

O TURISMO NO BRASIL: DESENVOLVIMENTO OU ESTAGNAÇÃO?¹

THE TOURISM IN BRAZIL: DEVELOPMENT OR STAGNATION?

Juliana Franchi da Silva²

Vânia de Fatima Barros Estivalet³

RESUMO: Este trabalho apresenta um estudo sobre o turismo no Brasil: desenvolvimento ou estagnação? Por meio deste, procura-se apresentar uma evolução do turismo no Brasil e verificar se o turismo é considerado um fator de desenvolvimento ou de estagnação. Para a realização deste trabalho, foram abordados referenciais teóricos pertinentes ao assunto que serviram de subsídio para observar que o turismo é significativo para a economia global e um dos setores mais dinâmicos no que diz respeito ao processo de integração mundial. Concluiu-se que no Brasil o setor do turismo tem sido relegado a um plano secundário na elaboração de políticas públicas no que diz respeito aos níveis de organização do Estado. Ainda há um longo caminho a trilhar para que se possa alcançar o nível de desenvolvimento almejado. Por isso, torna-se uma contribuição positiva para a sociedade brasileira a preocupação das diversas áreas do conhecimento com a temática e as pesquisas latentes dentro do meio acadêmico.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Desenvolvimento. Políticas Públicas. Planejamento.

¹ Artigo de Pós-graduação apresentado no Curso de Pós-Graduação em Gestão Pública Ead, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)/Universidade Aberta do Brasil, como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Gestão Pública.

² Orientanda. Possui graduação em Filosofia - Licenciatura Plena (UFSM), graduação em Ciências Econômicas - Bacharelado (UFSM), graduação em Ciências Sociais (UFSM), graduação em Formação de Professores para Educação Profissional - PEG – Gestão e Negócios (UFSM), especialização em Pensamento Político Brasileiro (UFSM), especialização em História do Brasil (UFSM), mestrado em Integração Latino-americana - MILA (UFSM), mestrado em Ciências Sociais (UFSM). Possui experiência no Magistério Superior e no Pós-médio, além de participar em projetos de pesquisa, monitorias e tutorias. Atualmente é professora da rede pública estadual de educação do RS vinculada ao Centro Tecnológico de cursos pós-médios da Escola Estadual Professora Maria Rocha. Cursa Pós-graduação em Gestão Pública (UFSM), Pesquisadora do NECON/UFSM e faz parte do projeto Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do RS coordenado pela professora Maria Catarina Chitolina Zanini. Bolsista CNPq. Técnica em Guia de Turismo pelo Instituto Federal Farroupilha.

³ Orientadora. Possui graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (1986), mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Maria (1997) e doutorado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência em gestão pública tendo exercido o mandato de Coordenadora no Curso de Administração da UFSM e Pró-Reitora de Gestão de Pessoas da UFSM (2010-2013). Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal de Santa Maria. Tem experiência na área de Administração atuando principalmente nas seguintes áreas: gestão de pessoas, relacionamentos interorganizacionais, comportamento organizacional, aprendizagem, empreendedorismo e desenvolvimento sustentável. Atualmente realiza estágio pós-doutoral em Sociologia Econômica das Organizações no SOCIUS - Centro de Investigação em Sociologia Econômica e das Organizações no ISEG - Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa-Portugal.

ABSTRACT: This work presents a study about the tourism in Brazil: development or stagnation? Through this, it tries to present an evolution of the tourism in Brazil and to verify the tourism a development factor is considered or of stagnation. For the accomplishment of this work, pertinent theoretical references were approached to the subject that they served as subsidy to observe that the tourism is significant for the global economy and one of the most dynamic sections in the than he concerns the process of world integration. It was ended that in Brazil the section of the tourism has been relegated to a secondary plan in the elaboration of politics publish in what says respect at the levels of organization of the State. There is still a long road to tread so that she can reach the level of longed for development. Therefore, he becomes a positive contribution for the Brazilian society the concern of the several areas of the knowledge with the theme and the latent researches inside of the academic middle.

KEY-WORD: Tourism. Development. Public politics. Planning.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que cresce substancialmente como um fenômeno econômico e social. A globalização está contribuindo para acelerar a expansão do turismo. Essa atividade, dentro do setor de prestação de serviços, torna-se importante para o desenvolvimento econômico e social brasileiro. O presente artigo tem como objetivos: (i) apresentar uma evolução do turismo no Brasil e; (ii) verificar se o turismo é considerado um fator de desenvolvimento ou de estagnação.

Frente à relevância que essa temática tem conquistado no âmbito nacional, evidencia-se a necessidade de ampliar a compreensão sobre esse tema: Desse modo, pretende-se elucidar o seguinte questionamento como problemática de pesquisa: O turismo no Brasil pode ser considerado um fator de desenvolvimento econômico e social ou encontra-se estagnado?

Para que se possam alcançar os objetivos propostos pela pesquisa referente ao objeto, a saber, O turismo no Brasil: desenvolvimento ou estagnação? os recursos metodológicos utilizados para a consecução do presente artigo se apresenta por meio de um levantamento teórico e bibliográfico com a utilização de livros, artigos científicos, dados da internet e dados estatísticos, isto é, pesquisas do IBGE, FIPE, FGV, Embratur, Ministério do Turismo, dentre outros, pela possibilidade de compreensão das estruturas subjacentes à bibliografia e própria dimensão do tema, desafiador sob todos os aspectos de pesquisa.

Afora a presente introdução, a pesquisa se apresenta estruturada em outras três seções. A primeira seção intitulada “O turismo no Brasil” se propõe a fazer considerações sobre o surgimento do turismo no Brasil.

A segunda seção “Pensar o turismo como desenvolvimento ou estagnação?” Tem a intenção de fazer colocações acerca da importância do turismo para o desenvolvimento econômico e social do país. Por último, se fará as considerações finais.

Portanto, esse tema é relevante e justifica-se por contribuir para os estudos acadêmicos e sociedade em geral, além disso, possibilita que se observe a dimensão da sua importância e a perspectiva que apresenta para o desenvolvimento de uma região ou país.

2 O TURISMO NO BRASIL

O turismo possui raízes históricas, pois desde a antiguidade o ato de viajar foi sofrendo transformações até chegar aos dias atuais. Pode-se citar o exemplo das Cruzadas que tornou mais fáceis os deslocamentos pela Europa a partir do século XVI e no século XVIII têm-se maiores transformações sócio-econômicas, tecnológicas e culturais.

Segundo Pires (2002) embora não definido de forma clara, alguns autores apresentam o turismo como fruto de grandes transformações que se iniciaram no século XVIII. A revolução nos transportes, a complexidade social em todas as suas variáveis, ocorrida com o fortalecimento das cidades e o prestígio da economia urbana em expansão, além da relativa paz, fizeram a base do turismo moderno.

Desse modo, no que diz respeito ao Brasil, com a vinda da Família Real e com a Carta Régia de 28 de janeiro de 1808, abriu-se os portos brasileiros as outras nações, assinalando um processo de emancipação política, a internacionalização, a expansão da cultura cafeeira que influenciaram o desenvolvimento urbano. Pode-se afirmar que a urbanização iniciou no século XVIII com a extração do ouro em Minas Gerais, sendo que, após a escassez do minério o Rio de Janeiro foi beneficiado pelo novo *status* de sede que abrigava a família real. Então, a nova metrópole assumiu novas feições e se tornavam percebidas pelos viajantes. O comércio foi aumentando e a orla marítima de belas praias e a encosta das colinas foi ocupada pelos ingleses que construíram lindas casas e belos jardins. Isso tornou o Rio de Janeiro a frente de outras cidades, pois as novidades da Europa concentravam-se no Rio, apesar de precários os primeiros hotéis e um sistema de transporte (PIRES, 2002).

O Rio é, nesse período, o local turístico brasileiro por excelência, praticamente não existindo outras cidades ou locais turísticos concorrentes. Essa centralidade coincide, no plano nacional, com a *importância capital* que a cidade adquiria não

só como centro do poder político e administrativo (desde 1763), como também pelo fato de ser um pólo de irradiação, para todo o extenso território nacional, dos ideais de *civilização e modernidade* (CASTRO, 2001, p.120).

Com a expansão da ferrovia e da economia cafeeira começou a marcha ao progresso de São Paulo, pois os serviços e o comércio urbano foram incrementados. Desse modo, a instalação de hotéis também cresceu. E mesmo que lentamente todo o Brasil foi se revelando para os viajantes. Havia muitos relatos de viajantes sobre o Brasil. Segundo Pires (2002) no século XIX avolumaram-se os relatos em virtude do grande afluxo de viajantes estrangeiros que para cá veio, principalmente a partir da abertura dos portos. E grande parte dos relatos colocou o Brasil como uma terra pitoresca e estranha, mas hospitaleira.

Entretanto, para Levi (1977) devido as desordens da época da independência e também as revoltas contra a autoridade central do Rio de Janeiro até 1849, adiaram a plena manifestação da influência cultural européia fora das cidades como Rio de Janeiro, Salvador e Recife. Somente ao passar esse período de turbulência, em meados do século XIX, a influência passou a ser sentida em localidades secundárias, como é o caso de São Paulo. A riqueza proporcionada pelo café possibilitou que a elite produtora passasse a adotar padrões dentro dos moldes do capitalismo moderno.

Mais do que qualquer outra, essa elite assimilou as novidades internacionais, dentre as quais inclui o hábito de viajar. Com isso, tornou-se divulgadora de modismos e, ao mesmo tempo, passou a ser imitada internamente. Pelo seu comportamento, contribuiu para a “europeização” dos costumes, mormente na capital paulista principal beneficiária dos tempos de riqueza. (PIRES, 2002, p.214)

Desse modo, o desenvolvimento do turismo para ser compreendido necessita que se considere o contexto histórico e cultural da sociedade. O turismo moderno é dependente de fenômenos mais gerais como o desenvolvimento do individualismo, da urbanização, da industrialização e das mudanças das condições de trabalho. (PIRES, 2002)

O turismo organizado é algo ao mesmo tempo recente e complexo. No sentido aqui utilizado, ele começa a se desenvolver em meados do século XIX, quando surgem, nos Estados Unidos e na Europa, os primeiros empreendimentos voltados para o turismo como uma atividade de massas. Por um lado, temos o surgimento de agentes de viagem, hotéis, órgãos oficiais e outras iniciativas públicas ou privadas que se destinavam prioritariamente a atrair e a receber turistas. (CASTRO, 2001, p.118)

No entanto, não se pode negar a relação entre a cultura e o turismo, pois são indissociáveis. Neste século, aumenta a consciência de que a diversidade cultural é o ingrediente principal para o desenvolvimento do setor. De certo modo, em algumas regiões e lugares do Brasil o turismo torna-se a principal atividade econômica e também responsável

pela geração de emprego e renda. Atividade esta que se apresenta como perspectiva para o desenvolvimento de uma região.

Para Dias (2005) o turismo deve ser entendido como um sistema de relações amplo que apresenta interações com os ambientes econômico, jurídico, social, político, ecológico, tecnológico entre outros, de modo que aqueles que se dedicam ao seu estudo devem assumir uma perspectiva generalista na sua abordagem, utilizando diversos campos do conhecimento, e procurando obter conclusões que demonstrem as implicações decorrentes dessa interação multidisciplinar.

De acordo com Lopes (2001) o turismo permite e coloca em circulação as várias relações entre as pessoas e suas nações, ampliando o leque de amigos, conhecidos e também dos signos e símbolos compartilhados entre esses. Isso não significa que essa abordagem desconsidere as relações de dominação entre os diferentes países e sua inserção na chamada ordem mundial.

Ao longo do século XIX e século XX, o turismo cresceu como fruto da Revolução Industrial e no final do século XX recebeu impulso da revolução do conhecimento (comunicação e da informação) ao lado de processos como o aumento da produtividade humana que provoca diminuição da jornada de trabalho e aumento do tempo livre, o que permite um maior tempo para o lazer. Esse tempo maior incentiva pessoas a incorporar o turismo como uma necessidade vital e que influencia a qualidade de vida. Desse modo, as viagens internacionais cresceram na segunda metade do século XX.

TABELA 01: Movimentos de turistas a partir de 1950

ANO	CHEGADA (Milhões)
1950	25,2
1960	69,3
1970	165,8
1980	286,2
1990	459,2
1995	563,6
2000	696,8

Fonte: Dados obtidos em OMT (2003) e OMT (2002) apud DIAS (2008).

De acordo com Dias (2008) no ano de 2002, foram realizados, segundo dados fornecidos pela OMT, 715 milhões de viagens internacionais, que representam um aumento de 22 milhões em relação a 2001. Esses números indicam que quase 2 milhões de pessoas cruzam as fronteiras diariamente para fazer turismo. A tendência de crescimento é contínua que remete a projeções para o ano de 2020, indicando um movimento internacional de viagens de mais de um bilhão de pessoas.

A sociedade mundial passou por profundo processo de transformação em áreas diversas e não há dúvida que a industrialização e o avanço tecnológico alteraram as sociedades em todas as suas dimensões e foi responsável também pelo aumento significativo do setor de serviços, ao lado do comércio e do setor financeiro. O turismo é um setor que cresce de modo a superar setores como a eletrônica, a indústria automobilística e a petrolífera, considerado a principal atividade econômica mundial. (DIAS, 2008)

O turismo, ao lado da internet, pode ser considerado, hoje, um dos principais mecanismos pelos quais ocorre a aproximação das diversas culturas mundiais e concretizam-se os intercâmbios virtuais, que crescem em um volume sem precedentes na história. Como um gigantesco fenômeno de massa, no entanto, vários indicadores demonstram que seu crescimento contínuo, a partir da segunda metade do século XX, gera inúmeras conseqüências negativas. Uma das principais decorrências do aumento do fluxo de turistas são os danos culturais e ambientais nos locais mais procurados, o que pode gerar situações de irreversibilidade pela destruição da diversidade tanto da cultura quanto da fauna e da flora. (DIAS, 2006)

Além de gerador de receitas, o turismo é social por proporcionar grande número de postos de trabalho direto e indireto e, cultural, pois preserva a identidade do lugar, com monumentos históricos; e ambiental, por aliar renda e preservação. Também o turismo tem a capacidade de organizar o espaço geográfico, em face da necessidade de oferecer condições do andamento da atividade, como as infra-estruturas necessárias como hotéis, rodovias, aeroportos, meios de comunicação, profissionais capacitados entre outros.

De acordo com Dias (2008) o grande fluxo de viajantes ao redor do mundo gera impactos positivos e negativos na economia, pois altera a estrutura de trabalho, ativando e desativando diversos segmentos econômicos e influencia diretamente os setores de transporte, construção, obras públicas, lazer, entretenimento, entre outros. Indiretamente afeta toda a sociedade, pois a renda gerada no setor alimenta outras atividades e muitos produtos gerados para satisfazer ao turista acabam contribuindo para o desenvolvimento de outros setores.

No Brasil, por exemplo, o turismo no campo tem transformado fazendas decadentes em estabelecimentos turísticos como restaurantes e hotéis-fazenda. Em 1995, esses empreendimentos eram apenas 500 e no ano 2000 já alcançavam o número de 4000, gerando cinco mil novos empregos diretos. Somente no Estado de São Paulo, os pesqueiros, em 1995, eram 150, e no ano 2000 já chegavam a 1500, com a abertura de 10.000 novos postos de trabalho. Empregos tradicionais, como peão de fazenda, bóia-fria e vaqueiro, desapareceram, e em seus lugares surgiram novos como: garçom, arrumadeira, balconista, motorista, pedreiro e empregados na piscicultura. Estimulado pelo turismo, há ressurgimento do artesanato. (DIAS, 2008, p.16)

As modificações que vem ocorrendo motivadas pelo processo da globalização e pela revolução científico-tecnológica ocorrem em todos os campos, a saber, econômico, cultural, político, social, ambiental etc. e apresentam características inovadoras do ponto de vista de sua difusão, provocando o surgimento de tendências em várias áreas que influenciam diretamente o turismo.

Enfim, o turismo é uma atividade pouco explorada diante do potencial que o Brasil apresenta. E por fazer parte da natureza do ser humano deve ser pensado como um objetivo comum, isto é, como um fenômeno de várias dimensões, a saber, política, econômica, social, cultural, educativa, ambiental entre outras e, se, devidamente exploradas poderá trazer inúmeros benefícios tanto para o turista quanto para os residentes de um destino turístico. Ainda tem muito que desenvolver, pois a “indústria” do turismo pode ser mais rentável que o setor industrial e rural, além de ser menos degradante. No mundo, apresenta-se como uma nova tendência econômica.

3 PENSAR O TURISMO COMO DESENVOLVIMENTO OU ESTAGNAÇÃO?

Sabe-se que existem diretrizes para o setor do turismo como ferramenta de combate a pobreza e a desigualdade social pensadas globalmente. Por exemplo, tem-se a Organização Mundial do Turismo que traz essa preocupação, assim, como o Ministério do Turismo Brasileiro que apresenta ações para contribuir com seu desenvolvimento. Observa-se uma evolução da política de turismo no Brasil.

TABELA 02: POLÍTICA DE TURISMO NO BRASIL

Legislações	Descrição e objetivos
Decreto-lei nº. 406, de 4 de maio de 1938.	Autorização governamental para a atividade de venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou rodoviárias.
Decreto-lei nº. 1.915, de 27 de dezembro de 1939.	Divisão do turismo que pode ser considerada o primeiro organismo oficial de turismo da administração pública federal. A Divisão do Turismo tinha como principal atribuição superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo.
Decreto-lei nº. 2.440, de 23 de julho de 1940.	Trata-se exclusivamente das empresas e agências de viagens e turismo como estabelecimentos de assistências remuneradas aos viajantes, classificadas em três categorias. Em 1945, é extinto o departamento de Imprensa e Propaganda e a Divisão de Turismo passa a integrar a estrutura do recém criado Departamento Nacional de Informações, subordinado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores.
Decreto nº. 44.863, de 21 de novembro de 1958.	Cria-se a Comissão Brasileira de Turismo (Combratur).

Lei Delegada nº. 11, de 11 de outubro de 1962.	A partir de 1951 as agências de venda de passagens ficaram sujeitas a registro pelo departamento Nacional de Imigração e Colonização, depois pelo Instituto nacional de Imigração e colonização e pela Superintendência da Política Agrária, criada pela Lei Delegada nº. 11, de 11 de outubro de 1962.
Lei nº. 4.048, de 29 de dezembro de 1961.	Reorganizado o Ministério da Indústria e Comércio através da lei nº. 4.048, de 29 de dezembro, contendo em sua estrutura a Divisão de Turismo e Certames, que teve suas atribuições estabelecidas pelo decreto nº 533, de 23 de janeiro de 1963.
Decreto nº. 533, de 23 de janeiro de 1963.	Atribuições da Divisão do Turismo.
Decreto-lei nº. 55, de 18 de novembro de 1966.	Estabeleceu diretrizes para a elaboração de uma política nacional de turismo, criou o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur).
Decreto-lei nº. 60.224 de 16 de fevereiro de 1967 que regulamenta o Decreto nº. 55/66.	Cria-se o Sistema Nacional do Turismo, constituído pelo CNTur, pela Embratur e pelo Ministério das Relações Exteriores.
Resolução nº. 71, de 10 de abril de 1969 instituída pela CNTur.	Traz indicações para a elaboração do Plano Nacional de Turismo.
Decreto-lei nº. 1.191, 1971 que cria o Fundo Geral do Turismo (Fungetur) em seu artigo 11.	Objetivo de prover recursos para financiamento de empreendimentos, obras e serviços de finalidade e interesses turísticos e seria administrado pela Embratur.
Decreto nº. 71.791 de 1973.	Dispõe sobre zonas prioritárias para o desenvolvimento do turismo.
Resolução nº. 641 de 1974, do CNTur.	Define a prestação de serviços turísticos das agências transportadoras.
Decreto-lei nº. 1.376 de 1974.	Cria o Fundo de Investimentos do Nordeste (Finor), o da Amazônia (Finam) e o Setorial (Fiset), dedicado aos setores de turismo, pesca e reflorestamento, importantes no desenvolvimento do turismo nas regiões norte e nordeste.
Portaria nº3, em 1976, o Departamento de Aviação Civil (DAC).	Autoriza a realização de vôos de turismo doméstico (VTD) com desconto, com a Embratur fixando processos de tramitação de vôos.
Decreto nº. 78.549 de 1976.	Estabelece um novo Estatuto da Embratur.
Decreto-lei, de nº. 1.485, de 25 de outubro de 1976.	Institui estímulos fiscais ao turismo estrangeiro no país.
Lei nº6. 513 de 1977	Define as áreas de interesse turístico
Deliberação normativa nº18 em 1977 da Embratur dentro do programa Turismo Doméstico Rodoviário (TDR).	Regulamentação das excursões
Lei nº. 6.505, de 13 de dezembro de 1977, é sancionada pelo Presidente da República.	Dispõe sobre as atividades e serviços turísticos, estabelecendo condições para seu funcionamento e fiscalização.
Em 1979, - Portões de entrada em Manaus, Recife, Fortaleza, Belém e Salvador.	São iniciados os pacotes para o Norte e Nordeste. Criou-se também o Pró-Estâncias para a classe média.
Decreto nº. 86.176 de 6 de julho de 1981 de regulamentação da Lei nº. 6.513/77.	Trata-se sobre a criação de Áreas Especiais e de Locais de Interesse Turístico. O decreto classifica as áreas prioritárias e de reserva.
Em 1982 Criação de convênios para a implantação de terminais de turismo social e Acordo entre a Embratur e o Ministério do Trabalho.	Visando estimular os sindicatos a organizar viagens turísticas na baixa temporada
Em 1983 – criação de Planos.	Brasil Turístico Individual (BTI) e Brasil Turístico em Grupo (BTG).
Decreto-lei nº. 2.294, de 21 de novembro de 1986.	Liberaliza a atividade turística, permitindo que seja exercida sem fiscalização de órgão público.
Em 1987 – Comissão Técnica Nacional.	Aumento das preocupações com a prática do turismo nas áreas naturais, o governo, no que se refere as políticas públicas, tomou a iniciativa com a criação de uma Comissão Técnica Nacional, constituída por técnicos do Ibama e da Embratur, para monitorar o Projeto de Turismo Ecológico.
Lei nº. 8.181 de março de 1991.	Nova denominação a Embratur, Instituto Brasileiro de Turismo, transformada em

	autarquia e vinculando-se a Secretaria do Desenvolvimento Regional da Presidência da República, com a finalidade de formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo.
Decreto nº. 448, de 14 de fevereiro de 1992.	Estabelece diretrizes da Política Nacional de Turismo.
Lei nº. 8.181 e o Decreto-lei nº. 448/92.	estabelecem as diretrizes para a implantação de um Plano Nacional de Turismo que se concretizou em 1992. Ocorre uma alteração da política turística, que era altamente centralizada e que passa a preconizar uma grande descentralização. Resultado dessa nova orientação política do turismo nacional foi instituído em 1992 o Plano Nacional de Turismo (Plantur) como instrumento de desenvolvimento regional.
Em 1994 – Instituição do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).	Inicia-se um processo de construção de uma diretriz nacional para a política de turismo no país.
1995 - o Programa Nacional de Financiamento do Turismo, instituído pelo BNDES.	Proporcionou investimentos da ordem de 250 milhões de reais.
Documento Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas-1996/1999 é lançado em 1996.	Apresentou um conjunto de diretrizes, estratégias, objetivos e ações formuladas e executadas pelo Estado, através do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, via Embratur, pelo Sistema Oficial de Turismo e pela iniciativa privada.
Governo realiza balanço no início do ano 2000.	Considerou encerrado o ciclo de desenvolvimento do turismo, iniciado com o estabelecimento da Política Nacional do turismo e que as metas traçadas foram superadas tendo o setor turístico contribuído com a geração de emprego e renda e com o desenvolvimento das regiões menos desenvolvidas do país.
Fórum de Competitividade da Cadeia produtiva do Turismo, instalada em 27 de março de 2002.	No final do governo de FHC divulgou-se um relatório de resultados no qual foram anunciadas medidas para o fomento do turismo como ações de apoio e incentivo á iniciativa privada; ações de apoio para a conservação e sustentabilidade dos recursos naturais; ações para a estruturação de regiões turísticas; ações para a melhoria da imagem do Brasil; ações de apoio e incentivo à Política Nacional de Turismo e, ações para a facilitação e segurança para o turista.
Medida provisória nº. 103, de 1º de janeiro de 2003 – Criação de ministério exclusivo para turismo.	Foram definidas suas atribuições como política nacional de desenvolvimento do turismo; promoção e divulgação do turismo nacional, no país e no exterior; estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo as atividades turísticas; planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo.
Em 2004 ocorreu a Primeira Conferência Mundial sobre as Comunicações no Turismo – Tourcom, realizado em Madri.	A OMT lançou a campanha “ <i>O turismo é riqueza</i> ” com o objetivo de criar uma consciência dos benefícios que a atividade pode gerar para a vida, a cultura e a economia. Com essa campanha se pretendeu consolidar o turismo como um direito humano básico e uma forma de vida que ao ser praticado, contribui para a geração de benefícios de todo o tipo, entre os quais para as exportações, geração de empregos, para as zonas rurais, investimentos em infra-estruturas, impostos e crescimento do PIB. Segundo o documento, além dos aspectos econômicos, o meio ambiente e a cultura local são beneficiados quando as autoridades locais restauram monumentos, abrem museus e criam parques naturais para atraírem visitantes.

Fonte: Tabela elaborada pela autora conforme DIAS, 2008, p.129.

Apesar do toda a diversidade cultural e paisagística que o Brasil possui, o país ainda não ocupa posição de destaque no turismo internacional. Entre os destinos mais procurados no mundo o Brasil ficou em 28º em 2015⁴, sendo o maior colocado dos países da América -

⁴ Segundo dados da [http:// www. uol.com.br](http://www.uol.com.br), 2015.

Latina. O turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil nos últimos anos. No entanto, o mau posicionamento do Brasil no cenário mundial se deve a fatores como carência de infra-estrutura e de planejamento adequado para o turismo, além da falta de profissionais que caracteriza os serviços turísticos brasileiros.

Entretanto, o Brasil deu um passo importante em 2003 no que diz respeito as políticas públicas com a criação do Ministério do Turismo – MTUR. Esse órgão é responsável pelo planejamento do turismo no âmbito nacional, estabelecendo diretrizes e criando planos de desenvolvimento do setor no Brasil. Porém, em muitas cidades brasileiras ainda não há organismos focados no planejamento da atividade turística, que acaba por ser embutida em secretarias, em departamentos e em conselhos relacionados a áreas diversas como a indústria, o comércio e a cultura. E devido a isso o setor se torna ineficiente e sofre críticas por parte dos turistas no que diz respeito aos problemas de limpeza pública e na falta de segurança.

Segundo o MTUR (2007) o turismo tem se desenvolvido de modo espontâneo, de acordo com demandas mercadológicas e com modismos, o que resulta em impactos negativos. Também, quanto ao profissionalismo, o turismo do Brasil deixa a desejar aos visitantes que na maioria das vezes queixam-se da falta de qualidade dos serviços prestados, mau atendimento e preços exorbitantes. Sendo que são diversos profissionais como taxistas, recepcionistas, garçons, guias e outros profissionais que lidam diretamente com o turista, mas são desprovidos de habilidades de comunicação em idiomas estrangeiros, formação e conhecimento da área e com pouca sensibilização para atender com qualidade conforme a MTUR (2007).

Apesar de o turismo brasileiro ter alcançado patamares de qualidade operacional e de planejamento, ainda há pontos que precisam ser aperfeiçoados, dentre eles as políticas públicas. Poucos estados brasileiros possuem políticas consistentes e poucos municípios atingem níveis de excelência nesse campo. É importante que se conheça a história e estrutura das políticas públicas e privadas destinadas ao setor. Conhecer a história do Brasil, seus desafios, possibilidades, erros e acertos são fundamentais para analisar o presente e o futuro desse campo ainda pleno de potencial (BENI, 1998).

De acordo com Ansarah (2001), desde o primeiro quartel do século passado, o governo brasileiro vem considerando o país propício para o desenvolvimento da atividade turística e adotando ações nesse sentido. Para muitos países e não somente o Brasil, o turismo é entendido como uma base firme para o crescimento econômico e o desenvolvimento social.

No entanto, se por um lado, a sistematização das ações governamentais sobre o turismo encontra-se em construção, por outro, pouco se sabe a respeito de atores, arenas,

processos de decisão ou produtos dessa iniciativa, apesar das últimas décadas terem registrado o ressurgimento do debate acerca das políticas públicas, bem como das instituições, das regras e dos modelos que regem sua decisão, elaboração, implementação e avaliação. (PIMENTEL, 2014 *apud* Souza, 2006)

O papel do poder público no desenvolvimento do turismo passou por diversas transformações. É possível observar cinco períodos da trajetória histórica das políticas de turismo no Brasil, onde os mesmos se caracterizam por um princípio organizador e por efeitos dele esperados.

Tabela 03: AGENDA PÚBLICA DE TURISMO NO BRASIL

Período	Princípio Organizador	Efeito Esperado
Getulismo (1930/1955)	Exportação invisível	Influxo de turistas estrangeiros; construção de um mercado interno; organização e fiscalização das atividades turísticas.
De Juscelino ao recuo do milagre (1956/1979)	Empreendedorismo estatal	Desenvolvimento do turismo interna e externamente; planejamento, sistematização e coordenação do desenvolvimento turístico; fundo para custeio de programas.
Redemocratização (década de 80)	Estabilização	Consolidação de um intervencionismo colegiado (Sistema Nacional de Turismo); consolidação constitucional do desenvolvimento do turismo.
Liberalização (década de 90)	Gerenciamento	Ampliação do mercado turístico nacional e estrangeiro; ações executivas descentralizadas para estados, regiões e municípios; ampliação do mix público-privado.
Recuperação do desenvolvimento (primeira década de 2000)	Desenvolvimento e agenda social	Desenvolvimento do turismo interno e incremento do fluxo externo; melhoria da qualidade e produtividade; descentralização de planejamento e execução; regionalização; envolvimento das comunidades; sustentabilidade; inclusão social pelo aumento da oferta de trabalho; redução das desigualdades.

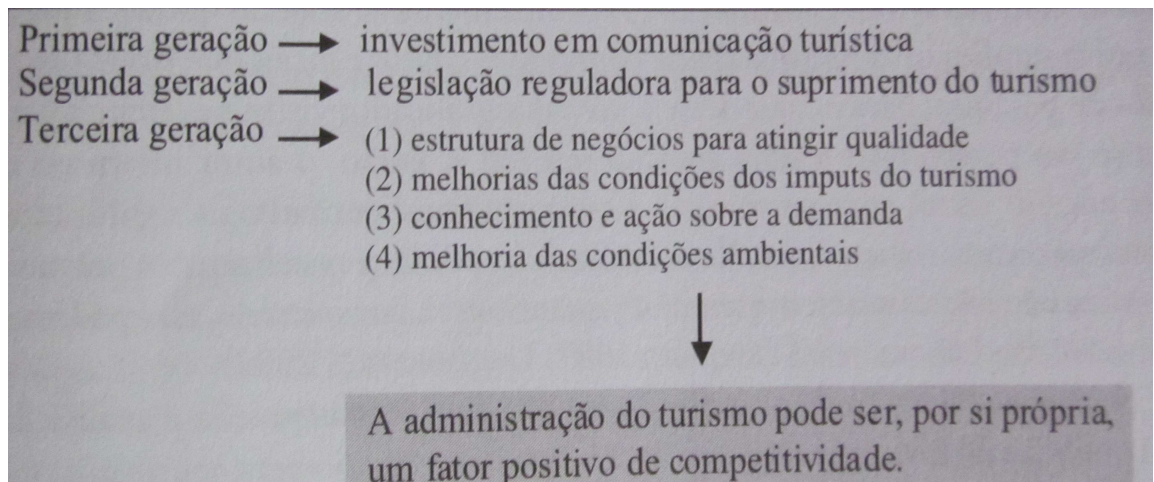
Fonte: Pimentel (2011) *apud* Pimentel (2014).

Desse modo, o caminho das políticas públicas de turismo que vem sendo implementado no Brasil é ainda estreito, falta trilhar outros caminhos. Muitos estudiosos sinalizam que o setor público tem priorizado o crescimento econômico e tem deixado de lado um processo de desenvolvimento humano mais abrangente durável e sustentável a partir do setor turístico. No entanto, não se pode negar que as políticas de turismo brasileiras mesmo

com problemas estruturais e superestruturais buscam acompanhar o cenário das políticas de turismo mundial.

Segundo Pimentel (2014) no contexto mundial, o desenvolvimento de políticas de turismo para a promoção do turismo vem cedendo lugar às políticas voltadas para o desenvolvimento de produtos diversos com o objetivo de manter a competitividade.

Figura 01: Evolução das políticas de turismo no mundo



Fonte: Pimentel (2014) *apud* Sola (1996)

Pimentel (2014) apresenta o esquema das fases do desenvolvimento das políticas públicas mundiais, principalmente Europa e América do Norte. Esse esquema seria um modelo organizacional de governo que se constitui fator-chave a ser considerado para a competitividade de empresas e regiões turísticas.

No caso do Brasil, o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2013/2016 consolida a Política Nacional de Turismo e apresenta as orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade no Brasil para os próximos anos. Resulta do esforço integrado do governo federal, envolvendo a iniciativa privada e o terceiro setor, por meio do Conselho Nacional de Turismo, sob a coordenação do Ministério do Turismo.

O plano foi construído conforme as orientações do governo federal e alinhado ao Plano Plurianual 2012/2015. Ele define as contribuições do setor para o desenvolvimento econômico, social e a erradicação da pobreza. Tem ainda como insumo básico o Documento Referencial - Turismo no Brasil 2011/2014 e destaca, no âmbito da gestão, as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo brasileiro, como a participação e diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento; e a regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento.

A segurança jurídica também é um fator preponderante para a construção de um ambiente favorável, que viabilize as iniciativas e os investimentos no setor, por parte dos empreendedores nacionais e estrangeiros. Sendo que, um dos objetivos do presente PNT é exatamente o de estabelecer mecanismos que garantam estabilidade e confiança, no que se refere à obtenção de licenças, autorizações, concessões e demais exigências do estado, para a instalação e operação de empreendimentos turísticos no País.

A partir das diretrizes estratégicas, considerando o comportamento da atividade no mercado nacional e internacional e os desafios impostos, são definidos objetivos a serem alcançados: incentivar o brasileiro a viajar pelo país; incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros; melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro; e preparar o turismo brasileiro para os megaeventos (PNT, 2013/2016).

A organização do PNT segue uma estrutura lógica, que interliga as diretrizes estratégicas, os objetivos e resultados esperados e a proposição e o desenvolvimento de programas, projetos e ações. O plano agrega, ainda, um amplo conjunto de informações e dados que norteiam as ações compartilhadas pelo Ministério do Turismo e a cadeia produtiva do setor, em favor do turismo brasileiro. Para dar objetividade ao Plano, que traz orientações de caráter mais estratégico, serão elaborados, periodicamente, documentos de cunho executivo, para possibilitar ações concretas de apoio ao desenvolvimento do turismo, onde estarão previstos os meios materiais, financeiros e legais necessários a sua viabilização. Documentos que deverão possibilitar a aglutinação de ações prioritárias, e orientar recursos públicos e privados para solução dos gargalos que têm impedido ou adiado a plena expansão da atividade turística no País, notadamente nas áreas de infra-estrutura, financiamento e capitalização do setor, capacitação técnico-gerencial, tratamento fiscal/tributário, inovação tecnológica, promoção interna e externa, certificação, cadastramento, desenvolvimento de micro e pequenas empresas do segmento do turismo, desenvolvimento de destinos turísticos, dentre outras.

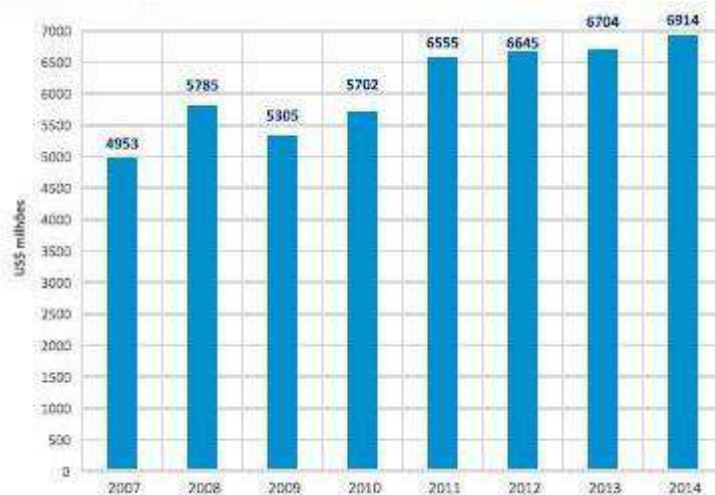
Também o Ministério de Turismo - MTUR (2015) propõe algumas ações e planos para o turismo. Dentre as ações: conhecer o turista, mercado e território; estimular o desenvolvimento sustentável da atividade turística; estruturar os destinos turísticos; regular, fomentar e qualificar os serviços turísticos; fortalecer a gestão descentralizada, parcerias e participação social e, promover os produtos turísticos. Quanto aos programas destacam-se: Programa Turismo Sustentável e Infância⁵ e Pronatec Turismo⁶.

⁵ O objetivo do Programa Turismo Sustentável e Infância é trabalhar a prevenção e o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes em todos os níveis do turismo brasileiro e ao mesmo tempo

De acordo com a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (2015) realizada pelo Ministério do Turismo e a Fundação Getúlio Vargas é possível observar informações sobre o desempenho em 2014 e os prognósticos para 2015. Aproximadamente as 80 maiores empresas do setor de turismo no Brasil (agências de viagens, locadoras de automóveis, meios de hospedagem, operadoras de turismo, organizadoras de eventos, promotores de feiras, transporte aéreo, transporte rodoviário e turismo receptivo) auferiram um faturamento total de R\$ 67,4 bilhões no ano de 2014.

Segundo a pesquisa mencionada acima, os dados divulgados pelo Banco Central revelam que os gastos efetuados por turistas estrangeiros em visita ao Brasil medidos pela receita da conta viagens, do balanço de pagamentos, totalizaram em 2014, US\$ 6914 milhões (3,13% a mais do que os US\$ 6704 milhões auferidos em 2013), constituindo-se no recorde da série histórica conforme Figura 02. Porém, a despesa cambial turística, em 2014, alcançou US\$ 25608 milhões (2,49% a mais do que os US\$ 24987 milhões referentes a 2013), gerando majoração do déficit de US\$ 18283 milhões, em 2013, para US\$ 18694 milhões em 2014 (+2,25%). Assim sendo, a corrente cambial turística (receita mais despesa) aumentou de US\$ 31691 milhões, em 2013, para US\$ 32522 milhões em 2014 (+2,62%).

Figura 02: Receita Cambial – 2007 a 2014 – US\$ Milhões



Fonte: Banco Central, 2015.

desenvolver, através da atividade turística, proteção ao meio ambiente, redução da pobreza e das desigualdades regionais, por meio da criação de empregos e geração de renda. (MTUR, 2015)

⁶ Qualificar trabalhadores para atender com qualidade e competência os turistas é o que fortalecerá a imagem do país como destino turístico ideal para todos os públicos. Com o objetivo de organizar esse trabalho, o Ministério do Turismo se uniu ao Ministério da Educação para levar o Pronatec ao segmento turístico. O Programa vai qualificar quem já trabalha com turismo e também quem pretende se profissionalizar no setor. Serão atividades ligadas ao receptivo turístico, além dos cursos de inglês, espanhol, francês e libras. Os participantes também receberão auxílio estudantil. (MTUR, 2015)

No que diz respeito à segmentação do mercado em 2014, a procura por destinos nacionais representou 58% das vendas realizadas pelas agências pesquisadas, enquanto 42% corresponderam à demanda por destinos internacionais - ressalte-se que mesmo com a taxa de câmbio (dólar estadunidense) se mantendo bem acima da registrada ao longo de (praticamente) todo o ano de 2013, tal fato não foi suficiente para desestimular as viagens para o exterior. (MTUR, 2015)

Maior faturamento em 2014 (em relação a 2013) foi detectado em 37% do mercado de agências de viagens, enquanto que 11% acusaram estabilidade e 52%, decréscimo, resultando num saldo de -15%, com variação média de 2,6%. Dentre as razões que justificam a redução do faturamento, foram mencionadas a realização da Copa do Mundo de Futebol e das eleições, as quais reduziram significativamente o número de viagens corporativas

Todo o mercado de agências de viagens realizou investimentos ao longo de 2014, em percentual equivalente a 6,2% do faturamento global. A área/atividade que foi beneficiada prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2014 foi a de novas tecnologias.

Já para o ano de 2015 considerou-se fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios e entraves a expansão dos negócios. Os favoráveis se referem aos investimentos realizados em tecnologia da informação, bem como a atual intensificação de campanhas de marketing e promoção de vendas (visando a atração de novos clientes) e realização de treinamento dos funcionários são aspectos propícios à expansão dos negócios.. Já os entraves, como ponto desfavorável à expansão do faturamento pode ser ressaltado o desempenho insatisfatório da economia brasileira. De forma ambivalente, a tecnologia também pode ser um fator limitador dos negócios, na medida em que as agências on-line vêm acirrando a concorrência do segmento.

Os empresários consultados na pesquisa do MTUR/FGV (2015) mostram-se otimistas em relação a 2015, esperando a continuidade de elevação do faturamento (saldo das previsões de 63%), com uma variação média de 8,8%, em função principalmente da expectativa de aumento da carteira de clientes e dos investimentos já realizados em tecnologia, serviços e na área comercial (visando à conquista de novos negócios, além do incremento dos atuais).

Ainda assim, as perspectivas referentes ao nível de emprego, em 2015, são de ténue redução: enquanto que 22% do mercado respondente prognosticam elevação, 41% acreditam na ocorrência de inalterabilidade, e 37% em redução, gerando saldo de -15%, com variação

média de -0,9%. Por outro lado, a expectativa é a de que os custos diminuirão (saldo de -30%), e de que os preços praticados pelas empresas manter-se-ão no mesmo nível de 2014 (saldo nulo).

Com relação especificamente aos investimentos, as empresas pesquisadas manifestaram intenção de investir 6,1% do seu faturamento global em 2015, percentual ligeiramente inferior ao investido em 2014 (6,2%). As áreas/atividades que deverão ser beneficiadas prioritariamente pelos investimentos a serem realizados pelas empresas desse segmento em 2015 são as seguintes: novas tecnologias e treinamento de pessoal.

Entretanto, entre os motivos limitadores do crescimento dos negócios, foram citados a evolução insatisfatória da economia brasileira, o significativo aumento dos custos de energia e a menor disponibilidade de recursos para investimentos por parte do governo.

De acordo com Barbosa (FGV, 2013) o desafio que se tem nos dias de hoje é colocar o país nas rotas mais rentáveis, no caso o turismo internacional. O governo vem buscando tornar o Brasil atrativo e usa os grandes eventos que acontecem. "Hoje somos um dos dez maiores promotores de eventos do mundo – em 2011, fomos o sétimo." Segundo ele, a Copa das Confederações e do Mundo e as Olimpíadas será o principal legado. Além como turismo de lazer, o Brasil irá se consolidar como um país sede de grandes eventos globais, de turismo de incentivo, de corporações profissionais e de empresas.

Também são apresentadas as estimativas e inferências sobre o turismo interno ou doméstico brasileiro. Utiliza-se resultados da pesquisa FIPE/MTur e também dados do Censo 2010 do IBGE sobre o número base do total de domicílios urbanos, os mais recentes disponíveis sobre a população a que se refere a pesquisa. Os resultados da pesquisa FIPE/MTur apresentados e utilizados são: números de domicílios onde pelo menos um morador tenha realizado ao menos uma viagem; o número médio de moradores em cada domicílio que realizou viagens domésticas; e o número médio de viagens realizadas pelos moradores destes domicílios. A partir destes parâmetros são estimados os números do total de viagens realizadas no País.

Com base na proporção de domicílios com viajantes dos domicílios urbanos brasileiros, resultante da pesquisa, que é calculada como sendo de 44,0%, procedeu-se à sua expansão para o total da população. Assim, considerando-se que no Brasil têm-se 49,227 milhões de domicílios urbanos, aplicando-se sobre este número de domicílios a proporção dos que declaradamente contêm residentes que realizaram pelo menos 1 viagem nos últimos 12 meses (44,0%), pode-se inferir que em 21,660 milhões deles pelo menos um de seus residentes realizou uma ou mais viagens domésticas não rotineiras no ano anterior.

Esse resultado, junto com os relativos aos anos de 2005 e 2007 obtidos em pesquisas anteriores, pode ser observado a seguir.

Tabela 04: residentes que realizaram pelo menos 1 viagem nos últimos 12 meses

ITENS	2005	2007	2011
Nº de Domicílios Urbanos	42.196,0	47.856,0	49.227,0
<i>(em 1.000)</i>			
Proporção dos Domicílios com viajantes	37,3%	38,2%	44,0%
<i>(em %)</i>			
Nº de Domicílios com Viajantes	15.739,1	18.281,0	21.659,9
<i>(em 1.000)</i>			

Fonte: FIPE/Mtur, 2012.

Apesar da crise econômica que vem se instalando no Brasil o turismo é um setor que cresce e deve ser pensado como propulsor de desenvolvimento econômico. De acordo com Reis (2011) há três formas básicas de turismo: o turismo doméstico, o turismo emissor e o turismo receptivo. O turismo doméstico é capaz de promover a distribuição da renda nacional, diminuindo as desigualdades regionais, ativando a economia através do movimento constante de pessoas entre as diversas regiões do país (FIPE/MTUR, 2012).

Além do turismo doméstico tem-se o turismo receptivo e o turismo emissor (ou emissivo). O turismo receptivo é importante para o país a medida que entram divisas estrangeiras, aumentando a receita com a exportação dos serviços, o que provoca equilíbrio favorável na balança de pagamentos. Já o turismo emissor provoca perdas de divisas, pois os que viajam ao exterior gastarão no exterior a renda obtida no país de origem, gerando benefícios naquele destino.

Conforme Vasconcellos (2006) os países detentores de elevado nível de desenvolvimento econômico e que realizam uma atividade turística predominantemente receptora dão grande importância ao turismo por ele se constituir em um fator básico de estabilidade do desenvolvimento. É um valioso componente do consumo familiar, oferece considerável contribuição para a solução dos problemas de desemprego, influencia positivamente o saldo da balança de pagamentos e representa importante papel para o desenvolvimento regional. Mas, no caso dos países em desenvolvimento, a atividade turística predominantemente receptora, poderá criar uma relativa dependência em relação aos países desenvolvidos, pois muitas vezes os países em desenvolvimento não possuem condições de produzir bens, equipamentos, materiais necessários para os investimentos turísticos, produtos

e serviços destinados ao consumo turístico final e fica dependente das importações, o que representa gastos.

Desse modo, a existência de recursos turísticos é a condição fundamental para o desenvolvimento do turismo e da demanda turística.

Segundo Ignarra (1999) os recursos turísticos se constituem nos atrativos turísticos que formam a matéria-prima do produto turístico. Os atrativos podem ser classificados em atrativos naturais e atrativos culturais sendo que, ainda há os atrativos artificiais. Há enormes variedades de recursos turísticos

Entre os recursos naturais, podem ser citados: clima, paisagem, vegetação, florestas, animais selvagens etc. Constituem-se no principal atrativo turístico, pois aqui se encontram o turismo de “sol e praia” e o turismo alternativo em ascensão que privilegia a natureza como destino. Nos recursos culturais, podem ser incluídos patrimônio histórico e cultural, museus, manifestações da cultura tradicional, realizações técnicas ou artísticas contemporâneas, eventos folclóricos e programados etc. Outros recursos turísticos que podem ser assinalados são: complexos de entretenimento criados artificialmente, como os parques temáticos (DIAS, 2008, p.58-59).

Os recursos turísticos revelam o potencial existente em determinado local ou região para a exploração do turismo. Precisa-se viabilizá-los como atrativo, com a oferta de infraestrutura para receber os visitantes. Desse modo, para que haja um desenvolvimento do potencial turístico é preciso que haja um planejamento turístico.

A avaliação dos recursos vinculados a um território pressupõe uma análise dos fatores relacionados com o grau de interesse que desperta uma eventual demanda, a originalidade que apresenta em relação a outros recursos e a disponibilidade real, levando-se em consideração critérios de manutenção e conservação. Não se trata somente de conseguir identificar os recursos que estão em um determinado território, mas de estabelecer sua real utilidade do ponto de vista turístico e, conseqüentemente, refletir sobre a verdadeira vocação turística do local e as possibilidades de construir uma oferta coerente e rentável a longo prazo (DIAS, 2008, p.61).

No século XXI observa-se que o turismo é uma atividade importante e tem o papel decisivo e promove o desenvolvimento em qualquer nível de organização da sociedade. O turismo é uma atividade econômica importante para o desenvolvimento que despertou atenção a partir da década de 50 quando houve o crescimento do número de viajantes internacionais. Por isso, pensar essa atividade como promotora de desenvolvimento no Brasil faz-se necessária.

El turismo se ha transformado en un fenómeno de notable importancia en las sociedades modernas. Aun en épocas de crisis y de recesión económica el turismo ha mantenido una dinámica relevante en comparación con i- otros sectores de la economía. Simultáneamente, las expectativas que genera el turismo, en términos políticos, sociales y culturales, no se constriñen - a pesar del deterioro eventual, más o menos prolongado, que puede experimentar un país.

En consecuencia, el turismo actual debe considerarse, básicamente como producto de la cultura, en el amplio sentido del término. Por ello las explicaciones de carácter económico que se emplean para comprender la trascendencia del turismo son, evidentemente, insuficientes aunque significativas, porque no contemplan y tampoco ponderan la diversidad de dimensiones del fenómeno.

En un sentido más estricto, el turismo es resultado de una cultura universal, pero también trasciende de las culturas locales en las cuales se manifiesta. Esta dualidad estructural del turismo resulta clave para cualquier planteamiento que pretenda promover un auténtico proceso de desarrollo, ya sea de la actividad misma, de las empresas o de las comunidades locales que se relacionan de manera directa o indirecta con la actividad (MOLINA, 2005, p.9).

Entretanto, segundo Dias (2008) o desenvolvimento econômico sempre vem acompanhado de um crescimento da economia, embora o crescimento não implique necessariamente desenvolvimento. Há países que se verifica um aumento do Produto nacional, portanto, crescimento econômico, sem, no entanto, tal resultado se traduzir em um processo de desenvolvimento.

Para Furtado (1980) o desenvolvimento se baseia em três dimensões, isto é, o aumento da eficácia do sistema de produção; satisfação das necessidades elementares da população e consecução de objetivos que almejam grupos dominantes de uma sociedade e que competem na utilização de recursos escassos. No entanto, quando se trata de turismo deve-se ter políticas públicas bem definidas nacionalmente, mesmo que se tenham políticas de desenvolvimento definidas a nível global.

O desenvolvimento econômico se ocupa tanto dos aspectos produtivos como sociais, por exemplo, a mobilidade social e a qualidade de vida. Incluso em seu aspecto econômico, o desenvolvimento resulta ser diferente ao crescimento que se preocupa apenas com questões quantitativas. Por isso, hoje o novo paradigma de desenvolvimento é a sustentabilidade, pois a sustentabilidade tem uma relação direta com o turismo.

Segundo Carvalho (2006) *apud* Beni (2001) o turismo sustentável deve garantir e assegurar os componentes dos diferenciais turísticos, o mecanismo racional de exploração dos recursos ambientais naturais, histórico-culturais e temático-artificiais, por meio de um processo preservacionista estratégico de desenvolvimento interativo e articulado, especialmente delimitado e localizado.

Na sociedade brasileira em geral fala-se na melhoria da gestão pública como um objetivo estratégico dos governos. Mas, é preciso que se fortaleçam as instituições de governo através da valorização, formação e capacitação dos profissionais comprometidos com a efetivação das suas atividades para que os objetivos sejam atingidos (Carvalho, 2006).

Segundo o MTUR (2007) primeiramente, a sustentabilidade tem a ver com a durabilidade, isto é, tudo o que se sustenta por muito tempo. A partir da década de 1960, um

novo conceito de desenvolvimento começou a se consolidar, verificando-se uma maior preocupação da comunidade internacional com os limites do desenvolvimento econômico do planeta. Desenvolvimento este, diretamente relacionado ao modelo de consumo vigente, aos efeitos negativos da acumulação e do desperdício, e aos riscos da degradação do meio ambiente.

Desse modo, o desenvolvimento sustentável é a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras. Então, a introdução da noção de desenvolvimento sustentável socializou o debate sobre o desenvolvimento, estimulando o diálogo e a tomada de decisões colegiadas entre os governos e a sociedade civil, definindo a participação e a cooperação como as bases que permitem uma maior eficácia das decisões políticas e econômicas. (MTUR, 2007)

Os princípios do desenvolvimento sustentável mencionados pelo MTUR (2007), a saber, a sustentabilidade ambiental; sustentabilidade econômica; sustentabilidade sociocultural; sustentabilidade político-institucional são princípios que mantêm uma forte relação entre si e precisam ser planejados conjuntamente, pois essa é a única maneira de se alcançar a sustentabilidade.

Segundo Vasconcellos (2006) o turismo sustentável, da mesma forma que o desenvolvimento sustentável, está estreitamente relacionado não só com a preservação do meio ambiente, mas também, com o comportamento das pessoas e dos sistemas econômicos.

No entanto, o turismo, quando planejado e executado dentro dos princípios conceituais da sustentabilidade, fortalece a cultura local e regional preservando a identidade social, fomentando a diversidade cultural das comunidades, grupos e regiões, com elevação da auto-estima dos indivíduos/cidadãos.

O turismo tem uma função estratégica de fornecedor de divisas para qualquer país em desenvolvimento que estabeleça um planejamento adequado da atividade como importante componente de qualquer proposta de desenvolvimento.

O setor público e os órgãos de financiamento nacionais e internacionais tem assumido papel relevante concedendo estímulos diretos e indiretos com o objetivo de promover o desenvolvimento de regiões menos desenvolvidas. Sendo que o turismo tem impactos positivos que se caracteriza por:

- Obter uma distribuição mais equitativa no nível de vida entre as regiões mais e menos desenvolvidas do país; isto provoca, entre outros efeitos, a diminuição da migração interna;

- melhoria das condições de habitabilidade local e regional, pois a criação e a melhoria da infra-estrutura e dos equipamentos nestas regiões permite sua utilização tanto pelos turistas como pela população residente;
- estimular o desenvolvimento regional, pois a implantação e o melhoramento da infra-estrutura e dos equipamentos necessários para o turismo facilitam ou estimulam o estabelecimento na região de outras atividades econômicas (DIAS, 2008, p.84).

O turismo traz benefícios significativos e os riscos na maioria das vezes podem ser minimizados. A atividade turística tem características positivas como:

1. gera divisas que contribuem para cobrir o déficit na balança de pagamentos; grande parte dessas divisas destina-se ao pagamento das importações e, mais recentemente, a saldar parte dos compromissos financeiros contraídos com os banqueiros internacionais;
2. cria empregos, o que permite incorporar na vida econômica pessoas desempregadas, subempregadas ou que acabam de ingressar no mercado de trabalho;
3. empregos são criados com um investimento comparativamente inferior ao exigido por outros setores da economia;
4. contribui para o desenvolvimento regional, fato significativo em países que se destacam pela concentração da atividade econômica, da renda e da riqueza;
5. aproveita recursos renováveis, característica esta que será válida, no caso dos atrativos naturais, quando na exploração dos mesmos tenham sido incorporados critérios de conservação;
6. contribui para o resgate e a conservação dos usos e costumes locais, de manifestações folclóricas, artesanais etc.;
7. em conjunto com outras atividades econômicas, pode atuar como força motora para impulsionar o desenvolvimento regional;
8. nos países onde os deslocamentos do turismo interno são importantes, promove-se maior identificação entre as pessoas da mesma nacionalidade;
9. favorece uma rápida distribuição geográfica de renda;
10. tem um efeito multiplicador significativo no conjunto da economia nacional;
11. recupera e conserva valores e fatos de caráter histórico (DIAS, 2008, p.88) *apud* MOLINA, 1997).

No entanto, para que seja viável o desenvolvimento do turismo é preciso pensar em planejamento a fim de se estabeleçam metas realizáveis e se mantenha a coerência operacional. Trata-se de orientar a atividade presente para determinado futuro.

Nas duas principais articulações integracionistas nas quais o Brasil está incluído, o turismo tem sido contemplado de forma periférica, no item serviços. No âmbito do Mercosul, o tema é tratado na Reunião Especializada de Turismo (RET), que se reúne periodicamente e onde os temas predominantemente tratados são aqueles que buscam a uniformização dos procedimentos estatísticos e de avaliação do setor. Na Alça o turismo não mereceu ainda um tratamento diferenciado, integrando-se no setor de serviços (DIAS, 2008, p. 85).

Face ao exposto para que o turismo se desenvolva no Brasil é preciso que haja apoio e conscientização por parte dos atores envolvidos e isso inclui principalmente a sociedade que precisa estar convencida da importância e da necessidade do turismo como fator de desenvolvimento e, além disso, precisa de uma estrutura política que deve dar respaldo ao turismo a partir de políticas públicas coerentes. Políticas que vão ao encontro das

necessidades da população a nível local, regional e nacional através da participação ativa na discussão de um Plano de Desenvolvimento do Turismo tanto a nível local quanto a nível nacional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística tem natureza cultural, pois se trata de um processo de interações entre comunidades diferentes que ocupam espaços diferenciados socialmente construídos e devido a diversidade tornam-se atraentes ao conhecimento do outro, isto é, o turista, que viaja para conhecer novos locais. Então, o turismo faz parte da natureza do ser humano e deve ser encarado com seriedade pela sociedade em geral e por seus gestores. Essa atividade também é responsável pela geração de renda e emprego.

Entretanto, no que diz respeito ao turismo no Brasil se observa que o setor continua subestimado. E isso é preocupante, pois o Brasil hoje é um país cosmopolita e internacionalizado. A possibilidade do turismo interno e externo é uma consideração de consumo relevante para o brasileiro. Por isso, esse setor é parte importante da globalização e deve ser tratado com seriedade por parte dos gestores diretamente ligados a ele. Apesar disso, esse setor está longe da estagnação, pois mesmo sem infra-estruturas suficientes ele cresce continuamente.

Na sociedade brasileira em geral fala-se na melhoria da gestão pública como um objetivo estratégico dos governos, mas, é preciso que se fortaleçam as instituições de governo através da valorização, formação e capacitação dos profissionais comprometidos com a efetivação das suas atividades para que os objetivos sejam atingidos.

Ao se pensar no turismo como fator de desenvolvimento econômico e social é importante que ocorra a participação ativa do todo social, ou seja, empresários, população, profissionais das mais diversas áreas, que, a partir da junção das diferenças, dos pontos de vista distintos, não no sentido de homogeneizar, mas de agregar, para construir uma realidade que expressa a qualidade de vida buscada por todos os indivíduos.

Apesar de o turismo ser uma expressão significativa para a economia global e um dos setores mais dinâmicos do processo de integração mundial, no Brasil, ele tem sido relegado a plano secundário na elaboração de políticas públicas em todos os níveis de organização do

Estado (Federal, Estadual e Municipal), assim desconsiderado como ferramenta para o desenvolvimento.

Perceberam-se também que as preocupações com o turismo surgem com bastante força dentro do meio acadêmico. Há uma preocupação de diversas áreas do conhecimento com essa temática. No entanto, isso mostra o quanto ainda é preciso estudar e buscar novos caminhos. Isso se torna positivo, pois instiga a continuar pesquisando. Portanto, esse tema é relevante e contribui para os estudos acadêmicos e sociedade em geral, além disso, possibilita que se observe a dimensão da sua importância e a perspectiva que apresenta para o desenvolvimento de uma região e país.

5 REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Senac, 2001.

BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarida (Orgs.) **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2001.

BARBOSA, Gustavo. Desafios e Expectativas. In: **Conjuntura Econômica**. Vol.67, nº 04, Abril 2013.

CASTRO, Celso. **A natureza turística do Rio de Janeiro**. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarida (Orgs.) **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2001.

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

CINTRA, Antonio Octávio. **Planejando as cidades: política ou não política**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica Fácil**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2008.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades**. São Paulo: Saraiva, 2008.

FIPE – MINISTÉRIO DO TURISMO – **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil**. 2010/2011 – São Paulo, setembro/2012.

FURTADO, Celso. **Pequena introdução ao desenvolvimento: enfoque interdisciplinar.** São Paulo: editora Nacional, 1980.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Pioneira, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA- IBGE. **Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo,** Coordenação de Contas Nacionais. - Rio de Janeiro : IBGE, 2006.

LEVI, Darrel E. **A família Prado.** São Paulo: Cultura, 1977.

LÓPES, Tânia. **Rotas nacionais: fragmentando os roteiros turísticos sobre Ouro Preto.** In: In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarida (Orgs.) **Turismo e identidade local: uma visão antropológica.** Campinas, SP: Papirus Editora, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Conteúdo Fundamental Turismo e Sustentabilidade.** Brasília 2007.

MINISTÉRIO DE TURISMO: - FIPE, **CARACTERIZAÇÃO E DIMENSIONAMENTO DO TURISMO DOMÉSTICO NO BRASIL – 2010/2011 SÃO PAULO SETEMBRO/2012.**

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil.** São Paulo: Manole, 2002.

PEARCE, Douglas G., BUTLER, Richard W. (Orgs.) **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos.** São Paulo: Contexto, 2002.

PIMENTEL, Thiago Duarte, EMMENDOERFIER, Magnus Luiz, TOMAZZONI, Edegar Luis (Orgs.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil – teorias, metodologias e aplicações.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

PIMENTEL, Mariana Pereira. **A dimensão institucional das políticas públicas de turismo no Brasil.** In: PIMENTEL, Thiago Duarte, EMMENDOERFIER, Magnus Luiz, TOMAZZONI, Edegar Luis (Orgs.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil – teorias, metodologias e aplicações.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

PLANO NACIONAL DE TURISMO. **O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil.** (2013-2016).

REIS, Jarlene Rodrigues. **Teoria Geral do Turismo.** Rio de Janeiro: Etec Brasil, 2011.

TYLER, Duncan. GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin (Orgs.) **Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos.** São Paulo: Futura, 2003.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Introdução à Economia do Turismo.** São Paulo: Saraiva, 2006.