



A SUSTENTABILIDADE DO TURISMO ABORDANDO A PESQUISA E ECONOMIA

THE SUSTAINABILITY ABORDANDO TOURISM RESEARCH AND ECONOMY

Maria Aparecida da Silva¹

RESUMO

Atualmente, vive-se em constante evolução, aumentando as viagens de negócios, lazer e aquisição científica. Pra tal, o referido artigo teve como objetivo analisar as contribuições do turismo para a economia do município, em termos de renda gerada, empregos e impostos, focalizando os aspectos mais importantes no desenvolvimento do turismo, a saber: a influência da taxa de câmbio e do planejamento municipal, bem como dos gastos públicos efetuados, compreendendo um período que vai 1994 a 2006. Partiu da hipótese de que o turismo contribui de forma significativa para a economia do município. O estudo se fundamentou na economia do turismo e nas teorias do desenvolvimento. Após as análises efetuadas, concluiu-se que o turismo é um fenômeno social de grande importância econômica para o Município de Foz do Iguaçu, pois ao demandar bens e serviços dos diversos setores da economia, gera efeitos multiplicadores que refletem no desenvolvimento. E mais, o turismo realmente contribui de forma significativa para a economia do município, tanto na geração de renda e empregos, quanto na geração de impostos. Quanto mais desenvolvida for a região mais se beneficiará da atividade turística, pois a mesma exige serviços, infraestrutura e meios de transportes cada vez mais avançados.

Palavras-chave: Turismo, economia, desenvolvimento.

ABSTRACT

Today lives are in constant evolution, the increasing business travel, leisure and acquisition research. To this end, this article aimed to examine the contributions of tourism to the economy of the municipality in terms of revenue generated, jobs and taxes, focusing on the most important aspects in the development of tourism, namely the influence of exchange rate and the municipal planning and public spending made, including a period from 1994 to 2006. Started from the assumption that tourism contributes significantly to the economy of the municipality. The study is

¹ Professora Universitária. Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC. E-mail: masilvaa@gmail.com.

based on the economy and tourism in the theories of development. After the analysis made, it was concluded that tourism is a social phenomenon of great economic importance to the city of Foz do Iguaçu, as against the goods and services in different sectors of the economy, create multiplier effects that reflect the development. Moreover, tourism actually contributes significantly to the economy of the municipality, both in generating income and jobs, as the generation of taxes. The more developed for the region will benefit from more tourism, because it requires services, infrastructure and means of transport increasingly advanced.

Key-words: Tourism, Economy, Development.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como meta primordial apresentar os aspectos pertinentes à sustentabilidade do turismo no geral, abordando a parte que é o reflexo de um todo no que concerne à economia, que sempre aponta seus dados através da pesquisa.

Para tal, utilizou-se do método dedutivo que parte do estudo do geral para o particular, visto que o turismo é um fenômeno da sociedade moderna de grande importância econômica, social, política, ambiental e cultural. Sua evolução está diretamente relacionada à evolução do conceito de viagens, à preservação ambiental, bem como a ecologia.

Pois bem, algo será abordado seguindo a evolução do turismo desse os primórdios, a evolução através de viagens, enfim, num todo, o que se retrata. Desde os primórdios, as viagens fazem parte do cotidiano das pessoas. Através de inúmeras viagens que se faziam, num comparativo ao Pós-Moderno, e, em um paralelo a Foz do Iguaçu, em que para muitos o poder aquisitivo (turistas) é maior, quando vêm par o turismo de negócios, permanecendo pouco na cidade.

O turismo é muito abrangente e se destaca pelo seu caráter multidisciplinar. A atividade turística está intrinsecamente ligada aos valores que a natureza oferece as quais são as fontes de sustentabilidade dos movimentos de pessoas com fins especificamente turísticos. O turismo é uma atividade bastante ampla também do

ponto de vista produtivo, pois engloba vários segmentos da economia e não se limita a hospedagens, transportes, agências de viagens ou serviços de entretenimento.

A separação do que é produção turística e do que não é traz grandes dificuldades e aumenta sobremaneira a conceituação e a mensuração do valor econômico do turismo. Em países mais desenvolvidos ou industrializados, os reflexos da atividade turística concernem em viver, apreciar e difundir de forma prazerosa este meio.

Insta ressaltar, que de forma cautelosa, procurou-se abordar os fatores concernentes ao tema em questão uma vez que a atividade turística de num país ou região é muito sensível ao comportamento da taxa de câmbio que se movimenta em um determinado local turístico.

2. TURISMO E TURISTA

Atualmente, o objeto de estudo do turismo é próprio e nele se congrega variáveis e métodos de outras ciências consolidadas, visto que não é fácil definir turista, pois, trata-se da atuação de um indivíduo ou grupos de indivíduos em viagem cuja decisão encontra-se embasado em percepções, interpretações, motivações, atitudes, negócios, dentre os mais diversos fatores.

Fatores estes que envolvem os setores: psicológicos, educacionais, culturais, étnicos, econômicos, sociais e políticos; com uma multiplicidade de agentes institucionais e empresariais, desde que o viajante sai do local de origem até o regresso, motivo pelo qual também se estende ao próprio turismo como setor de atividade que, sendo fundamentalmente econômica, tem significados iguais, implicações, relações e incidências sociais, culturais e ambientais.

De acordo com BAPTISTA, “segundo a ONU, de 1954 (4-210), será turista, e geral, qualquer pessoa que permaneça num país estrangeiro mais de 24 horas e menos de 6 meses, sem distinção de raça ou religião”.

Analisando tal definição, percebe-se em âmbito geral que para ser turista não é propriamente necessário ser estrangeiro, visto que nos lugares que propiciam atrativos turísticos existe a preocupação em preparar pessoas para que se possam receber pessoas oriundas dos mais diversos lugares.

E, pelo que fora visto, o autor citado não considera ou ignora o turismo interior ou o turista do mesmo país, não se propondo a determinar o valor ou o significado do consumo turístico e inclui no conceito de turistas os viajantes que não podem sê-lo por causa das suas motivações e do fato econômico do local visitado, por se tratar de uma definição geral e ambígua.

Conforme posiciona RODRIGUES (1997, *passim*), o turismo começa a superar o qualitativo de setor estanque exclusivo, pois em virtude do processo de globalização em que foi instrumento de destacada contribuição, está sempre presente como fundamento na formulação, elaboração e execução de muitas políticas econômicas, regionais, sociais e culturais de vários países.

Pois bem, veja-se que o equilíbrio pretendido entre a atividade humana e o desenvolvimento e a proteção do meio ambiente exige uma repartição de responsabilidades eqüitativas e claramente definidas com relação ao consumo e ao comportamento face aos recursos naturais.

Isto implica a integração de considerações ambientais na formulação e implementação da sustentabilidade, visto que o significado “*ipsis literis*” da palavra, pretende refletir uma política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuo, sem prejuízo do ambiente e dos recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da atividade humana e do desenvolvimento. De tal forma que a sustentabilidade é uma condição para a existência do turismo, observando de forma nítida, que por tudo, a sua contribuição é mais perceptível.

2.1 O AMBIENTE E O TURISTA

RODRIGUES (1997, p. 21) afirma que o ser humano em sua caminhada pela superfície terrestre a cada dia que passa apresenta capacidade de adaptação ilimitada, mesmo em face das condições mais rudes e desafiadoras, o que se percebe que as interações entre sociedade e natureza, em seu aspecto multifacetado vêm registrando a mobilidade do ser humano sobre a superfície do planeta através dos tempos, impulsividade por variadíssimas motivações.

Porém, é notório que a partir do final do século XX emergiu uma nova modalidade de deslocamento através do planeta, o que se chama e divulga a todo instante; o turismo.

Sim, o turismo que pode ser considerado como fruto da sociedade industrial e das conquistas sociais, o período anual de descanso pelos que a ele têm acesso, vem sendo aproveitado cada vez mais, para a realização de viagens, alimentando dessa forma, os fluxos de pessoas que se deslocam a pequenas, médias e longas distâncias.

O turismo, em suas variadas manifestações (culturais, históricas, religiosas, etc.) tem muito a ver também com a natureza., principalmente no que concerne à preservação e à ecologia como um todo que é o meio propício da raça humana. O meio ambiente, em seu mais amplo sentido, aparece como componente condicionador, não sendo o único, visto que a realidade é sempre complexa.

2.2 CONSERVAÇÃO AMBIENTAL

Pois bem, ambientalistas e preservadores ambientais muito bem pensaram quando deveria haver uma legislação que viesse proteger o meio ambiente através da legislação, conforme aponta Antônio Carlos Brasil Pinto (1998, passim), no que tange às unidades de conservação, ou seja, Estação Ecológica, Reserva Biológica, Reserva Ecológica, Parque Nacional, dentre outros aspectos; visto que a própria EMBRATUR define o Ecoturismo como um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente promovendo o bem-estar das populações envolvidas.

A cuidadosa prática da atividade turística em todas essas áreas, não se poderia transformar num poderoso instrumento de conhecimento, de divulgação e de defesa que o turista e os estudiosos do meio apreciam.

Por um lado, sabe-se que a questão do turismo de, constatando-se ao contrário, que a expansão dessa atividade está condicionada à presença de condições mínimas de infraestrutura e que os fluxos turísticos mais significativos, na

atualidade, fazem-se de países em desenvolvimento para desenvolvidos, salvo em raras exceções.

Por outro lado, aos países subdesenvolvidos não faltam acusações de degradação ambiental provocada pelo exercício das atividades em geral e pelo turismo, em particular.

E, segundo Alvarez (ALVAREZ, José Díaz. Geografia Del Turismo. 2. ed. Madri: Sainteses, 1889, p. 32-33):

Tem importante base de sustentação na atuação dos grandes investimentos do setor e na cumplicidade da admiração pública. De um lado os investidores buscam o retorno do capital no menor dos espaços naturais; por outro lado, as autoridades locais temem tomar decisões que limitem as iniciativas turísticas; a conjugação desses dois fatores somada ao despreparo das atitudes dos turistas acabam sendo extremamente prejudiciais ao meio ambiente. Sem contar a miséria e a ignorância a que estão relegadas grandes parcelas da população desses países, agravando ainda mais não só a questão ambiental como a própria expansão da atividade turística.

Comentando a citação supracitada, observa-se que ela vem de encontro à vivência do Turismo de negócios de Foz do Iguazu, visto que existe um investimento no setor natural no intuito de atrair os turistas, mesmo os de viagens, de negócio, de lazer, etc., fazendo com que eles “os turistas” sintam a atratividade pelo local admirando das riquezas naturais, do meio ambiente, dos fatores culturais que modificam a visão estereotipada de “cidade da muamba”; o que muito se pode trabalhar no intuito de fazer uma radical modificação em termos da interpretação da realidade.

A própria cidade aponta que para que se possa haver um interesse maior quanto à sustentabilidade; ao meio ambiente e ao próprio turismo, de uma forma ou de outra, ao turista deve-se um preparo antecipado no intuito de resgatar a valorização e até mesmo a preservação ambiental.

Quando se fala em preservação ambiental, não se pode confundir com a promiscuidade ao avaliar as riquezas existentes em termos de turismo, desde aos recepcionistas, sejam de agências de turismo, de hotéis, até os próprios autônomos saibam como trabalhar e fazer uma amostragem das riquezas naturais, dos

patrimônios culturais; enfim, de tudo que a cidade propicia como riqueza aos que nela chegam; até mesmo ao turista de negócios e eventos.

Para se falar em Planejamento para Desenvolvimento sustentável, parte-se do princípio de que em Foz do Iguaçu ocorre da mesma forma, a detalhar como:

- a) Sustentabilidade social: que nada mais é que a criação de um processo de desenvolvimento sustentado por uma equidade na distribuição do ter, nos direitos e nas condições de amplas massas da população, de tal forma a achatar a distância entre os padrões da vida dos que possuem um maior poder aquisitivo e os que nada têm.
- b) Sustentabilidade Ecológica: é aquela que incrementa o aumento da capacidade de recursos naturais, limitando os recursos não-renováveis ou ambientalmente prejudiciais; no caso os recursos hídricos, definindo regras para uma adequada proteção ambiental.
- c) Sustentabilidade cultural: engloba as raízes endógenas dos modelos de modernização, respeitando a continuidade das tradições culturais, e até mesmo a pluralidade das soluções particulares. Para Foz do Iguaçu esta sustentabilidade existe em grande destaque quando se observa que a cidade compota aproximadamente setenta e quatro etnias oriundas dos mais diversos locais, visto que existe o respeito mútuo entre todos; portanto, não podendo confundir Sustentabilidade Ecológica do Turismo Sustentável e Sustentabilidade Ecológica, pura e simplesmente, uma vez que a última representa o licenciamento ambiental, a qualidade ambiental, a gestão ambiental, o desenvolvimento ambiental, sendo apenas cenários da Sustentabilidade do Turismo; uma vez que o turismo é tido como um fenômeno da sociedade moderna de grande importância econômica, social, política, ambiental e cultural.

2.3 A ECONOMIA DE FOZ DO IGUAÇU X TURISMO

Não seria possível adentrar no fator econômico pertinente ao turismo de Foz do Iguaçu sem que antes houvesse um comentário sucinto sobre as três tendências do Turismo, de acordo com o posicionamento de (IGNARRA, 2003, p. 10):

A economia, a técnica e a holística, sendo que a viável para o momento é a concernente à economia; uma vez que turismo é uma importante indústria nacionalmente identificável; sendo que tal forma, a soma das operações, principalmente de natureza econômica.

Para IGNARRA (2002, p. 34),

Turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e satisfazer suas necessidades, visando o poder e a lucratividade do local turístico, tendo em mente que existem para entendimento na sua totalidade um amplo corte transversal de atividades promissoras, o que se completa na provisão de transportes, alojamento, recreação, alimentação e serviços afins.

Tendo como meta esta visibilidade o turismo se caracteriza como uma atividade econômica pelos seguintes fatores: a propensão de viajar passa a ser um ato do ser humano; o ato recreativo é um fator desenvolvido em forma de atividade, a apreciação da grande maravilha da natureza, que doravante passa por momentos degradantes em virtude da escassez da chuva; isolado ou em grupos; os deslocamentos são atos que envolvem gastos e receitas; assim como o consumo de bens e serviços turísticos podem se enquadrar perfeitamente em mais uma atividade turística.

Também, pode-se observar que turismo não é indústria visto que ele é um conjunto necessário à transformação, adequação e aquisição de conhecimentos do ser humano; sendo eficiente para:

- a) abrir perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural de determinada região;
- b) promover a difusão de informações sobre uma determinada região ou localidade, os valores: naturais, culturais e sociais;

- c) integrar socialmente, propiciar os valores de um povo que se predispõe e acata os atos destinados ao turismo;
- d) desenvolver a criatividade através dos conhecimentos adquiridos, através do sentimento de liberdade, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais, de negócios, etc., estimulando o interesse pelas viagens.

Portanto, turismo, para FERNANDES e COELHO (2002, p. 20), refere-se à adequação de transportes, alojamentos, recreação, alimentação e serviços relacionados para viajantes locais e do exterior; compreendendo a viagem para todos os propósitos, desde recreação até negócios.

Quadro 1 – Comportamento do Fenômeno Turístico

O FENÔMENO TURÍSTICO			
Deslocamento	Permanência	Tour	Motivação
<ul style="list-style-type: none"> • Elemento dinâmico; • Utilizar transporte; • Gera o tráfego; • Concretizar o tour. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento que efetiva o espaço turístico receptivo; • Gera a utilização das funções do espaço turístico; • Caracteriza o tempo de consumo do espaço turístico; • Demonstrar os níveis reais de aproveitamento do espaço turístico receptivo; • Caracterizar o perfil do turista consumidor do espaço. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento agregador do turismo; • Deslocamento + permanência; • Estabelece o fenômeno turístico; • Caracteriza o turismo pela sua condição fundamental: chegada e retorno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento propulsor do fenômeno turístico; • Tem origem no espaço turístico e/ou no consumidor potencial deste espaço; • Determina as expectativas ao turista consumidor; • Indica os meios para despertar os interesses e acionar as relações entre o espaço turístico e o consumidor potencial deste espaço.

Fonte: FERNANDES e COELHO (2002, p. 23).

Analisando o quadro acima, é nítido que o turismo é um fenômeno social em contínuo movimento e não simplesmente uma atividade de produção; porém se visto pelo lado que a soma dos gastos dos turistas ou visitantes, seja qual for a finalidade, não é a receita de um grupo determinado; e sim a experiência adquirida através de um processo pelo qual pode-se denominar de experiência variada.

Mesmo assim, sabe-se que o turismo não deixa de ter a sua importância econômica, uma vez que os gastos de viajantes, visitantes; enfim turistas, afetam os mais diversos setores da economia, que em muitos casos fazem surgir novos negócios.

Para RUSCHMANN (1997, p. 16)

A competitividade e rentabilidade das empresas turísticas estarão baseadas na economia de escala, nos sistemas de lucro, na segmentação dos mercados e na fidelidade dos clientes”. Em alguns países, as viagens turísticas já consolidaram seu valor socioeconômico, que, com o passar dos anos, já se caracteriza como um “direito a lazer”. Entretanto, esse direito passa a ser questionado diante dos efeitos negativos ao meio ambiente, provocados pelo afluxo massivo de turistas nas localidades receptoras. O mesmo autor afirma que: “atualmente, a qualidade de uma destinação turística vem sendo avaliada com base na originalidade de suas atrações ambientais e no bem-estar que elas proporcionam aos visitantes. O marketing ambiental passa assim, a constituir importante arma para os responsáveis pela oferta turística das localidades receptoras.

Todavia, a questão imprescindível que se coloca nesse tópico é a presente necessidade de controlar o crescimento quantitativo dos fluxos turísticos em todo o mundo, observando que os ecossistemas sensíveis ficam irremediavelmente comprometidos quando se ultrapassam os limites de sua capacidade e isto, faz com que o turismo sustentável incremente os custos de seu desenvolvimento, revertendo de tal forma no aumento do preço das viagens para os turistas.

Sendo assim, a sobrevivência das empresas nesse mercado em transformação e em contínua mudança depende, essencialmente, da capacidade de inovação de cada uma delas e, não apenas do marketing, mas do planejamento do qual depende a organização, a elaboração do produto, a criação de pacotes e a administração da atividade.

Pelo visto e apontado até então, nota-se que o conceito de turismo é amplo e abrangente, uma vez que ele é a somatória de todo o setor mundial de viagens,

hotéis, transportes e outros componentes, incluindo promoções que atendessem às necessidades e desejos dos viajantes; sendo de tal forma, a soma de fenômeno e relações originadas de toda interação: turistas, empresas, processo de recepção, etc.

2.4 TURISMO X FATOR ECONÔMICO

De acordo com GOELDNER, RITCHIE e MICINTOSCH (2002, p. 29 e ss.), “ultimamente a economia do turismo vem desrespeitando a atenção de alguns pesquisadores os quais têm levantado várias argumentações sobre a atividade do turismo; se ele é um setor econômico; setor de enquadramento do turismo; e, a melhor forma de analisar o turismo sob o ponto de vista da oferta ou da demanda.

Sabe-se, portanto, que a economia do turismo é influenciada por vários fatores; dentre eles:

- econômico;
- desempenho econômico;
- taxas de crescimento econômicos globais contínuas;
- desenvolvimento tecnológico;
- desenvolvimento político;
- localização;
- atrativos e ambientais;
- uso de tecnologia eletrônica para identificar e comunicar-se com segmentos e nichos do mercado.

Segundo SILVA (2005, p. 3),

O turismo tem por característica a preocupação com a produção e distribuição de bens e serviços que tornam possíveis os benefícios esperados pelos turistas em viagens; contudo, sabendo-se que tais bens e serviços possam ser produzidos em diversos setores da economia.

Analisando o que fora citado, verifica-se que a expansão turística representa aumento na demanda por produtos variáveis, aquisição de conhecimento, lazer, viagens, negócios, dentre outros, os quais geram aumento no setor econômico local de qualquer região que o turismo tem um atrativo inexorável de apreciação, desta feita que já pleiteia eleger em nível mundial algo que demonstra uma das maravilhas do Planeta.

CONCLUSÃO

Ao analisar os fatores pertinentes ao turismo, explicitou-se que atualmente nem toda população que está inserida em uma determinada região turística, sobrevive única e exclusivamente do turismo; sendo necessário que se planeje algo que venha a implementar o que se pode oferecer em termos de lazer, beleza, satisfação, enfim tudo o que se pretende trabalhar em uma determinada região.

Quanto aos aspectos supracitados, o referido artigo apresenta uma abordagem coesa aos aspectos do negócio que preenche a ociosidade do turista de negócios, eventos, enfim, daqueles que, de uma forma ou de outra, querem preencher a capacidade de interligar o belo ao útil (negócio e turismo), desta feita que, na maioria das vezes, nem sempre o que pode enriquecer a parte cultural e o lazer; deixam de se inserir no contexto dos que buscam o que a sociedade almeja que seja feito.

Conforme já fora abordado, o turismo não é indústria; visto que ele é um conjunto necessário à transformação, adequação e aquisição de conhecimentos do ser humano; sendo eficiente para abrir perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural de determinada região; e no caso de Foz do Iguacu, abordado no decorrer do artigo, sabe-se que tal fato acontece da forma que muitos almejam.

Insta afirmar que a pretensão de que se tenha um turismo louvável de condolências e muito além da austeridade seguida da ociosidade, pretende-se apontar os aspectos em que a sustentabilidade do turismo, de certa forma, gera algo que se pode repensar, no que concerne à economia, se não de um todo, porém de uma parte, restando apenas à sociedade que divulgue este turismo.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, José Díaz. Geografia Del Turismo. 2. ed. Madri: Sainteses, 1889, p. 32-33).

ARENDIT, Ednilson José. Introdução à economia do turismo. Campinas-SP: Alinea, 2002.

BAPTISTA, Mário. Turismo Competitividade Sustentável. Lisboa: Editora Verbo. 1997.

BAUMAN, ZYGMUNT. Globalização, as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: As Conseqüências Humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do turismo. 2.ed. São Paulo: Thompson, 2003.

HAVAS, F. Planejamento para o desenvolvimento do turismo. Rio de Janeiro: Embratur, 1981.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo X Espaço: reflexões necessárias na pós-modernidade” in CATROGIOVANNI, A.; GASTAL, S. Porto Alegre: EDIPUC, 2003.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GIBERT, David; SHEPHERERD, Rebeca. 2. ed. O Turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, Reinaldo. Introdução ao Turismo. São Paulo: Pioneira, 1999.

ELIAS, Norberto. Processo Civilizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.



GIOVANNINI, Giovanni. Evolução na Comunicação. 4ª reimpressão. Tradução de Storia dei Mass Media – Dalta Selce al Silício. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.

MARCONI, de Andrade Marina; PRESOTTO, Zélia Maria. Antropologia: uma introdução. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MACHADO NETO, Antônio Luís. Sociologia Jurídica 6. ed. São Paulo: Saraiva. 1987.

MCLUHAN, Marshall. Tradução de Décio Pignatari. Os Meios de Comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1964.

RODRIGUES, Adyr A. B. Turismo e geografia reflexões teóricas e enfoques regionais. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001. (Apostila)