

TURISMO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Uma reflexão para o planejamento do turismo na região de Araçatuba

Edima Aranha SILVA¹

Resumo: O turismo vem sendo considerado como gerador de renda, emprego e veiculador de atitudes, estilos de vida e novos padrões comportamentais, que requer planejamento e conscientização ambiental, na perspectiva de garantir êxito no mundo global ou pós-moderno.

Palavras-chave: Turismo; globalização; planejamento; meio ambiente.

1. Considerações preliminares

Este texto consiste da primeira parte de uma pesquisa que realizamos em Araçatuba e que tem a finalidade de subsidiar tanto as produções acadêmicas dos discentes e docentes do curso de Turismo da Fundação Educacional Araçatuba, como dar apoio técnico-científico aos empreendedores do turismo na região de Araçatuba. Porque assim, entendemos que há o cumprimento de uma das metas desta Instituição de Ensino que é a realização de pesquisa para colaborar com a comunidade, colocar os acadêmicos em contato com os instrumentos de pesquisa e divulgar em anais científicos nacionais e internacional, o nome da FEA.

O mundo todo tem presenciado profundas transformações político-econômicas e técnico-científicas que caracterizam a sociedade, como global. Transformações essas, que resultam na formação de novos valores, surgimento de novas necessidades e em mudanças de hábitos de consumo.

Na ótica de SOJA (1993, p.79), vivemos o pós-modernismo:

¹ Doutoranda em Geografia pela UNESP/Presidente Prudente
Econ. Pesqui., Araçatuba, v.2, n.2, p.7-18, mar. 2000

“que reveste-se de uma reconfiguração cultural e ideológica, (...) da emergência de uma nova cultura pós-moderna do espaço e do tempo. Está em sintonia com as mudanças na maneira como pensamos e reagimos às particularidades - aos perigos e possibilidades - do momento contemporâneo, através da ciência, da arte, da filosofia e dos programas de ação política”.

Em decorrência dessa pós-modernidade e da sociedade globalizada, a economia industrial sofreu mudanças, pois vem sendo caracterizada pela predominância das atividades de serviços, pela automação das indústrias, pela informatização dos processos burocráticos e uma intensa e movimentada busca pela natureza. Padrões e estilos antigos são rompidos. Surgem novos paradigmas e, novos valores impõem às instituições de ensino e de pesquisa, novos direcionamentos, outros enfoques e muita versatilidade para a incorporação de novas linguagens aos processos de (in)formação, visando a racionalidade, eficiência e qualidade exigidas pelo novo mercado.

Assim, a pós-modernidade se refere a uma nova época, uma nova ordem sócio-econômica, associada ao crescimento do terceiro setor e às formações sociais pós-industriais, nas quais o moderno centro de produção industrial foi substituído por importantes centros de consumo, serviços financeiros e econômicos, grandes centros comerciais, áreas de entretenimento e parques temáticos. (USHER e EDWARD, 1994)

2. A dinâmica sócio-econômica

Há ainda que ressaltar que a nova dinâmica sócio-econômica vem precedida de uma reterritorialização e ocupação do espaço, de forma intensa pelo homem. É o que MORAES e COSTA (1984) chamam de processo de

valorização social do espaço, ou seja, é a apropriação do espaço pelos diversos grupos da sociedade sem limites de fronteiras. Na visão de IANNI (1995, p.23):

“ (...) as características da marcha da globalização incluem a internacionalização da produção, a globalização das finanças e seguros comerciais, a mudança da divisão internacional do trabalho, o vasto movimento migratório do Sul para o Norte e a competição ambiental que acelera esses processos(...). A globalização não é um fato acabado, mas um processo em marcha”.

Nessa marcha, o processo enfrenta obstáculos, tira oportunidades ao mesmo tempo em que as cria e aprofunda-se como tendência, como as que se apresentam. A nova ordem mundial leva cada vez mais o homem em busca de paisagens e lugares que lhes garantam qualidade de vida. Oportunamente, o turismo, a recreação e o lazer ganham espaço em escalas mundial, nacional e regionalmente, como forma de atender as aspirações humanas em uma sociedade cada vez mais globalizada.

As pesquisas apontam que o turismo tem apresentado grande índice de crescimento e as perspectivas são ainda mais animadoras para as futuras décadas, na medida em que possibilitará a criação de novos postos de trabalho e fonte de renda. A OMT dá as seguintes previsões quanto ao movimento de turistas no mundo: em 1995, 528 milhões de pessoas se deslocaram, enquanto que no ano de 2010 serão 1.018 milhões de pessoas que se deslocarão em busca de entretenimento e lazer. Nessa perspectiva, o turismo deve ser entendido no contexto da sociedade global, como um tipo de serviço prestado ao homem moderno, que cada vez mais requer de tempo e de atividades que satisfaçam suas necessidades e possibilitem o descanso físico e mental.

Atualmente a tendência do mercado turístico está cada vez mais globalizante, na medida em que há:

- aumento do tempo livre com integração do lazer e trabalho;
- crescimento das áreas de destinação do turista;
- ambientes artificiais e parques temáticos;
- desenvolvimento econômico integrado com benefício comunitário;
- cooperação X competitividade;
- foco no produto X foco no ambiente;
- melhoria ambiental;
- turismo de massa e turismo de nichos;
- turistas dinâmicos e esclarecidos em busca de autodesenvolvimento com experiências diversificadas;
- geração da terceira idade com capacidade de comprar;

(Fonte: SEBRAE, 1995.)

Devemos ainda levar em consideração o fato de que o turismo é um excelente meio de difusão, seja através de marketing e propaganda, seja através dos próprios turistas, divulgando as regiões, as cidades, os estados ou países com atrativos turísticos. Nessa perspectiva BENI (1998, p.48) diz que:

“O turismo promove a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais; abre novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural da região; integra socialmente; incrementa a consciência nacional através da cidadania; desenvolve a criatividade; promove o sentimento de liberdade; (...)”.

Assim, o turismo integra povos, promove o intercâmbio cultural, difunde a história, estimula investimentos, gera empregos e contribui para a redistribuição de riquezas. No entanto, se faz necessário saber qual é a natureza do turismo que se pratica mais. Para tal, existem várias formas de classifica-lo.

Classificação esta, que varia conforme o local, a natureza, o estilo, o interesse, etc. O SEBRAE (1995) classifica-o em 10 grandes categorias como se apresentam:

- turismo interno X turismo externo;
- turismo receptivo X turismo emissor;
- turismo de minorias X turismo de maiorias;
- turismo de elite X turismo de massa;
- turismo auto financiado X turismo social X turismo subvencionado;
- turismo coletivo X turismo particular;
- turismo estável X turismo itinerante;
- turismo convencional;
- turismo alternativo.

Quanto ao aspecto econômico, o turismo tem destaque e relevância na economia mundial, pois se situa dentre as atividades que geram mais renda e divisas. Segundo a OMT, a arrecadação com o turismo corresponde a 10% do PIB mundial, uma cifra que gira em torno de US\$ 4 trilhões. No Brasil, conforme dados do MICT, atribui-se ao turismo cerca de 8% do total do PIB arrecadado, que representa US\$ 45 milhões e 9% do total de empregos existentes. Constituindo-se ainda, o setor da economia que mais vem crescendo, tanto no que se refere à produção e à arrecadação, como na geração de empregos diretos e indiretos.

Esse aspecto é de fundamental importância, pois há previsão de que o turismo poderá gerar emprego para 305 milhões de pessoas, através de 52 setores da economia em escala mundial nos próximos anos. Esse fato é de grande relevância, pois um dos efeitos da globalização ou do pós-modernismo, é o fechamento de postos de trabalho considerados tradicionais, que já redundam em milhões de desempregados no mundo todo, como escreve ANTUNES (1998), em seu livro *“Adeus ao Trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho”*.

Para ratificar nossas afirmações, vejamos mais realisticamente, o que marcam os índices de desemprego. Nos EUA 4,3%, no Japão 4,8%, na Alemanha 10%, no Brasil 8% e na Argentina o índice de desemprego atinge 20% da população economicamente ativa. Outro fato que nos chama a atenção está relacionado ao PIB, pois segundo a OCDE o mesmo não apresentará grande crescimento para o ano 2000, conforme mostra o quadro 1.

Quadro 1: Perspectivas do desempenho do PIB

LOCALIDADE	PIB/1999	PIB 2000 (estimativa)
União Européia	1,0%	3,0%
Estados Unidos	1,9%	2,0%
Japão	0,9%	0,0%
Brasil	-2,0%	-1,0%

Fonte: O Estado de São Paulo, 8 mai..1999. p.B-16

O turismo representa para os países onde o setor é bem estruturado, atrativo e permanente, o principal meio de desenvolvimento econômico. Seja através da geração de renda, divisas e empregos, equilibrando as diferenças regionais, saneando as finanças públicas e estimulando a formação geral dos preços. Pois na medida em que se estabelecem as correntes de fluxos turísticos, possibilitarão a acumulação de uma soma considerável em diferentes setores da economia, tais como no transporte, hotel, restaurante, comércio em geral, dentre outros.

Se bem planejado e administrado, os recursos oriundos do turismo, podem ser distribuídos na comunidade da seguinte forma: pagamento com empregados nos serviços público e privado; investimentos em novos elementos atrativos; restauração e manutenção dos equipamentos de serviços; qualificação e treinamento de recursos humanos; campanhas educativas; divulgação e marketing; dentre outros. Objetivando sempre, além da prestação de excelente serviço aos turistas, a melhoria da qualidade de vida da comunidade local.

Diante dessa realidade, o turismo tem constituído importante fator de desenvolvimento regional, conforme mostram alguns trabalhos monográficos de ex-alunos dos cursos de Ciências Econômicas de Araçatuba. Embora tais trabalhos abordam o assunto em epígrafe, há muito o que se pesquisar, analisar e publicar nessa área. Esperamos que os acadêmicos que iniciaram nesse ano de 2000, o Curso de Turismo da FEA em Araçatuba, executem projetos relacionados ao Turismo nos mais diversos enfoques possíveis e cujos resultados e produtos subsidiem os governos e empresários no planejamento e gerenciamento adequados no setor turístico.

Conforme vimos, XAVIER (1999, p.59) expõe no recente trabalho elaborado e apresentado em congresso nacional, cujo enfoque foi o ensino da geografia e a sua multidisciplinariedade:

“O turismo tem sido a redenção de muitas áreas carentes e estagnadas, com repercussão sobre a qualidade de vida da população. Neste sentido, o turismo se coloca como fundamental para muitas regiões brasileiras onde as atividades agrícolas ou industriais não conseguiram desfazer os grandes desníveis regionais de desenvolvimento”.

No entanto, é imprescindível ressaltar que a atividade turística também apresenta efeitos negativos, notadamente os impactos sobre o meio ambiente. Para tanto, recomenda-se o planejamento objetivando o desenvolvimento sustentável, pois o meio ambiente constitui elemento fundamental para o turismo, logo, a sua preservação é condição primordial para a evolução da atividade. Como fala PETROCCHI (1998, p. 60):

“O meio ambiente é em geral um grande atrativo turístico, e o Brasil já possui uma legislação sobre o meio ambiente, e o administrador do turismo deve estar atento à

preservação deste, pois é fundamental para o desenvolvimento das atividades turísticas”.

É importante salientar também, que se tem discutido amplamente a questão dos impactos do turismo sobre as localidades receptoras, no sentido de minimizar os impactos negativos e otimizar os positivos. Nesse sentido, apresentamos a proposta de RUSCHMANN (1997, p.41), pois segundo o autor, para que o turismo proporcione efeitos econômicos favoráveis, se deve considerar alguns fatores que influenciam a demanda turística, tais como:

“a natureza dos equipamentos e dos recursos e sua atratividade para os turistas; o volume e a intensidade dos gastos dos turistas nas destinações; o nível do desenvolvimento econômico da destinação; a base econômica da destinação; o grau de distribuição e de circulação das despesas realizadas pelos turistas na destinação; o grau de adaptação do local à sazonalidade da demanda turística”.

Esses fatores também determinarão se os impactos serão favoráveis ou não, uma vez que, na concepção de FYOS e SOLÁ apud XAVIER (1999, p.59), *“Desde o nascimento da era do turismo de massa, pouco depois da Segunda Guerra Mundial, jamais uma atividade do homem produziu mudanças tão profundas e tão rápidas como as ligadas ao turismo e ao lazer”*

Diante disso, requer então, que o turismo seja implantado e/ou implementado mediante planejamento e educação ambiental. Quanto ao planejamento do turismo, o mesmo pode ser dividido em vários níveis, obedecendo segundo BARRETO (1996, p.63), a um critério de complexidade crescente:

“planejamento de primeiro nível: eventos, excursões, viagens; planejamento de segundo nível: transformação de

Diante dessa realidade, o turismo tem constituído importante fator de desenvolvimento regional, conforme mostram alguns trabalhos monográficos de ex-alunos dos cursos de Ciências Econômicas de Araçatuba. Embora tais trabalhos abordam o assunto em epígrafe, há muito o que se pesquisar, analisar e publicar nessa área. Esperamos que os acadêmicos que iniciaram nesse ano de 2000, o Curso de Turismo da FEA em Araçatuba, executem projetos relacionados ao Turismo nos mais diversos enfoques possíveis e cujos resultados e produtos subsidiem os governos e empresários no planejamento e gerenciamento adequados no setor turístico.

Conforme vimos, XAVIER (1999, p.59) expõe no recente trabalho elaborado e apresentado em congresso nacional, cujo enfoque foi o ensino da geografia e a sua multidisciplinariedade:

“O turismo tem sido a redenção de muitas áreas carentes e estagnadas, com repercussão sobre a qualidade de vida da população. Neste sentido, o turismo se coloca como fundamental para muitas regiões brasileiras onde as atividades agrícolas ou industriais não conseguiram desfazer os grandes desníveis regionais de desenvolvimento”.

No entanto, é imprescindível ressaltar que a atividade turística também apresenta efeitos negativos, notadamente os impactos sobre o meio ambiente. Para tanto, recomenda-se o planejamento objetivando o desenvolvimento sustentável, pois o meio ambiente constitui elemento fundamental para o turismo, logo, a sua preservação é condição primordial para a evolução da atividade. Como fala PETROCCHI (1998, p. 60):

“O meio ambiente é em geral um grande atrativo turístico, e o Brasil já possui uma legislação sobre o meio ambiente, e o administrador do turismo deve estar atento à

idades em núcleos turísticos; ativação de núcleos turísticos preexistentes; criação de complexos ou cidades turísticas; planejamento de terceiro nível: políticas nacionais para incentivar a atividade turística no país e organizá-la, abrangendo os outros dois níveis”

3. A tríade: turismo – educação – ambiente

No que tange a educação ambiental ou a educação para o turismo ambiental, na visão de RUSCHMANN (1997, p.76), esta, deve ser desenvolvida através de programas não formais, conclamando o cidadão turista a uma participação consciente e permanente na proteção do meio ambiente, como também, deve haver o envolvimento do poder público, dos empresários e moradores. Lembrando porém, que o relacionamento do turismo com o meio ambiente é, por natureza, contraditório e paradoxal.

Não obstante, XAVIER (1999, p.60) informa que a OMT destaca a preocupação de estruturar sistemas educativos turísticos com qualidade e eficiência, com vista a solucionar os problemas da qualidade na educação e na formação de profissionais ligados ao setor. Começando pela valorização no ensino do turismo, como tema transversal dentro dos Pâmetros Curriculares Nacional; e na implantação de cursos de graduação e pós-graduação em turismo. E para o respaldo teórico-científico ao ensino, urge a necessidade de se realizar pesquisas enquanto forma de produção do conhecimento no âmbito do turismo, que aliás como já nos reportamos, tem um campo fértil. Nos reportamos ao que escreveu PETROCCHI (1998, p.61), por reforçar a nossa tese:

“O planejamento do turismo deve passar por um programa de conscientização da população para a importância dessa atividade, os empresários do turismo devem se engajar nas discussões políticas do seu município, e os estudantes e

sindicatos devem ser esclarecidos sobre o turismo e o mercado de trabalho. Há possibilidade de transformar o turismo em uma atividade econômica poderosa e geradora de emprego. Tudo depende de uma mudança cultural: a população enxergar e exigir providências concretas e corretas em prol do turismo”.

Desse modo, ressaltamos que o turismo deixou de ser apenas um entreposto sem grande importância de relacionamentos humanos superficiais e modas passageiras, para ser um produtor e veiculador de atitudes, estilos de vida e de novos padrões comportamentais. O turismo cada vez mais, faz parte de uma sociedade ativa que está inserida no setor industrial e educacional, com possibilidades de formação pessoal e de produção de informações garantidas pela mídia. E a região de Araçatuba dispõe de pré-requisitos e boas condições naturais para implementar um turismo que já ocorre de forma tímida. Basta que os agentes envolvidos no processo, tais como Prefeitura, Representantes Políticos, Empresários, Escolas e Comunidade se organizem e juntos definam qual ou quais modalidades do turismo a região pode oferecer, ou até, que poderão ser criadas tais condições. Lembrando sempre dos impactos tanto positivos como negativos para toda a região.

4. Concluindo para não concluir

É verdade que na sociedade sob a égide do capitalismo, toda e qualquer atividade de natureza econômica, pressupõe o lucro. E o lucro tem-se mostrado tanto no âmbito da preservação ambiental, quanto no turismo, que se deve enfatizar mais o valor de uso, do que o valor de troca. (PELEGRINI FILHO, 1997, p.140-1). Vimos que o turismo é tanto produtor de riquezas como gerador de impactos sócio-ambientais. Mas, além dos reflexos econômicos positivos, é evidente que o turismo também exerce fortíssima influência sociocultural. Com

ênfase na preservação ambiental e do patrimônio histórico; na qualificação de recursos humanos; nas mudanças de atitudes comportamentais como hábitos de consumo e estilos de vida.

É considerado ainda, uma forma de oferecer lazer e entretenimento com geração de rendas e divisas, com possibilidades de aumentar ainda mais num futuro próximo. Pois a crescente redução da jornada de trabalho redundará em maior tempo livre que poderá ser consumido em informação, cultura e entretenimento. Esta, não é única, mas uma dentre muitas indicações de que o turismo vai assumir uma posição primaz e significativa no cotidiano dos homens do século XXI. E, a região de Araçatuba poderá indubitavelmente, inserir-se nessa realidade. Basta vontade política, consciência de preservação, qualificação profissional, investimento e campanhas para divulgação. Não esgotamos neste trabalho, as possibilidades do debate e das reflexões acerca do turismo, globalização e do meio ambiente, há muito o que estudar e a pesquisar. No entanto, lembramos que os projetos de turismo que considerarem adequadamente profissionais qualificados para o serviço e a dinâmica custos/benefícios na perspectiva sócio-ambiental, dispõem a *priori*, de êxito no mundo pós-moderno, ou na sociedade global, como queiram. Esta pesquisa ainda está em andamento, posteriormente divulgaremos os resultados finais quando a mesma for concluída.

SILVA, Edima Aranha. Tourism and defensible development: a reflection for tourism planning in the region of Araçatuba. **Economia & Pesquisa**, Araçatuba, v.2, n.2, p.7-18, mar. 2000.

Abstract: Tourism has been considered as an income and job generator, and attitude maker, life style as well as a behavior standard that requires an environmental consciousness and planning in a perspective to guarantee success in the global an post-modern world.

Keywords: Tourism; globalization; planning; mid-environment.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 5.ed. São Paulo: Cortez, 1998.
- BARRETO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo.** 2.ed. Campinas: Papirus, 1996.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac, 1998.
- IANNI, Octavio. **A sociedade global.** 3.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo César. **Economia do turismo.** Campinas: Papirus, 1991.
- MORAES, Antônio Carlos Robert; COSTA, Wanderley Messias da. **A valorização do espaço.** São Paulo: Hucitec, 1984.
- Desemprego na Alemanha sobe e chega a 10,6%. **O Estado de São Paulo**, 8 mai., 1999, Caderno Economia Internacional, p. B-16.
- PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo.** 2.ed. Campinas: Papirus, 1997.
- PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão.** 2.ed. São Paulo: Futura, 1998.
- RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável.** Campinas: Papirus, 1997.
- SEBRAE. **Preliminar de viabilidade do turismo rural.** São Paulo: SEBRAE, 1995.
- SOJA, Edward W. **Geografias pós-modernas.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- USHER, Robin; EDWARDS, Richards. **Post modernism and education.** London: Routledge, 1994.
- XAVIER, Herbe. A dimensão do turismo no ensino da geografia. *IN: Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia*, 5, Belo Horizonte, 1999. **Anais...** Belo Horizonte: Puc-Minas, 1999.