravessando uma forte concorrência com as viagens aéreas, o transporte ferroviário na Europa e no Japão, continuou a ocupar um lugar de destaque, oportunizando na entrada do século XXI o conforto, a segurança e a rapidez requerida pelos turistas.

Examinando, como indicador desse aspecto, podem ser citados os trens europeus em operação, os quais ainda trafegam nos dias atuais, possuidores de alto padrão de atendimento a bordo que incluem, barman, maitre d'hotel e comissários, além de serem conhecidos pela limpeza dos seus ambientes, bem como, a pontualidade em termos de horário.

Da mesma forma que os trens ao longo deste século foram aprimorados de maneira expressiva, o transporte marítimo foi marcado por grandes sucessos e verdadeiros fracassos, como os naufrágios do Titanic em 1912 e duas décadas depois do Georges-Phillipar, que só foram minimizados com o sucesso de transatlânticos como o Lusitânia, o Queen Mary, entre outros.

Beni analisa a importância na navegação marítima para o turismo citando:

O tráfego turístico por via marítima apresenta-se hoje bem diferenciado e segmentado em sua demanda. Marcou época no passado com transatlânticos luxuosos e confortáveis. O navio era um verdadeiro hotel de lazer flutuante; aliás, muitos hotéis modernos são verdadeiros navios atracados. Isso quer dizer que a evolução do Turismo obrigou os meios de hospedagem a se sofisticarem, com hotéis cujas instalações e equipamentos

foram inspirados nas idéias e programas de navios, como animação programas recreativos, esportivos, etc.

Atualmente, a navegação marítima para o Turismo, com o desaparecimento da grande maioria das rotas regulares, limita-se a cruzeiros com navios modernos, amplos, verdadeiros complexos turísticos de alojamento e recreação flutuantes (1998, p. 194)

O transporte fluvial que compreende a navegação pelos rios, lagos e mesmo de represas é muito utilizado em algumas regiões onde conta com equipamentos modernos que trafegam em rotas bastante conhecidas como a do Reno na Europa e a do Mississipi, nos Estados Unidos.

No entanto, mesmo sendo superado em alguns momentos por outros meios alternativos de transporte, ao longo da história, o deslocamento por via terrestre, ocupou um lugar de destaque como meio de transporte usual, já sendo utilizado desde o período romano, sofrendo consecutivas adequações ao passar dos anos.

Neste aspecto, existem registros que relatam destacando que a primeira linha de carruagens públicas, iniciou os seus serviços em Paris, por volta de 1660, enquanto que a primeira linha interurbana de carruagens ligando a Inglaterra à Escócia data do ano de 1670, a qual operava a linha Londres à Edimburgo.

Contudo, além de serem extremamente desconfortáveis, as viagens terrestres realizadas em carruagens eram caracterizadas pela grande demora devido à necessidade de se viajar por etapas, com paradas em lugares predeterminados para que os viajantes descansassem e os cavalos fossem trocados.

A evolução do transporte de tração animal para o automóvel em fins do século XIX e a sua conseqüente evolução no século XX em muito angariou a simpatia dos turistas devido às suas inúmeras vantagens em detrimento de outros meios de transporte.

Desse modo, com base nas análises obtidas através dos dados da OMT, observa-se que o aumento vertiginoso do fluxo de viagens do contexto da evolução do turismo mundial presente durante o período denominado de “boom turístico” (1950 a 1973), gerou posteriormente nas décadas subsequentes um verdadeiro turismo de massa.

Visto dessa maneira, a grande importância deste período pauta-se em ter transformado em realidade, as dificuldades das viagens do passado, restrita as classes mais abastadas, em acessibilidade a um grande número de pessoas, com infinitas possibilidades

de expansão para um amplo mercado, o que pode ser observado na evolução do turismo mundial entre os anos de 1993 a 2003, que podem ser observados na Tabela 1.

Tabela 1 - Evolução do Turismo Mundial 1993 / 2003

Anos	Chegadas de Turistas Internacionais Milhões de Turistas	Receitas US\$ Bilhões
1993	519,0	324,1
1994	550,5	354,0
1995	565,5	405,1
1996	596,5	435,6
1997	610,8	436,0
1998	626,6	442,5
1999	650,2	455,0
2000	687,3	473,4
2001	684,1	459,5
2002	702,6	474,2
2003	694,0	514,4

Fonte: OMT Notas (1) – Dados de 2003 são estimados
Anuário Estatístico da Embratur- 2004

Conforme podemos observar nos dados, anteriormente apresentados, houve um significativo aumento no que tange ao turismo internacional, no aspecto das chegadas e receitas entre os anos de 1993 a 2003, com variação expressiva nos indicadores observados na última década.

Sobre essa questão Rejowski e Solha afirmam:

O processo de globalização da economia internacional, a evolução dos transportes, as facilidades e a rapidez nas comunicações obtidas com o avanço da tecnologia, dentre outros fatores, transformaram a inacessibilidade em acessibilidade e possibilidade. Ao mesmo tempo, as transformações cada vez mais rápidas impuseram uma flexibilidade e

velocidade de mudanças na última década do século XX, inimagináveis nas duas décadas anteriores. Nesse sentido, o termo *turismo global* aparece, significando tanto a globalização das viagens, quanto a expansão, a integração, a fusão e a internacionalização das empresas e empreendimentos turísticos (op. cit., p. 96).

Ainda, segundo as autoras citadas anteriormente:

Os últimos decênios do século XX, de 1974 a 2000, mostram a verdadeira complexidade e abrangência do turismo num mundo em constante mutação, onde tudo é questionado, inovado, criado e reformatado. Duas forças impõem-se e novos cenários surgem: a *sustentabilidade* e a *globalização*. Desafios constantes levam à importância do planejamento e gestão estratégica, à formação e capacitação de recursos humanos de qualidade, e ao desenvolvimento de pesquisas e estudos científicos (op. cit., p. 112).

Portanto, ao se estudar o movimento turístico, sob a sua perspectiva histórica, inúmeras são as variáveis; entre elas destacam-se os meios de transportes, os quais, paralelamente aos efeitos provocados por uma atividade que ao longo dos anos incorporou em sua estruturação elementos diferentes, de transporte e de informação para atender as variadas necessidades, desejos e preferências dos turistas, inseriu ao turismo moderno, elementos do mecanismo dinâmico que integram o setor, na busca da adequação dos equipamentos turísticos a uma nova filosofia de ação de aproveitamento das destinações turísticas.

4.2- Dimensão Histórica das Viagens e do Turismo no Brasil

O resgate e a reflexão do processo evolutivo das viagens e do turismo no Brasil, segundo uma perspectiva interativa sociocultural, não é recente, mesmo que pautada por um caráter incipiente, tendo os seus primórdios ainda no período das expedições marítimas,

quando aqui chegaram os navegantes Américo Vespúcio, Gaspar de Lemos, Fernando de Noronha, entre outros; com o objetivo de reconhecer e explorar as costas brasileiras.

Contudo, os estudiosos contemporâneos interessados em conhecer os primórdios das viagens e do turismo no Brasil, encontram inúmeras dificuldades, as quais são apresentadas por Karina Toledo Solha :

- a inexistência de registros da memória histórica do turismo no país;
 - a falta de sistematização das informações do setor;
 - a falta de estudos abrangentes do fenômeno em âmbito nacional;
 - a dispersão dos estudos no tempo e no espaço;
 - as poucas informações empresariais dispersas entre os vários órgãos, entidades.
- Associações (2002, p. 117-118).

Entretanto, mesmo diante de tantas dificuldades, Solha (ib.), partindo de estudos realizados, relaciona os seguintes períodos da evolução do turismo no Brasil, conforme exposto no Quadro 1 :

Quadro 1 – Evolução do turismo no Brasil

Fases	Períodos	Atividade Turística
Primórdios	. Da Colônia ao Império (séculos XVIII e XIX)	Dos ranchos que atendiam aos tropeiros às viagens anuais dos senhores do café à Europa
Primeiras manifestações	. De 1900 a 1949	Das estações de cura e do cassianismo ao início do uso do automóvel nas viagens.
Expansão e organização do turismo	. De 1950 a 1969	Da ampliação e melhoria da infra-estrutura de transportes e turística até a organização da atividade por associação e a elaboração de políticas.
Do sonho à decepção	. 1970 a 1989	Do intenso crescimento e das perspectivas otimistas à estagnação e decadência.

Retomada	. De 1990 a 2000	Do crescimento do mercado interno aos grandes investimentos em vários e diferentes setores e da descoberta de novos segmentos de mercado.
----------	------------------	---

Elaboração do quadro: própria autora com base em Solha (op.cit,p.118)

Desse modo, mesmo diante de um ritmo lento e muitas vezes marcado pelo amadorismo, as raízes do turismo brasileiro remontam a seu passado relativamente distante, no qual a precariedade dos transportes e dos serviços oferecidos tornou o “ato de viajar” pelas terras brasileiras privilégio quase que exclusivo de uma pequena parcela da população que podia usufruir o seu tempo livre. Acrescentam-se aos relatos dos primórdios do turismo nacional, a rusticidade dos meios de hospedagem, restritos a residências particulares ou a hospedarias de beira de estrada.

No entanto, foi somente no início do século XIX com a transferência da corte portuguesa para o Brasil, mas especificamente para a cidade do Rio de Janeiro à qual coube a primazia no oferecimento dos serviços de hotelaria, com o objetivo de atender à crescente demanda por hospedagem em função da visita de diplomatas, de comerciantes e toda a quantidade de pessoas que acompanhou a corte, iniciando-se, assim, profundas transformações no cotidiano, no que tange aos hábitos culturais, políticos e econômicos da nova sede do poder lusitano na Colônia.

Sobre essa questão, Pires acrescenta:

Tendo o seu desenvolvimento urbano acelerado após a vinda da Família Real, teve o Rio de Janeiro a primazia no oferecimento de serviços de hotelaria, mas essa, em poucas décadas, foi diluída em virtude das mudanças que o café provocara em São Paulo. A expansão dessa lavoura em terras paulistas, acentuando o crescimento de cidades e fortalecendo a capital da província, provocou uma quase concomitância no surgimento de hotéis de categoria (2001, p. 212-213).

Contudo, ao analisar-se o processo de expansão do turismo brasileiro, desencadeado a partir do século XIX e início do século XX, observa-se que as suas fases de

desenvolvimento no país foram impulsionadas, principalmente, em função das necessidades de uma elite ávida por desfrutar dos prazeres das viagens, sem o compromisso e aproximação do convívio sócio-cultural com a realidade local, e, por conseguinte, dissociada da realidade regional brasileira.

Neste sentido, Solha observa:

No começo do século XX, o Brasil passava por uma transformação difícil e dolorosa. A elite brasileira, afoita por implantar as novas descobertas e tecnologias nas áreas da saúde, das comunicações e dos transportes, impõe as mudanças de maneira abrupta, sob o lema de desenvolvimento a qualquer custo, desencadeando uma série de revoltas e levantes em várias partes do país. Como afirma Sevcenko (1998:15), “a idéia das novas elites era promover uma industrialização imediata e a todo custo”. Este era o resultado do desejo e das ações para colocar o Brasil no patamar do que se considerava um país desenvolvido (op. cit. p. 123).

A despeito disso, o movimento turístico brasileiro continuou a crescer, mesmo de forma lenta e gradual, incorporando categorias institucionais do poder federal em sua estrutura.

Ainda, segundo a interpretação de Solha :

Durante um longo período, os temas referentes ao assunto foram tratados por diferentes setores da administração pública federal, sendo que a primeira experiência foi a criação, em 1934, da Comissão Permanente de Exposições e Feiras. Cinco anos depois, em 1939, criou-se o (sic) Divisão de Turismo, setor do Departamento de Imprensa e Propaganda, e, em 1940, realizou-se a primeira regulamentação das atividades das empresas e agências de viagens e turismo (Cruz, 2000). Já na esfera privada, viu-se a organização do setor hoteleiro: em 1936 foi fundada a ABIH - Associação Brasileira da Indústria Hoteleira - no Rio de Janeiro, durante o I Congresso Nacional Hoteleiro (op. cit., p.127).

Todavia, somente em meados da década de 60, acompanhando o crescimento do setor turístico no mundo foi criada a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) e o CNTur (Conselho Nacional de Turismo), de caráter público, com o objetivo de traçar as diretrizes de uma Política Nacional de Turismo.

Para análise cronológica do planejamento turístico brasileiro, a partir da criação de uma Política Nacional de Turismo, podemos destacar as principais datas conforme identificado no Quadro 2 .

Quadro 2 – Principais datas a partir da criação da Política Nacional de Turismo

Data	Acontecimento
1967	Regulamentação do Sistema Nacional de Turismo
1971	Criação do FUNGETUR (Fundo Geral do Turismo)
1973	Decreto 71.791 dispõe sobre zonas prioritárias para o desenvolvimento do turismo
1974	Resolução CNTur nº 641, define a prestação de serviços turísticos das agências transportadoras e pelo Decreto-lei 1376 são criados o FINOR (Fundo de Investimento do Nordeste), o FINAM (da Amazônia) e o Fiset (setorial)
1975	Decreto-lei 1455 autoriza o funcionamento de lojas francas (<i>free shops</i>)
1976	Portaria 3 do DAC (Departamento de Aeronáutica Civil) autoriza a realização de vôos de turismo doméstico com desconto (VTD). Criação do novo Estatuto da EMBRATUR Decreto-lei 1485 institui estímulos fiscais ao turismo estrangeiro no país
1977	Deliberação normativa nº18 da EMBRATUR regulamenta as excursões no programa TDR (Turismo Doméstico Rodoviário) – II Reunião do Sistema Nacional de Turismo.
1979	Lançamento da idéia dos “portões de entrada” em Manaus, Recife, Fortaleza, Belém e Salvador e o Nordeste e cria-se o Pró-Estâncias para a classe média.

1982	Assinatura de convênios para a implantação de terminais de turismo social e foi firmada parceria entre a EMBRATUR e o Ministério do Trabalho
1983	Implantação da tarifa ponto-a-ponto que incluía onze cidades européias com descontos tarifários.
1986	Instituição do “Passaporte Brasil”, destinado a promover o turismo interno.

Elaboração do quadro: própria autora com base em Angeli (1996, p.p.93-96)

Entretanto, a despeito das iniciativas realizadas nos anos posteriores, foi somente na década de 90, que o turismo brasileiro tomou impulso,, acompanhando a tendência internacional de estímulo as viagens, partindo de um contexto crescente do seu entendimento enquanto atividade produtiva e importante coadjuvante do desenvolvimento sócioeconômico ao aproximar os conceitos de desenvolvimento sustentável e turismo.

De acordo com Cavalcanti o conceito de sustentabilidade significa:

a possibilidade de se obterem continuamente condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoas e seus sucessores em dado ecossistema (1998,p. 165).

Nesta abordagem, torna-se necessário a definição do termo sustentabilidade dentro do contexto turístico, aqui entendido como um processo equilibrado de promoção do crescimento econômico acompanhado de melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas e sem o comprometimento do respeito ao meio ambiente.

Partindo desse raciocínio, e buscando associar-se à tendência do mercado turístico internacional, mesmo carente de políticas específicas para o setor, a atividade turística nacional, estabeleceu atitudes que visavam a criação de produtos que estivessem em consonância com a nova filosofia de sustentabilidade ao mesmo tempo em que objetivava o desenvolvimento do turismo brasileiro profissional e consciente.

Assim sendo, Azevedo e Irving enfatizam o papel dos compromissos internacionais assumidos pelo Brasil para a construção de uma nova concepção de desenvolvimento turístico, com principal enfoque nos compromissos sociais e ambientais.

A Agenda 21, compromisso internacional acordado durante a Rio 92, definiu como prioridade para o alcance dos objetivos da proposta de desenvolvimento sustentável o estabelecimento, a adoção e a implementação de códigos de conduta para as indústrias. Conforme o texto, no artigo 30: “negócios e indústria, incluindo corporações transnacionais, devem ser encorajados a adotar e relatar sobre a implementação de códigos de conduta que promovam melhores práticas ambientais (2002, p. 21).

Transpondo essa discussão para diretrizes práticas, Azevedo e Irving descreve as oito áreas de ação prioritárias para os departamentos de governo, autoridade de turismo nacional e representações do *trade* turístico para o desenvolvimento de um programa de turismo sustentável, a partir da publicação da OMT (1994), descritas na Agenda 21 no documento denominado “Indústria de Viagem e Turismo para o Desenvolvimento Sustentável”, das quais destacamos :

- planejamento para o desenvolvimento do turismo sustentável, a partir do desenvolvimento e implementação de medidas que assegurem o planejamento efetivo do uso do solo e mecanismos que maximizem benefícios ambientais e sociais, e minimizem danos potenciais culturais ou ambientais;
- facilitação de intercâmbio de informações, habilidades e tecnologias relativas a turismo sustentável entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento (op.cit, p.21-22)

Diante desse entendimento, Solha analisa os primeiros passos na fomentação da atividade turística nacional na década de 90:

Os primeiros anos da década foram de grandes esperanças e decepções, muitas mudanças na política, um novo governo e com ele novos planos de estabilização econômica. Entre as prioridades do governo aparecia o turismo. A Embratur, de empresa pública transforma-se em autarquia especial, passando, em 1991, para Instituto Brasileiro de Turismo com a finalidade de “formular, coordenar e fazer executar a Política Nacional de Turismo”.(Cruz, 2000:56). Em 1992 foram estabelecidas as diretrizes para a Política Nacional de Turismo e criado o instrumento para operacionalizar esta política, o Plantur- Plano Nacional de Turismo. (Solha, 2002, p.142)

Os anos seguintes foram marcados pelo estabelecimento de outros programas por meio da execução da política nacional de turismo direcionada ao desenvolvimento turístico regional, como o Prodetur (NE) em 1991. Porém, o ano de 1994 viria a ser fundamental neste processo, a partir da criação por iniciativa da própria Embratur, do PNMT- Programa Nacional de Municipalização do Turismo, com enfoque principal na descentralização da atividade turística ao mesmo tempo em que visava conscientizar os municípios dos benefícios do turismo planejado, partindo de uma parceria de gerenciamento entre o contexto local, nacional e até internacional. O PNMT, inicialmente foi implantado no município de Santos em São Paulo e estendido a outros municípios do país.

No entanto, apesar de todas as iniciativas realizadas no sentido de expandir o turismo no Brasil, inserindo-o no contexto internacional, os problemas estruturais do país, como a distribuição de renda, as injustiças sociais, entre outros, tornaram-se obstáculos ao fomento do produto turístico nacional, dificultando a sua adequação às novas exigências do mercado internacional.

Para uma melhor compreensão da fase atual são apresentados na Tabela 2 dados do turismo receptivo no Brasil e no mundo (valores observados e projetados), conforme análise apresentada por Silber (2000, p.359).

Tabela 2 – Turismo Receptivo-Brasil e mundo (valores observados e projetados)

Anos	TRB (mil de pessoas)	TRM (milhões de pessoas)
1999	2.574	602
2000	2.655	618
2001	2.736	635
2002	2.817	651
2003	2.898	668
2004	2.979	684
2005	3.060	700
2006	3.141	717
2007	3.222	733

2008	3.303	750
2009	3.384	766
2010	3.465	783

Fonte: WTO, vários anos.
Embratur, vários anos.

Nota da Autora: TRB-Turismo Receptivo Brasileiro
TRM -Turismo Receptivo Mundial

As projeções anteriormente apresentadas configuram as perspectivas promissoras do turismo receptivo no Brasil e no mundo, com vistas a fornecer subsídios para a implementação por parte das autoridades brasileiras e internacionais, as quais são fundamentais para o direcionamento dos planejamentos do turismo em termos do número de viajantes e das receitas por ele geradas para os próximos anos.

Não obstante, o papel de destaque que o modelo atual de turismo globalizado, mesmo com todo o otimismo que cerca o setor turístico no Brasil, a sua expansão ainda tem sido bastante prejudicada, não só pelos fatores estruturais já citados, bem como, pela própria imagem do Brasil no exterior veiculada pela imprensa internacional, a qual privilegia notícias sobre a falta de segurança no Rio de Janeiro, considerado um dos principais portões de entrada do turismo brasileiro e a falta de infra-estrutura adequada ao turismo, por exemplo.

Além dos problemas apresentados acima, Trigo (2003,p.96) acrescenta em sua tentativa de compor um panorama dos problemas estruturais que permeiam o turismo brasileiro, outro aspecto significativo e paradoxal neste cenário:

Há um grande problema estrutural com o turismo brasileiro. Esse problema pode ser observado analisando-se quatro índices internacionais. O primeiro deles, bastante positivo, constata que o Brasil é uma das dez ou doze maiores economias do mundo. O segundo, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), das Nações Unidas, coloca o Brasil em 73º lugar no ranking mundial de qualidade de vida (de 203 países analisados). O terceiro índice, denominado Gini, mede a concentração de riquezas e situa nosso país em um vergonhoso quarto lugar, atrás apenas de Serra Leoa, República Centro-Africana e Suazilândia. O quarto índice, produzido por uma Organização Não-Governamental Internacional, aponta que o Brasil está 45º lugar no ranking da corrupção (do total de

102 países). Ao lado dos altos índices de violência que estigmatizam a imagem do país no exterior e do alto risco apontado pelos mercados financeiros internacionais (2003, p. 96).

Ainda segundo Trigo:

O turismo doméstico tem apresentado índices mais promissores graças a ampliação da infra-estrutura (novos aeroportos, novos hotéis e alguns novos roteiros) e à permanência dos brasileiros no país por causa da desvalorização do real (op. cit., p.96-97).

Dessa forma, quando se fala em incentivar o turismo no Brasil, torna-se necessário analisar as condições que o país tem a oferecer ao turista, principalmente em termos de qualidade de vida e de condições básicas para o bom atendimento, o qual viria a garantir a possibilidade do turista vir e voltar em outras ocasiões.

Em que pese tais considerações, faz-se necessário a promoção de um debate direcionado ao desenvolvimento da atividade turística no qual estejam acrescidos outros elementos de caráter social, político, cultural e ambiental e não apenas condicionados ao tradicional viés econômico, conforme preconizado nos modelos atuais de percepção do turismo no cenário globalizante.

4.3 - Turismo e Política Internacional: O Papel das Organizações Internacionais e Regionais de Turismo

O turismo no contexto internacional adequa-se às propostas de promoção da integração nacional e do entendimento internacional baseado em seu alto grau de comunicação e cooperação entre as nações, a partir da coexistência do seu sistema de abordagem acerca da amplitude de interesses políticos, econômicos, sociais e culturais, os quais permeiam a construção e a formatação de um produto turístico, seja no contexto local, regional ou mesmo internacional.

Neste sentido, a sedução e o fascínio que o turismo tem exercido no cenário atual, está relacionado não só às necessidades próprias de uma realidade na qual o processo de

globalização provocou uma ampla disponibilização e acessibilidade de produtos e serviços que induziram ao acelerado desenvolvimento do turismo em geral.

Assim, partindo da alta complexidade de fatores que afetam o setor turístico, diante das especificidades de elementos que o setor em si agrega, decorrente dos diferentes impactos que o seu fomento introduz, os desafios enfrentados pelas organizações turísticas tendem a superar as barreiras que possibilitam aos vários setores da indústria das viagens se organizarem e perseguirem metas comuns.

Para o melhor entendimento do amplo universo que cerca as organizações turísticas ou relacionadas ao setor, Chuck Y. Gee e Eduardo Fayos-Solá apresentam as mais importantes, a saber:

- Organização Mundial do Turismo (OMT);
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE);
- Organização Internacional da Aviação Civil (ICAO);
- World Travel and Tourism Council (WTTC);
- Pacific Asia Travel Association (PATA) e outras organizações regionais que são a Caribbean Tourist Organization (CTO), a Tourist Council of South Pacific (TCSP) e a Association of Southeast Asian Nations Tourism Association (ASEANTA). (2003, p.206-211)

Segundo o mesmo relatório, os autores ressaltam ainda, a União Européia (UE) e a Associação de Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), como exemplos de organizações regionais importantes, não dedicadas exclusivamente ao setor turístico, mas direcionadas a desenvolver projetos para o setor. A primeira destaca-se nos financiamentos direcionados ao setor turístico no que tange aos projetos de infra-estrutura e de aperfeiçoamento de recursos culturais e histórias, entre os membros da União Européia instituída em 1993, com a assinatura do Tratado de Maastrich, e a segunda, tem como referência a ASEAN (Association of Southeast Asean Nations), uma organização regional pública fundada em 1967, em Bangkok, pela Indonésia, Cingapura, Malásia, Filipinas e Tailândia. A essa conformação inicial, juntaram-se mais tarde Brunei (1984) e Vietnã (1995), os quais através de programas de cooperação buscam a promoção do desenvolvimento econômico, social e cultural do sudeste da Ásia.

Além das organizações anteriormente citadas, o BIRD ou como é normalmente designado Banco Mundial, estabelecido em 1945 como um órgão especializado da ONU envolvido em financiamento direto de propostas turísticas, concedendo empréstimos para projetos de infra-estrutura no setor.

No entanto, reconhecidamente como o mais alto organismo que atua no âmbito internacional de turismo com caráter governamental, a Organização Mundial do Turismo (OMT) forma uma agência especializada da ONU, através do PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), com sede em Madri, na Espanha, integrando o setor público e privado em propostas que em linhas gerais, tem como missão a promoção e o incentivo ao turismo como estímulo a paz e o entendimento internacional, integrado ao desenvolvimento econômico e do comércio internacional.

Desde as suas origens, em 1925 quando se realizou o Congresso Internacional de Associações Oficiais de Propaganda Turística, na cidade holandesa de Haia, a OMT tem exercido no cenário internacional um amplo leque de atividades direcionadas especificamente para apoiar aos países em desenvolvimento nas áreas abaixo relacionadas e apresentadas por Chuck Y. Gee e Eduardo Fayos-Solá :

- Elaboração de inventários de recursos turísticos potenciais e existentes; plano-mestre de desenvolvimento turístico; formulação de políticas, planos e programas para o turismo doméstico.
- Avaliação do impacto do turismo sobre a economia nacional e sobre o meio ambiente.
- Estatísticas, previsões, análises, pesquisa de mercado, análise de mercado, promoção, publicidade e relações públicas.
- Educação, estudos de viabilidade para as escolas de turismo e hotelaria, formação em gerenciamento.
- Planejamento e desenvolvimento de metas nacionais, sociais e culturais para o turismo.
- Desenvolvimento de regiões, de novos locais e de produtos turísticos específicos.
- Planejamento, localização, operação e melhoria de hospedagens turísticas; sistemas de classificação de hotéis.
- Fontes e métodos de financiamento para empreendimentos turísticos, estudos preliminares para investimentos, estudos de viabilidade sobre projetos de investimento, análises custo-benefício.
- Segurança de turistas e instalações turísticas (ib, p.206).

Visto à luz dos pontos analisados anteriormente, conforme preconizado nos preceitos da OMT, a atividade confere no cenário internacional uma inexorável

possibilidade de cooperação e entendimento entre os países representando um papel de destaque para a convivência entre as pessoas, etnias e culturas diferentes, porém interagindo no imaginário de comunidades tão díspares, elementos integradores sob diferentes perspectivas, sejam elas, políticas, econômicas, culturais e sociais, em um mesmo contexto de desenvolvimento e entendimento no âmbito internacional.

Sobre essa questão, Turgut Var e John Ap afirmam:

Foram identificadas três níveis de relações internacionais geradas pelo turismo mundial. Primeiro, no plano não-governamental os cidadãos de diferentes nações entram em contato e conhecem diferentes culturas”.Desenvolve-se um tipo de relações internacionais peculiares que evidentemente podem ser alteradas pela ação do governo”. Segundo, há um nível oficial de relações internacionais que diz respeito aos contatos de governo para governo em questões essenciais ao setor; por exemplo, acordos na área dos transportes aéreos, procedimentos para a imigração e a alfândega e tratados de dupla tributação. Finalmente, há um nível de relações internacionais entre setor privado e governo em que o turismo é alvo da interação do governo como os investimentos estrangeiros. Os exemplos dessas relações incluem companhias aéreas, bancos, hotéis e operadoras de turismo (2001,p. 70).

Entretanto as tentativas de percepção positiva do turismo além do seu caráter sócio-econômico, se deparam com o ceticismo e a escassez de elementos de estudo voltados para essa postulação, conforme constatado por K. Din citado por Turgut Var e John Ap:

O desejo universal de paz e o desejo de considerar o turismo um espaçoso caminho para a compreensão entre as mais variadas culturas como pré-requisito para alcançar esses objetivos, já foram expressos há muito tempo. Infelizmente, essas expressões de desejo e de esperança nunca foram realmente aprofundadas, com exceção das ocasiões rituais... Portanto, a esta altura, a frase “O turismo como força vital para a paz”, continua sendo, quando muito, uma afirmação futurista (ib, p. 68).

No entanto, o difícil equilíbrio nas tentativas de agregar perspectivas diferentes em um mesmo contexto, se sobrepõe às reflexões alicerçadas por um ceticismo paradoxal, vêm sendo gradativamente superadas por uma realidade inexorável do crescimento do setor turístico partindo de uma concepção de sustentabilidade, que outrora não era parte

integrante das ações e programas para o desenvolvimento turístico tradicional, mas estão presentes no modelo vigente de concepção turística.

Portanto, partindo de uma análise do turismo no contexto globalizado, Trigo afirma:

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global, portanto, é importante enquanto construtor de uma nova ordem internacional, seja puramente econômico, seja cultural, político e social. O turismo depende de uma sociedade mais equilibrada e justa para se desenvolver plenamente. Outro tipo de turismo será possível apenas em uma sociedade mais participativa. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A vida humana, a vida cultural e vegetal e o próprio planeta que sustenta todas essas vidas, são os nossos maiores valores. O restante, ou seja, o dinheiro e a capacidade intelectual, devem estar subordinados à vida da maioria, conforme todas as religiões e filosofias simbióticas preconizam há milênios. A humanidade realiza uma longa viagem pelo planeta que já dura cem mil anos. Houve um imenso progresso material e intelectual nesse período, em comparação com os primeiros hominídeos, mas o mesmo não aconteceu com o progresso da consciência de que o planeta é a casa de todos os homens e mulheres, da vida em geral que já estava presente antes mesmo que os primatas aparecessem (2003, p. 109).

Enfim, ao ingressar no limiar do século XXI com perspectivas de expansão contínua e maior importância no cenário mundial, o turismo enfrenta diversos desafios, os quais denotam a necessidade de reorientar as prioridades e práticas do setor, rumo a sustentabilidade que tendam ao compartilhamento das questões que permeiam as comunidades no mundo nas promissoras perspectivas que o setor turístico em si agrega, em suas inúmeras possibilidades de desenvolvimento e interação dos setores políticos, econômicos, culturais e sociais em uma mesma proposta de entendimento com amplos benefícios para todos os envolvidos.

4.4 – Impactos Socioeconômicos do Turismo no Cenário Internacional

O turismo ocupa hoje um papel relevante no cenário internacional, destacando-se como um dos setores mais atrativos para novos investimentos, aproximando inúmeras possibilidades de aproveitamento dos recursos existentes em propostas de mudança econômica e social, a todos os envolvidos.

Na representação da fetichização do turismo próprio do século XIX, as experiências se limitavam a apreciação de um estrangeiro curioso em conhecer um determinado objeto de museu ou os costumes de um grupo específico.

No modelo atual, o viajante de vanguarda busca a sua inserção na experiência vivida, atendendo aos interesses próprios. Este modelo, adequa-se ao turismo globalizado, delineando na atividade boas perspectivas tanto nas esferas econômicas, como fonte de divisas e de geração de empregos; bem como fator de retenção dos desequilíbrios sociais.

Contudo, Beni adverte sobre um dos equívocos encontrados em alguns dos estudos acerca da temática em questão :

O processo econômico de globalização facilitou, mas não provocou, o crescimento do turismo mundial como era esperado nesses últimos anos.

Ao contrário, foi o crescimento constante e gradual e consistente do turismo internacional, em função de uma série de variáveis coincidentes, que contribuiu para a aceleração do processo de globalização, como por exemplo, o estabelecimento de uma economia de mercado na maioria dos países emergentes e naquelas economias em transição- como China, Índia e Rússia-, a liberalização decorrente das fronteiras nacionais, a desregulação do mercado doméstico, a grande divisão do trabalho em escala internacional e a maior prosperidade geral (2003, p. 17).

Exposta essa questão, cabe uma abordagem sobre os impactos Socioeconômicos do turismo no contexto das Relações Internacionais, considerado no cenário contemporâneo como uma das atividades mais características da sociedade atual e do processo de globalização.

De fato, as previsões sobre a emergência do setor turístico nos últimos anos tem sido estimuladas pelos atrativos que a atividade por sua própria natureza insere. Investir em turismo, rende divisas para o país e empregos para a população.

A atividade proporciona ainda distribuição de renda e auxilia o país a modernizar sua estrutura produtiva, uma vez que transfere mão-de-obra ociosa de outros setores para a área de prestação de serviços.

Além disso, o setor é particularmente importante na medida em que cada valor investido pode multiplicar-se praticamente por quase todos as demais atividades econômicas que podem vir a entrar em contato com o turista.

O efeito multiplicador do turismo pode ser visto conforme análise de Angeli :

O turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de um país. Os efeitos diretos são resultantes da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente alguma coisa. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que está sendo gasto por outrem que o recebera do turista, em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pela despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares (1995, p. 72).

Ainda segundo a análise de Barreto:

O setor público também beneficia-se do turismo de duas formas: indiretamente, através dos impostos que arrecada da empresa privada, e diretamente, pelas taxas que cobra dos turistas, por exemplo vistos e taxas alfandegárias (ib).

Neste sentido, o crescimento exponencial da atividade turística no final do século passado e início do século XXI, alçou esse setor em evidência no cenário econômico atual, atraído no decorrer dos últimos anos estudos realizados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), bem como pelo Conselho Mundial de Viagem e Turismo (World Travel and Tourism Council _ WTTC), “ este último desde 1991, mantém dados estatísticos por países ou regiões, envolvendo o número de turistas, as despesas que os países tem com o

turismo, a receita que os países acumulam dos gastos dos turistas, entre outros”, cuja estimativa apresenta alguns números econômicos no ano de 2001, e uma previsão para 2011, em relação ao crescimento da participação do turismo na economia mundial, demonstrados por Dias e Aguiar (2002, p. 157) na Tabela 3 .

Tabela 3 – Estimativas e Previsões do WTTC para o Mundo

Mundo	2001 (Bilhões de dólares)	2011 (Bilhões de dólares)
Viagens particulares	2.104,4	3.999,5
Viagens de negócios	453,8	855,6
Gastos governamentais	216,2	413,9
Investimento de capital	656,7	1.434,0
Gastos visitantes estrangeiros como fator de exportação	601,7	1.382,2
Outros tipos de exportação	462,1	1.201,1
Demanda turística	4.494,5	9.285,9
PIB industrial do Turismo	1.381,5	2.654,9
PIB econômico do Turismo	3.497,1	6.958,3
Empregos diretos (industriais) do Turismo, milhões.	78,183	99.321,7
Empregos indiretos (econômicos) do Turismo, milhões.	207,062	260.417,0

Fonte: WTTC, (2001)

Analisando-se a Tabela 3, podemos observar que, para o ano de 2001, a estimativa de movimentação financeira em termos da demanda turística chega perto de US\$ 4,5 bilhões, aumentando para aproximadamente, US\$ 9,3 bilhões em 2011, o que significa uma previsão de 4,0% de crescimento ao ano entre 2001 e 20011, em termos reais, pois o cálculo inclui a inflação.

Com efeito, a contribuição econômica do turismo nas suas mais variadas abordagens econômicas, conduz aos estudos que visualizam no setor uma importante alternativa de atividade econômica, considerando-a como componente de um conjunto mais

amplo de iniciativas de desenvolvimento, que tendem a transformar a atividade num importante gerador de renda e emprego, em um setor no qual a qualificação profissional representa um requisito fundamental para a perpetuação do seu crescimento, como descrito em Chucky. Gee e Eduardo Fayos-Solá :

O turismo gera empregos diretos e indiretos. Geram *empregos diretos* as empresas cujos funcionários estão em contato com os turistas ou que afetam diretamente a experiência turística, como hotéis, estabelecimentos de alimentação, companhias aéreas, empresas de cruzeiro, agentes de viagens, atrativos e lojas. Oferecem *empregos indiretos* no turismo as empresas que servem às que geram empregos diretos, podendo ser fornecedores de restaurantes, construtoras de hotéis e fabricantes de aviões. Em geral, o emprego direto e indireto do turismo representa uma porção considerável do total de empregos (2003,p. 147).

Sendo assim, a percepção dos benefícios diretos e indiretos que a indústria do turismo oportuniza a expansão do setor, cuja tendência internacional impulsiona o desenvolvimento de estratégias diferenciadas de conformação de novos produtos turísticos, que não o tradicional turismo de sol e praia, ainda que ambos permaneçam significativamente de caráter expressivo no imaginário do turista contemporâneo.

Ao se referir a esta temática Beni observa que:

Os futuros turistas também desejam fazer coisa diferentes. Embora o turismo de sol e praia ainda seja expressivo, pressões de tempo e superlotação significam que as férias-padrão de duas semanas na praia torna-se-ão menos populares. Os americanos e principalmente os europeus realizam viagens mais curtas, porém mais diversificadas, estimulando o crescimento do turismo de aventura, do ecoturismo, do turismo cultural, do turismo de estética e saúde, dos cruzeiros e do turismo desportivo para lugares cada vez mais remotos: China, Maldivas, Botsuana, Vanuatu. Autenticidade é a nova palavra do momento; os turistas ocidentais mais abastados estão evitando os pacotes de viagens para buscar experiências mais exóticas e personalizadas. Governos e empreendedores locais estão se esforçando muito para atender essa nova demanda, que lhes oferece a oportunidade de aferirem mais receitas do turismo dentro de suas fronteiras (op. cit., p. 27).

Todavia, os debates sobre os caminhos do turismo para os próximos anos enfrentam diversos desafios em torno dos efeitos negativos oriundos de propostas desordenadas de planejamento turístico dissociadas da realidade local, em um setor no qual o dinamismo de sua interatividade com outros ramos da economia tende a produzir benefícios sazonais às regiões receptoras.

Assim, muito embora o turismo oportunize amplas possibilidades de desenvolvimento socioeconômico para todos os envolvidos, o mesmo deve ser considerado como componente de um amplo conjunto de estratégias que visem minimizar os impactos negativos das especificidades que o setor em si agrega.

Em síntese, sobre a temática abordada Lage e Milone afirmam:

A menos que seja profissionalmente dirigido, o choque de um grande número de turistas de civilizações diversas, com diferentes motivações e expectativas sobre uma determinada sociedade, criará tensões sociais econômicas e políticas. Tais conflitos, em alguns casos podem invalidar alguns benefícios econômicos gerados pelo turismo criando maiores dificuldades para todos os agentes envolvidos (2000, p. 131).

Capítulo 5

TURISMO E DIÁLOGO CULTURAL

A dinâmica da realidade mundial, com suas novas concepções atualizou os códigos de compreensão da atividade turística, nas esferas políticas, econômicas, sociais e culturais, entre outras.

No entendimento de Octávio Ianni (2002, p.177) a interação advinda do surgimento de um diferenciado tipo de utilização do espaço sócio-cultural, produziram profundas transformações na “sociedade global” envolvida em “outros e novos modelos de ser, viver, trabalhar, agir, sentir, pensar, sonhar, imaginar”, por meio do respeito à natureza, do aprendizado e da preservação dos bens culturais.

Para Vieira :

A velocidade das novas técnicas de comunicação eletrônica levou à intercomunicação dos lugares que se tornam globalizados. Cada local revela ao mundo: o global sobrepõe-se e penetra o local, abrindo passagem para referências culturais globalizadas, do jazz ao rock, de Madonna a Michael Jackson, de Fellini e Godard a Spielberg, de Brigitte Bardot e Ingrid Bergman a Catherine Deneuve, de Humphrey Bogart e Marcelo Mastroianni a Mel Gibson e Harrison Ford, de Caruso a Pavarotti, de Pelé a Maradona, de Picasso a Andy Warhol (1997, p. 98).

A este fenômeno, chamado pelo mesmo autor de “globalização”, observamos o romper com as fronteiras nacionais, além de a “cultura mundializada” acabar com a divisão interno/externo, ou seja:

A cultura mundializada se internaliza dentro de nós. O espaço local” desencaixado” aproxima o que é distante e afasta o que é próximo, isto é, o local é influenciado pelo global, ao mesmo tempo que o influencia (op. cit., p.100).

Transpondo essa discussão para a atividade turística no cenário internacional, tem-se que a sua prática ao ultrapassar os limites das fronteiras nacionais, pode transformar-se,

sintonizando diferentes culturas sob a égide do consumo por um produto, em atendimento a determinadas expectativas conformadoras nos diferentes segmentos de mercado que o turismo.

Dessa forma, ao se referir ao turismo no contexto globalizado, sua importância decorre do seu papel enquanto agente de universalização de transformação, mas também de fortalecimento da identidade e da integração cultural, ao aproximar lugares e povos, universalizando as instâncias local e global dentro de espaços sutilmente construídos no imaginário coletivo.

Na visão de Barbosa :

O turismo tem despertado o interesse de vários segmentos sociais, como um excelente produto de consumo, sobretudo na sociedade atual, em que existe um processo de padronização de costumes, que se convencionou chamar de globalização. As redes de comunicação vêm tornando o planeta cada vez menor, a difusão de imagens atinge as pessoas com muito mais intensidade e maior rapidez. Ao se referir a essas transformações, a identidade acaba sendo atingida (2000, p. 29).

E assim Barbosa citando Hall observa que:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente (Ibidem, p.29).

Sendo assim, o turismo ao se aproximar códigos culturais diferenciados em torno de imaginários coletivos, os quais foram materializados em um diálogo intercultural, construiu sistemas de interdependência de culturas diferentes.

Dessa maneira, o turismo por seu caráter totalizador, se particulariza precisamente por ser um sistema que com infinitas possibilidades de aproximar variáveis culturais nitidamente interativas, assume por assim dizer sua característica multicultural, conforme definido por Dias e Aguiar:

Turismo cultural é uma segmentação do mercado turístico que incorpora uma variedade de formas culturais, incluindo museus, galerias, festivais, festas, arquitetura, sítios históricos, performances artísticas e outras, que, identificadas com uma cultura em particular, integram um todo que caracteriza uma comunidade, e que atrai os visitantes em busca de características singulares de outros povos (2002, p. 134).

Neste sentido, no curso da globalização, transformações vivenciadas através das experiências adquiridas por meio das viagens, não representam algo de novo, apenas a velocidade na qual as interações acontecem, quando mal articuladas, podem traduzir-se em experiências desastrosas para “hóspedes e anfitriões”.

Sobre essa questão, Gee e Fayos-Solá (2003, p.164) advertem para a problemática de alguns dos obstáculos ao turismo sociocultural sustentável, a saber: o choque cultural e a arrogância cultural. À respeito do choque cultural, os autores citados afirmam que este representa a totalidade de reações a pessoas e ambientes estranhos, tendo como resultado o comportamento inadequado por parte, tanto de visitantes ou de seus anfitriões. No que diz respeito, a arrogância cultural os autores a definem como a prática contínua de desconsiderar os sentimentos e as perspectivas da comunidade anfitriã, em detrimento das próprias regras culturais. De maneira geral, ambos os comportamentos podem representar uma agressão aos princípios do turismo sustentável na esfera sociocultural provocando reações hostis de ambos os envolvidos.

Dessa forma, surgem dúvidas nos estudos atuais quanto as possibilidades de superação dos estranhamentos, a partir de processos contraditórios de uniformização e diferenciação cultural ocorrendo ao mesmo tempo, perpetradas por processos de formação do produto turístico vinculados aos arquétipos tradicionais desvinculados do respeito as comunidades receptoras. Em algumas culturas, as grandes aglomerações reunidas de turismo, por exemplo, podem ser consideradas intoleráveis, bem como determinados valores adotados por viajantes.

De acordo com Dias e Aguiar:

Os turistas, de maneira geral, apresentam uma enorme variedade de reações em suas experiências de viagem. Muitos viajantes, assim que tomam consciência de que estão longe de casa, sentem-se liberados de suas inibições normais e passam a proceder como

pessoas diferentes, adotando comportamentos sociais que estão longe daqueles adotados no seu dia-a-dia (2002, p. 144).

Sobre essa temática, Dias e Aguiar descrevem alguns problemas que podem afetar uma visita a determinados países:

A visita a países muçulmanos que apresentam costumes ditados pela religião deve ser planejada com bastante cuidado; por exemplo, deve-se dar especial atenção as roupas, que devem apresentar um grau de discrição que muitas vezes pode ser inaceitável para os padrões ocidentais. Com frequência, gestos que em nossa cultura são inocentes podem levar o turista a enfrentar situações inusitadas. Na Turquia, o polegar levantado significa o convite para um relacionamento gay; na Nigéria e na Austrália tem o mesmo sentido pejorativo que o levantamento do dedo médio no Brasil (op. cit., p. 145).

Entretanto, torna-se importante ressaltar que, os cuidados necessários ao contato entre culturas distintas não são exclusivos da atividade turística e devem ser estendidos aos mais variados processos de interação entre visitantes.

Nessa perspectiva podem ser citadas as considerações de Carnier sobre o formalismo alemão presente nas negociações internacionais:

O formalismo é uma constante nos encontros de negócios, sendo que o cumprimento através do aperto de mãos é uma instituição nacional. Para os estrangeiros tal ato pode parecer uma banalidade ridícula, mas estudos revelam que o aperto de mãos faz parte do jogo social no âmbito das empresas alemãs e que na média um empregado alemão perde cerca de 20 minutos todos os dias cumprimentando seus colegas, e principalmente seus superiores (1996,p.282).

Ainda sobre os impactos socioculturais do setor turístico numa escala planetária alguns teóricos demonstram sua preocupação com a excessiva interdependência global, a qual tem fomentado a construção de identidades culturais em uma sociedade massificada a partir de traços de comportamento padronizados.

Visto dessa forma, Dias e Aguiar, afirmam ao mesmo tempo que o turismo pode trazer benefícios, o mesmo, quando mal planejado, pode causar problemas, entre os quais podem ser citados:

- a) Uma alteração profunda na comunidade local, pela perda do seu orgulho e identidade cultural, o que ocorre quando busca tornar-se mais aceitável para os visitantes, adotando os hábitos e costumes destes;
- b) Um aumento na velocidade e escala em que ocorrem os conflitos culturais e as mudanças daí decorrentes; de modo geral, isso acontece quando se modificam os papéis e as posições sociais dos jovens e das mulheres;
- c) A adoção pela juventude local, de novos comportamentos – roupas, linguagem, modas musicais etc. – que fazem entrar em choque com os habitantes mais velhos da comunidade local;
- d) São colocados em risco, muitas vezes, crenças e valores sociais consolidados ao longo do tempo.(op.cit, p.151)

Sob essa ótica, ao se referir às relações entre a realidade que nos rodeia e a formação dessa nova identidade coletiva, a partir da padronização de gostos, atitudes, valores e expressões que conduziram as mais variadas críticas da comunidade acadêmica ao turismo cultural, Barbosa afirma:

Agora numa escala planetária, os fluxos culturais entre as nações e o consumismo global criam possibilidades partilhadas – como consumidores para os mesmos bens, clientes para os mesmos serviços, públicos para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão muito distantes uma das outras no espaço e no tempo, ocorrendo uma padronização do consumo. À medida que as culturas nacionais tornam-se expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas pelo bombardeamento e pela infiltração cultural (Thompson apud Hall,1999:74). As imagens circulam no planeta de forma avassaladora, as identidades começam a perder sua autenticidade: passam a ser globais (2000,p.29).

Sob esse enfoque, reforça-se novamente, a preocupação de muitos estudiosos com a homogeneização cultural promovida pela globalização, a qual pode constituir-se em sérias ameaças as identidades, conforme análise de Barreto:

As principais críticas referem-se à transformação do legado cultural em bens de consumo. Na visão de alguns antropólogos e historiadores, a preservação da identidade

começa de uma exigência do mercado turístico internacional. Uma vez que os turistas provenientes, em sua maioria, dos 12 países mais ricos do mundo querem ver, de certa forma, o “paraíso perdido”, ou seja as formas de vida de uma sociedade pré-moderna, faz-se necessário que aquelas comunidades, justamente por serem menos desenvolvidas e conseqüentemente menos ricas, mantenham essas características, rotuladas de “autenticidade local”. A busca dos elementos característicos e diferenciais de cada cultura aparece como uma necessidade de mercado, a cultura autóctone é a matéria-prima para a criação de um produto turístico comercializável e competitivo internacionalmente. O legado cultural, assim transformado em produto para o consumo, perde seu significado. A cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. A história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro (2000, p. 47).

Contudo, estão em cena, questões intrínsecamente ligadas ao turismo, como relacionadas a defesa da relação identidade/diversidade cultural, segundo uma abordagem vinculada nitidamente à atividade turística no espaço globalizado.

Ressalte-se, no entanto, que não se trata de pensar as culturas globalizadas como substitutivas das culturas locais, e sim pensar uma nova articulação do global com o local, vinculando-o as propostas turísticas que possibilitem a convivência e a descoberta daqueles elementos que as tornam ao mesmo tempo singulares e/ou direcionadas para o entendimento internacional.

Nesta acepção, Irving e Azevedo afirmam a importância do turismo cultural na promoção do entendimento entre os povos.

É nesse cenário que o *turismo cultural* desponta fortalecido como uma das vertentes mais significativas da dimensão cultural do desenvolvimento: pela riqueza de variantes que comporta; pelas interfaces que motiva; pelos desdobramentos que podem estimular; pelos efeitos possíveis na construção da cidadania; pela valorização da alteridade, isto é, a compreensão da existência de outros patrimônios ações culturais que, assim como os nossos, merecem igual respeito. Também pelo retorno econômico que propicia e, sobretudo, pelo compromisso que assume com as gerações futuras (2002, p. 151).

Desse modo, o reconhecimento da atividade turística no cenário das Relações Internacionais oportuniza o acréscimo de valores inerente inerentes às formas convencionais e às realidades intrínsecas da própria maneira de ser do turismo,

tradicionalmente traduzida nos setores econômicos, as quais podem ser acrescidas de um novo modelo de percepção do “turista viajante”, interessado por agregar bens culturais e estilos de vida, permitindo um diálogo mais apropriado entre culturas diferentes.

Partindo desse princípio, torna-se de suma importância a aliança entre a estratégia econômica e o enfoque mais amplo das representações culturais, se deslocado dos procedimentos quantitativos para qualitativos; a partir de um novo modelo de visão das potencialidades que a atividade turística introduz aos envolvidos no processo.

Por outro lado, utilizando o caso brasileiro como exemplo, pode-se observar que o turismo nacional influenciado por uma série aspectos conjunturais tem crescido de forma minimamente expressiva se comparado a outros países que não possuem a diversidade cultural e natural que o país oferece, mesmo que os dados estatísticos apontem na direção de uma melhoria no setor nos últimos anos, como pode ser observado na Tabela 4

Tabela 4 – Entrada de Turistas no Brasil – 1993/2003

Anos	Turistas
1993	1.641.138
1994	1.853.301
1995	1.991.416
1996	2.665.508
1997	2.849.750
1998	4.818.084
1999	5.107.169
2000	5.313.463
2001	4.772.575
2002	3.783.400
2003	4.090.590

Fonte: DPF e EMBRATUR

Anuário Estatístico da EMBRATUR 2004

Neste cenário o fluxo turístico que mais demanda ao Brasil, vêm motivado principalmente pelo “lazer” proporcionado pelas nossas inúmeras praias e demais belezas naturais encontradas no território nacional, em detrimento de outras motivações para realização de suas viagens, dados que podem ser analisados na Tabela 5.

Tabela 5 – Motivo da viagem alegado por turistas estrangeiros ao desembarcarem no Brasil (1999/2003)

Motivo da Viagem	1999	2000	2001	2002	2003
Lazer	77,6%	57,0%	55,5%	51,2%	53,9%
Negócios/ Congressos/Convenções	21,2%	27,9%	34,9%	28,3%	26,0%
Visitar familiares/amigos*	-	10,9%	10,6%	15,6%	17,1%
Estudo/Ensino/ Pesquisa*	-	1,5%	1,1%	1,6%	1,1%
Religião/ Peregrinação*	-	0,2	0,1%	0,5%	0,5%
Tratamento de saúde*	-	1,5%	0,1%	0,3%	0,5%
Outros	1,2%	1,0%	2,2%	2,5%	0,9%

Fonte: EMBRATUR

* Motivações incluídas na pesquisa a partir do ano 2000

Brasil -Estudo da Demanda Turística Internacional 2003,p. 22

De acordo com a tabela apresentada, entre os anos de 1999 e 2003, observa-se que a motivação *Lazer* manteve-se como principal razão da viagem de mais da metade dos turistas estrangeiros (53,9%) que visitaram o Brasil, seguida da opção *Negócios/Congressos e Convenções* (26,0%) e de *Visita a familiares/Amigos* (17,1%). Dessa forma, os percentuais apurados para os demais motivos foram poucos significativos, situando-se em índices abaixo de 2%.

No entanto, se a principal motivação para a escolha do Brasil para passar as suas férias é o lazer, segundo recente pesquisa realizada com 1203 turistas nos aeroportos internacionais do Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Salvador, Recife, Natal,

Fortaleza e Manaus, pelo Instituto Vox Populi em setembro e outubro do ano passado, encomendada pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), ligado ao Ministério do Turismo e publicado na Revista Isto É (Carvalho e Costa, 19/01/2005) na qual, a alma do nosso país foi considerada nosso grande patrimônio.

Na visão de Carvalho e Costa :

Apesar da pobreza e da violência que faz dos estrangeiros vítimas constantes, os “gringos” saem encantados com os brasileiros, que para eles são “amigáveis, alegres, felizes simpáticos, amáveis, cordiais”. Além disso, se sentem bem acolhidos pelo povo, que os recebem de “forma afável e prestativa (Revista Isto É, 19/01/2005).

Todavia, o turista estrangeiro considera que o sincretismo cultural encontrado na “alma” do povo brasileiro fomentou determinadas especificidades que tranformaram a nossa população em um exemplo de “diálogo cultural”.

Dessa forma, mesmo reconhecendo os problemas enfrentados no cotidiano das grandes cidades brasileiras, diante de uma infra-estrutura urbana e turística incipiente e deficitária, a Tabela 6 demonstra os resultados da pesquisa realizada pela EMBRATUR com turistas estrangeiros que retornaram para os seus destinos, no momento de sua saída do Brasil.

**Tabela 6 – Principais críticas dos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil
(2001/2003)**

Itens Avaliados*	2001	2002	2003
Sinalização Turística	15,85%	8,3%	10,3%
Limpeza Pública	12,1%	10,2%	10,1%
Segurança Pública	9,0%	10,3%	9,3%
Comunicações	10,5%	7,4%	8,6%
Transporte Urbano	7,7%	5,1%	7,9%
Táxi	5,8%	4,2%	5,0%
Diversões noturnas	3,2%	2,7%	3,4%

Fonte:EMBRATUR

* Percentual apurado para o conceito *Ruim*

Brasil- Estudo da Demanda Turística Internacional 2003, p.42

Diante da tendência cada vez maior, provocada pela intensificação da interação entre a mais diversas culturas o planejamento das viagens, bem como o conhecimento dos costumes dos povos visitantes/visitados e suas especificidades, podem traduzir-se em experiências significativas em distintas nações, por meio dos aspectos positivos que o prazer das viagens proporciona através do contato intercultural.

Capítulo 6

CONCLUSÃO

A expansão do turismo na conjuntura mundial e sua conseqüente aceitação como uma das atividades mais promissoras para o século XXI, decorrente da variedade de valores inerentes às formas convencionais e às realidades intrínsecas da própria natureza que a atividade em si agrega, oportunizou a realização de outros segmentos do mercado turístico, no qual o atendimento às necessidades próprias da sociedade atual e do processo de globalização estão no bojo destes debates.

Não obstante, até recentemente, o desejo de conhecer outros povos e de estabelecer relações com outras culturas foi sempre uma constante na história da humanidade. Contudo, estes deslocamentos estavam restritos a uma elite que dispunha de determinadas prerrogativas - tempo e meios econômicos – para a satisfação de seus interesses, sejam eles de cunho religioso, cultural, etc.

No entanto, as profundas e rápidas mutações operadas pelos mercados globalizados de finanças, bem como as estruturas mundiais de meios de comunicação e fluxos de migração, tanto do ponto de vista científico, técnico e econômico, como do ponto de vista social, político e cultural, permitiram o acesso às viagens a generalidade das população, passando a constituir parte integrante do estilo de vida para um significativo número de pessoas em todo o mundo.

Nessa perspectiva, a atividade turística insere-se numa necessidade imperiosa da sociedade atual e do processo de globalização, incorporada mercadologicamente ao rol das necessidades básicas do “viajante globalizado”, nas suas amplas diversidades que os distinguem em termos educacionais, de poder aquisitivo, além da diversificação etária, das oportunidades e das necessidades atendidas.

Sendo assim, em consonância com as asserções apresentadas no decorrer dos estudos realizados, o marco geral deste trabalho assenta-se em uma moderna concepção do turismo, com especial enfoque nos seus impactos, no contexto dos mercados globais, bem como a sua relação enquanto fomentador do diálogo cultural, aproximando pessoas de

diferentes partes estejam elas no âmbito local ou global, possibilitando a descoberta daqueles elementos que as tornam singulares, bem como dos que as unem.

A questão central apresentada nos estudos realizados, evidenciou o papel estratégico que a discussão em torno da efetividade e implementação, de um modelo turístico no cenário internacional impõe ao debate internacional.

Neste sentido, em consonância com os princípios anteriormente expostos o “turismo globalizado” transcendeu as fronteiras dos valores demandados pelo turismo tradicional de lazer – “sol e mar”, por exemplo - quando intensificou as relações entre sociedades, substituindo obstáculos como as longas distâncias que dificultavam o contato inter-cultural, pelas facilidades de comunicação que a dinâmica atual oferece.

De fato, o “turismo tradicional” na medida em que ultrapassou a dimensão local, ao adicionar outras sociedades, culturas e comunidades ao mesmo tempo, acenou com a possibilidade de sua inserção na promoção do entendimento cultural, trazendo consigo a introdução de novas estruturas e um novo potencial com alterações significativas no seu papel de interlocutor cultural no cenário das relações internacionais.

Em suma, repensar o turismo no contexto internacional, mas especificamente a sua contribuição para o reconhecimento e o entendimento cultural como meio de derrubar as barreiras entre povos de diferentes nações, traz à tona a discussão fundamental para o respeito e a interação necessários às culturas distintas.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Editora Ática S.A., 1995.

ANGELI, Margarita Barreto. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995 (Coleção Turismo)

_____. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1996 (Coleção Turismo).

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA EMBRATUR – 2004. Brasília: Ministério do Turismo/Instituto Brasileiro de Turismo. Diretoria de Estudos e Pesquisas, 2004, v.31180 p. dados de 2003.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. Perda de identidade e produção de novos lugares. In: **Espaço e geografia**. Brasília: Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Ano 3, n° 1, p. 29-34, 2000.

BARRETO, Margarita . **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas, SP: Papirus, 2000 (Coleção Turismo).

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

_____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003 (Turismo).

BRASIL – Ministério do Turismo. **Estudo da demanda turística internacional**. – 2003. Brasília, Brasil: 2004.

CARNIER, Luis Roberto. **Marketing internacional para brasileiros**. 3 ed. São Paulo: Aduaneiras, 1996.

CARVALHO, Ana e COSTA, Florência. O jeito brasileiro de ser. **Revista Isto É**. São Paulo: Editora Três, n.1840, 19 de janeiro de 2005, p.38-43.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo atividade marcante do século XX**. Caxias do Sul: EDUCS, 1996.

CAVALCANTE, Clóvis (org.). **Desenvolvimento e natureza: estudo para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, Recife-PE: Fundação Joaquim Nabuco, 1998.

CHUCK, Y. Gee e FAYOS-SOLÁ, Eduardo. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2 ed., Porto Alegre: Bookmann, 2003.

DAVIDSON, Thomas Lea. O que são viagens e turismo: constituem de fato um setor? In: THEOBALD, William F. **Turismo global**. São Paulo: Editora SENAC/SP, 2001.

DIAS, Reinaldo e AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 2002.

IANNI, Octávio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2002

IRVING, Marta de Azevedo e AZEVEDO, Júlia. **O turismo e o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

LAGE, Beatriz Helena Gelas e MILONE, Paulo César. Impactos socioeconômicos globais do turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas e Milone, Paulo César. (org) **Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000, p.117-131.

.MOLINA E, Sérgio (org) **Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina**. Bauru/São Paulo: EDUSC, 2001.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil: hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX**. São Paulo: Editora Manole Ltda, 2001.

REJOWSKI, Miriam e SOLHA, Karina. Turismo em um cenário de mudanças. In: REJOWSKI, Miriam (org.) **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002, p. 118-153

SILBER, Simão Davi. Cenário Mundial e perspectivas da economia brasileira. In LAGE, Beatriz Helena G. e MILONE, Paulo César (org). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo : Atlas, 2000. p. 341-352.

SOLHA, Karina Toledo. Evolução do turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Miriam(org). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002

SILBER, Simão Davi. Cenário mundial e perspectivas da economia brasileira. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas e Milone, Paulo César (org). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000, p. 341-352.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. São Paulo: Editora SENAC/SP, 1995

_____ Turismo brasileiro e a questão social. In: Netto, Alexandre Panosso e TRIGO, Luís Gonzaga Godoi. **Reflexões sobre um turismo: política, ciência e sociedade**. São Paulo: Aleph, 2003(Série turismo), p.87-109

VAR, Turgut e AP,John. O turismo e a paz mundial. In: THEOBALD, William F.**Turismo Global**.São Paulo: Editora SENAC/SP,2001

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**.Rio de Janeiro: Record, 1997.

VIEGAS, Waldir. **Fundamentos da metodologia científica** . Brasília: Paralelo15, Editora UNB, 1999.

YASOSHIMA, José Roberto e OLIVEIRA, Nadja da Silva. Antecedentes das viagens e do turismo. In: REJOWSKI, Miriam (org).**Turismo no percurso do tempo**.São Paulo: Aleph, 2002 (Série Turismo) p. 17-40