

O TURISMO COMO UM FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL E/ OU REGIONAL

Fábia Fonseca Barbosa

Mestranda da Universidade Federal de Lavras - Ufla

RESUMO

Este artigo pretende refletir, através de uma revisão de literatura, se o turismo seria capaz de propiciar um desenvolvimento sócio-econômico local e/ou regional. Tomará por base o efeito multiplicador da atividade turística e seus impactos na economia e comunidade receptora de turistas.

PALAVRAS-CHAVES: turismo, desenvolvimento, emprego.

TOURISM AS A LOCAL AND/OR REGIONAL DEVELOPMENT FACTOR

ABSTRACT

This article intends to make the reflexion through the revision of the Literature, if the Tourism can be to considerate as local and/or regional development factor. This job will have the multiplier effect of the Tourism and its produce impact across the population and the environment.

KEY-WORDS: tourism, development, job.

INTRODUÇÃO

A literatura existente sobre o desenvolvimento não tem dedicado ao turismo uma atenção à altura que este possui. As razões deste propósito não são muito claras. Talvez, seja pelo fato de o turismo de massa ser um fenômeno recente, pós-Segunda Guerra Mundial, ou, por não ter a mesma representatividade para todas as cidades e/ou regiões. Seu descaso também pode ser justificado pelo fato de que freqüentemente, associa-se a lazer e descanso. No entanto, o turismo não possui apenas um grande significado econômico em muitos casos, sendo fonte de renda e de divisas, mas também exerce impactos relevantes sobre a cultura e o espaço (natural e social) da área receptora dos turistas.

O conceito de turismo é um pouco controverso segundo os vários autores que tratam desse assunto. O turismo está relacionado com as viagens, porém não são todas as viagens que são consideradas como turismo. O conceito de turismo implica a existência de recursos naturais e/ou culturais e infra-estrutura.

“Turismo é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria geram sobre os ambientes físico, econômico, sócio-cultural da área receptora” (JAFARI apud BENI, 1998:38).

O Departamento Australiano de Turismo e Recreação (BENI, 1998:36) conceituou o turismo como uma importante indústria nacionalmente identificável, que compreende um amplo corte transversal de atividades componentes, incluindo a provisão de transportes, alojamento, recreação,

Recebido em 17/07/2004

Aprovado para publicação em 22/09/2004

alimentação e serviços afins.

O turismo é uma força econômica das mais importantes do mundo. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas, criam-se mercados nos quais a oferta e a procura encontram-se. Os resultados do movimento financeiro decorrentes do turismo são por demais expressivos e justificam que esta atividade será incluída na programação da política econômica de todos os países, regiões e municípios.

O turismo pode ser considerado uma atividade transformadora do espaço, uma que necessita da existência de uma organização dentro do setor que promove as viagens e beneficia os locais receptores, pelos meios que utiliza e pelos resultados que produz. A atividade aproveita os bens da natureza sem consumi-los, nem esgotá-los; emprega uma grande quantidade de mão-de-obra; exige investimento de enormes somas de dinheiro; gera rendas individuais e empresariais; proporciona o ingresso de divisas na balança de pagamentos; origina receitas para os cofres públicos; produz múltiplos efeitos na economia do país, valoriza imóveis e impulsiona a construção civil.

Os resultados que a atividade turística é capaz de obter, decorrem da movimentação econômico-financeira pelo deslocamento de pessoas de seu local habitual de residência para outros, desde que esse deslocamento seja espontâneo e de permanência temporária.

Ao analisar o fenômeno turismo deve levar em conta dois aspectos importantes: o interesse dos turistas e o interesse do local que recebe os turistas. O primeiro procura regiões que oferecem atividades que ocupem seu tempo livre e que atendam a seus interesses. O segundo visa atrair os turistas para ocupar o tempo livre dos mesmos por meio das atrações que já possui ou que pode criar. O relacionamento entre essas duas partes produz resultados que levam o local visitado ao desenvolvimento econômico, à medida que a localidade se organiza e dinamiza o setor turístico. É justamente nesse ponto que o turismo começa a produzir seus resultados, como a circulação da moeda, o aumento do consumo de bens e serviços, o aumento da oferta de empregos, a elevação do nível social da população e ainda o aparecimento de empresas dedicadas ao setor (agências de viagens, hotéis, restaurantes, transportes, cinemas, etc.)

A presença dos turistas leva o Poder Público a adaptar seu comportamento às novas necessidades. Não são mais aceitas falhas no fornecimento de água, luz, rede de esgoto e o recolhimento do lixo. É necessário que a localidade tenha boa pavimentação e sinalização.

A atividade turística engloba setores da hotelaria, de transporte de passageiros, de esporte, de lazer, de repouso, de congressos, de exposições, de arte, de brindes, artesanato e um vasto elenco de ofertas, ligado direta ou indiretamente, às viagens individuais ou em grupo.

A modernização e disseminação das comunicações eletrônicas (televisão e telefonia), o alargamento e o barateamento das ofertas de transporte são fenômenos que multiplicam por todas as regiões, ampliando as bases do setor e colocando-o como o segmento negocial que mais cresce no mundo (OLIVEIRA, 2000).

Temos na atividade o espaço geográfico com seu principal objeto de consumo e disso decorre uma de suas mais importantes especificidades: o consumidor-turista, este tem, obrigatoriamente, que se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico (CRUZ, 2001).

Em função dessa característica intrínseca, o turismo acaba por impingir transformações em três porções do espaço geográfico: pólos emissores de fluxos, os espaços de deslocamentos e os núcleos receptores de turistas.

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente artigo foi realizado através de pesquisa bibliográfica em livros e revistas especializadas. Através desta foi levantada e revisada a literatura existente para a elaboração conceitual e definição de marcos teóricos.

REGIÕES OU CENTROS EMISSORES E REGIÕES OU CENTROS RECEPTORES

Consoante a origem e o destino das correntes classifica-se como emissores e receptores,

designação que tanto se pode aplicar aos municípios, regiões como países de onde provêm os turistas ou aonde se destinam, respectivamente.

Os termos emissor e receptor são utilizados com muita freqüência mas a sua definição é complexa e, por isso, é necessário ter em consideração os seguintes aspectos:

- Na realidade não é fácil encontrar países que sejam exclusivamente emissores ou receptores, sendo mais correto utilizar o termo predominantemente emissor ou receptor.
- A noção de país emissor ou receptor do ponto de vista do turismo internacional estabelece, geralmente, uma relação com o nível de desenvolvimento econômico. Segundo CUNHA (1997:25) os países predominantemente emissores são, normalmente, mais desenvolvidos economicamente do que os receptores.
- Uma região emissora apresenta normalmente, condições sócio-econômicas favoráveis, elevado nível de vida e níveis culturais que incitam à viagem.
- A região ou município predominantemente receptor dispõe de recursos, infra-estruturas e instalações turísticas necessárias para acolher os turistas mas as suas condições sócio-econômicas são, por vias de regra, inferiores às dos países emissores.

Esquemáticamente, a deslocação de pessoas a partir de seu local de residência para um outro local e regresso à sua origem, quando existem níveis diferentes de rendimento entre duas regiões ou municípios, origina-se uma corrente turística do mais rico (emissor) para o mais pobre (receptor).

Relativamente ao turismo interno verifica-se uma situação semelhante: as regiões mais pobres, sempre que possuam suficientes meios e condições de captação, desenvolvem os seus recursos turísticos que são vendidos nas regiões mais ricas. O mesmo raciocínio se pode aplicar entre as áreas rurais e urbanas onde reside a população com maior apetência para o turismo. Porém, para que a atividade turística exista é necessário que haja uma oferta atrativa nos lugares classificados como receptores.

OFERTA TURÍSTICA

A multiplicidade de motivações que está na origem das deslocações e as características peculiares das necessidades dos viajantes não permitem delimitar claramente os contornos da oferta turística. Em qualquer outro mercado é relativamente fácil determinar os bens que são objetos de procura mesmo que se trate de bens imateriais, mas já o mesmo não acontece com o mercado turístico onde coexistem consumos que por um lado, satisfazem, simultaneamente, necessidades turísticas e não turísticas e, por outro lado, incidem sobre bens ou serviços produzidos, exclusivamente em função das necessidades dos residentes. Daqui resulta que são múltiplas e variadas as componentes da oferta turística e, em muitos casos, algumas delas não são incluídas no turismo por se destinarem a produzir bens e serviços que não têm como objetivo a satisfação de necessidades turísticas.

A primeira componente da oferta turística é constituída pelos recursos naturais, considerando como tais, do ponto de vista econômico, os elementos do meio natural que satisfazem necessidades humanas. Só pelo fato de existir um elemento natural não é, porém, um recurso. É necessária uma intervenção do homem, qualquer que sejam sua natureza e dimensão, que lhe atribua a capacidade de satisfazer necessidades.

Tal como são oferecidos pela natureza, os recursos naturais são insuficientes para garantir a permanência dos viajantes cuja deslocação origina. Torna-se, com efeito, necessária a construção de equipamentos que, por um lado, permitam a deslocação (transportes, organização de viagens, etc) e, por outro, assegurem aquela permanência (alojamentos, restaurantes, etc). Sem estes equipamentos não existirá atividade turística embora possa existir deslocações. Não existirá turismo, uma vez que este se caracteriza pela transferência de divisas de um local (centro emissor) para o outro (centro receptor).

Da permanência fora da residência habitual resultam necessidades adicionais para os viajantes

(ocupação de tempo livre, comunicação) que obrigam a construção de novos equipamentos e à produção de outros bens e serviços dando origem a um complexo de prestações destinadas exclusivamente a satisfazer a procura turística.

Os residentes acabam tendo acesso a essas prestações assim como os viajantes acabam por consumir bens e serviços produzidos localmente para moradores da localidade. Os bens alimentares adquiridos localmente pelos viajantes não são uma produção turística mas sim agrícola, enquanto que sua transformação em um restaurante, associada ao serviço que permite o seu consumo ao turista, é uma produção turística.

A par da produção de bens e serviços, na zona turística podemos incluir fatores intangíveis que contribuem para uma melhor satisfação das necessidades dos clientes. Dentre estes fatores, temos o acolhimento como o principal fator. Segundo SEYDOUX *apud* CUNHA (2000:150) acolhimento é o conjunto de comportamentos, de políticas e de técnicas levadas a cabo para realizar a aproximação do turista no sentido de uma relação humana de qualidade com o fim de satisfazer a sua curiosidade, as suas necessidades, gostos e aspirações, e na perspectiva de desenvolver um clima de reencontros e de troca a fim de estimular o conhecimento, a tolerância e a compreensão entre os seres.

Assim sendo, podemos definir como oferta turística o conjunto dos fatores naturais, equipamentos, bens e serviços que provoquem a deslocação de visitantes, satisfaçam a suas necessidades de deslocação, de permanência. Considerando como bem tudo quanto satisfaz uma necessidade humana e está disponível para este fim, a oferta turística compreende todos os bens e serviços que satisfazem necessidades turísticas podendo dividir-se em quatro grupos:

- Bens livremente disponíveis que, não sendo bens econômicos, por definição, constituem as bases fundamentais da produção turística: o clima, as paisagens, o relevo, as praias, lagos, fontes termais;
- Bens imateriais que, resultante da maneira de viver do homem, exercem sobre os outros homens um fenômeno de atração: tradições, cultura, exotismo;
- Bens turísticos básicos criados que, pelas suas características ou dimensões, provocam o desejo de viagem: monumentos, museus, parques temáticos, centros desportivos, estâncias termais;
- Bens e serviços turísticos complementares que, resultando, em exclusivo, da ação do homem, permite as deslocações e garantem as necessidades de permanência: meios de transporte, vias de comunicação, meios de alojamento e alimentação.

Os bens livremente disponíveis e os imateriais, não sendo bens econômicos no sentido estrito, são fonte de rendimentos por obrigarem a uma deslocação e, muitas vezes, originarem um pagamento direto. Por exemplo, uma gruta, que se pode considerar neste grupo, requer um pagamento de entrada para visitá-la. Mesmo que não produzam um rendimento direto dão origem a rendimentos resultantes da diferenças que o local oferece e favorecem a instalação de empresas cuja exploração se torna mais vantajosa.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO

O turismo tem efeito direto e indireto na economia de uma localidade ou região. Os efeitos diretos são os resultados das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente. 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 será 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 pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores dos serviços turísticos e similares. (BARRETO, 1995)

O setor público beneficia-se da atividade de duas formas: indiretamente, através dos impostos que arrecada da empresa privada, e diretamente, pelas taxas que cobra dos turistas, como visita à atrativos, etc.

O dinheiro que entra através da atividade multiplica-se na economia traduzindo-se em:

- Aumento da urbanização;
- Incremento das indústrias associadas à atividade;
- Incremento da demanda de mão-de-obra para serviços;
- Incremento da indústria de construção;
- Aumento da demanda dos produtos locais desde hortifrutigranjeiros até artesanato.
- Incremento da entrada de divisas para equilibrar a balança comercial;
- Maior arrecadação de impostos e taxas.

O efeito multiplicador é produzido pela sucessão de despesas que tem origem no gasto do turista e que beneficia os setores ligados indiretamente ao fenômeno turístico.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL E/ OU LOCAL

Atualmente, muitos governos interessados em promover o desenvolvimento regional e local vêm no turismo um poderoso aliado na busca desse desenvolvimento. De fato, classificado como a principal atividade econômica do mundo, superando até mesmo o petróleo em geração de divisas internacionais, o turismo tornou-se “objeto de desejo” para muitas regiões. Assim, governos nacionais e locais, juntamente com uma considerável parcela de empresários e outros agentes econômicos, assimilaram o discurso que coloca o desenvolvimento do turismo como grande alternativa de política econômica. (SILVEIRA apud RODRIGUES, 1999: 91)

O desenvolvimento do turismo com base local representa uma saída as tendências de produção de uma imagem estereotipada (destruição de suas singularidades). Evita que haja devoração da paisagem, degradação do meio ambiente e descaracterização de culturas tradicionais.

O turismo com base local ou regional constitui numa mediação possível de dar algum dinamismo econômico aos lugares, representada pela possibilidade de geração local ou regional de ocupação e renda, que por sua vez, constitui o braço economicista da ideologia do localismo/regionalismo.

O desenvolvimento local alavanca a possibilidade de equalizar 5 objetivos: preservação/conservação ambiental, identidade cultural, geração de ocupações produtivas e de renda, desenvolvimento participativo e qualidade de vida.

DESENVOLVIMENTO QUE PODE SER GERADO PELO TURISMO

O efeito multiplicador da atividade turística é uma conseqüência positiva para o desenvolvimento local e/ou regional, uma vez que não é apenas o núcleo receptor que se beneficia. Qualquer cidade pode se beneficiar do turismo mesmo não tendo a presença do turista no município. Basta que o município, que não tenha a presença do turista, seja fornecedor de bens que serão consumidos pelos turistas, como produtos artesanais, industriais, agrícolas, alimentícios, mão-de-obra, etc.

A atividade atua indiretamente, gerando renda não só na indústria turística complementar, mas em quase todos os setores econômicos. Seu reflexo faz-se sentir na construção civil, na indústria alimentar, na produção de móveis e utensílios domésticos, nos serviços de profissionais liberais e no movimento bancário. O setor público é afetado pela realização de obras, no incremento do comércio em geral, especialmente aos ligados aos produtos típicos.

Pelo mesmo processo de reação, beneficia-se toda a rede de indústrias e serviços relacionados ao transporte, tais como postos de gasolina, oficinas mecânicas, e atividades vinculadas aos veículos automotores. Na indústria complementar, o setor de diversão e cultura, sofre uma dinamização proporcional ao incremento da atividade turística.

Além do mais, o turismo se bem planejado e controlado pode ajudar a manter e melhorar o meio ambiente de várias formas, tais como:

Preservação de importantes áreas naturais

O turismo pode ajudar a justificar e a pagar pela preservação de parques naturais, recreações ao ar livre e manutenção de áreas como atrações que de outra forma, podem ser deterioradas ecologicamente.

Preservação de locais históricos e arqueológicos

O turismo funciona como incentivo para ajudar a pagar pela manutenção de locais históricos e arqueológicos (como atrações para turistas) que, de outra forma, podem ser deteriorados ou até mesmo desaparecer.

Melhorias na qualidade ambiental

O turismo funciona como incentivo para manter o meio ambiente agradável como um todo através do controle do ar, da água, da poluição sonora, de problemas com o lixo. Também, pode incentivar a melhoria da estética ambiental por meio de programas de paisagismo, *designs* adequados de construções e melhor manutenção.

Melhoria de infra-estrutura

A infra-estrutura local de rodovias, sistemas de água e esgoto, telecomunicações e outras podem, e em geral, é otimizada através do desenvolvimento do turismo, o que traz benefícios econômicos e ambientais.

Melhorias no meio ambiente

Embora este seja um benefício mais subjetivo, o desenvolvimento de instalações turísticas bem projetadas pode promover melhorias em paisagens naturais ou urbanas que, de outra forma, podem apresentar-se tediosas e desinteressantes.

Alternativa de preservação para uma região agrícola em processo de estagnação econômica

Uma região agrícola pode estar passando por um processo de estagnação econômica derivado de problemas de mercado ou de desenvolvimento tecnológico. Nessa situação a tendência é a de transformação da agricultura tradicional pela agricultura mecanizada apoiada em grandes latifúndios. No entanto, algumas fazendas se abrem para o turismo rural e mantêm os métodos tradicionais de produção.

Valorização da cultura típica

A atividade turística pode atuar como um importante fator de valorização de hábitos e costumes relativos ao cotidiano do núcleo receptor frente ao processo de globalização, uma vez que este aspecto é fundamental para caracterizar a diferença entre locais e/ou regiões.

No aspecto econômico o turismo é capaz de aumentar as receitas dos municípios, gerar impostos, maximizar o recebimento de divisas, gerar ocupação e renda para a população local e redistribuir a renda.

O TURISMO COMO UMA OPORTUNIDADE PARA OS EXCLUÍDOS

O neoliberalismo e a acumulação flexível, com forte caráter demolidor, acarretam um grande número de elementos nefastos à sociedade, uma enorme massa de desempregados, fenômeno que atinge todos os países. Paralelamente, à globalização produtiva, a lógica do sistema produtor de mercadorias, baseada na concorrência e na busca da produtividade, origina um processo autodestrutivo, gerando uma imensa sociedade de excluídos.

No Brasil atual, apesar da propaganda das benesses trazidas pelo Plano Real, sentimos em todos os setores de atividade econômica os sinais evidentes da crise. O desemprego passa a ser a alternativa de uma economia que é mantida sob recessão, para que o mercado não possa gerar expansão monetária e, conseqüentemente, inflação. Além dos fatores estruturais, reconhecemos fatores conjunturais, dentre os quais se destaca:

- Baixa taxa já esperada, de crescimento do PIB, que é insuficiente para manter os níveis atuais de emprego formal, tornando-se incapaz de fazer frente à de um contingente de jovens que ingressa dia a dia no mercado de trabalho;
- A crescente redução do operariado fabril, devido a reestruturação, flexibilização e descentralização dos territórios produtivos, em escala global, quando entram em cena os tigres asiáticos, estes também já em fase de saturação e crise;
- O enorme incremento de um proletariado fabril e de serviços, que corresponde ao trabalho precarizado, a partir da terceirização e/ou da produção flexível;
- Um aumento significativo do trabalho feminino, absorvido pelo mercado precarizado e desregulamentado.
- Exclusão de jovens e velhos do mercado de trabalho e inclusão precoce e criminosa do trabalho infantil.

Diante destes problemas conjunturais apresentados pela economia brasileira, tem-se no setor turístico um grande potencial para absorver este contingente de excluídos. Hoje há uma política agressiva no Brasil para incentivar a formação oficial de microempresas, como o Plano Simples, que pode favorecer o setor. A simplificação do regime tributário pretende beneficiar pequenas e microempresas que atuam no mercado formal.

Considerando o imenso “rol” de excluídos, aqueles que o mercado de trabalho não absorve, pela baixa ou nenhuma escolaridade e/ou profissionalização, percebe-se que eles podem inserir-se em projetos de geração de renda, não necessariamente vinculados ao mercado formal de trabalho. Então, o turismo pode representar a uma única alternativa para a geração de renda de um indivíduo. A ação no mercado informal é vista com grande preconceito pelos atores hegemônicos, mas configura-se como uma das poucas opções para a sobrevivência com dignidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante o efeito multiplicador da atividade turística, concluímos que esta pode representar uma excelente alternativa para o desenvolvimento local e/ou regional de maneira a preservar a identidade local, conservar os patrimônios (natural e cultural) e dinamizar a economia das cidades. Lembrando, que para que uma localidade seja turística não basta possuir atrativos. É necessário que a localidade além de atrativos, disponha de um amálgama de serviços de acesso e infraestrutura. Sendo assim, alguns municípios precisam se contentar em fornecer subsídios para que atividade ocorra na região.

Portanto, desenvolvimento não deve ser entendido apenas como sinônimo de desenvolvimento econômico, embora muitos continuem para reduzi-lo a este significado. O chamado desenvolvimento econômico é, basicamente, o binômio formado pelo crescimento econômico (mensurável por meio do Produto Nacional Bruto - PNB ou Produto Interno Bruto - PIB) e pela modernização tecnológica, em que ambos se estimulam reciprocamente. Ora, a história tem mostrado, e o Brasil é um excelente exemplo a esse respeito, especialmente se recordar a época do chamado “milagre econômico” em fins dos anos 60 e começo dos anos 70 – que o desenvolvimento estritamente econômico pode ocorrer sem que, automática ou forçosamente (ou proporcionalmente) haja melhoria no quadro de concentração de renda ou dos indicadores sociais.

Portanto, o turismo sendo capaz de causar desenvolvimento aos municípios deve privilegiar a questão social, e fazer com que a questão econômica seja uma consequência.

REFERÊNCIAS

- BANDUCCI, A. J. BARRETO, M. (Orgs). **Turismo e Identidade local. Uma visão Antropológica**. Campinas: Papyrus, 2001.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papyrus, 1995.
- CUNHA, Lincio. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: McGraw’Hill, 1997.

- CRUZ, Rita de Cássia Ariza. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- IGNARRA, Renato. **Fundamentos do Turismo**. 1^a ed. São Paulo: Pioneira, 1999.
- LAGE, Beatriz Helena Gilas. **Economia do Turismo**. 7^a ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L., **Introdução ao Turismo**; Trad. Fabíola de Carvalho Vasconcelos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2000.
- RAMOS, Guerreiro. **Administração e estratégia do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1966.
- WALAB, S. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1977.