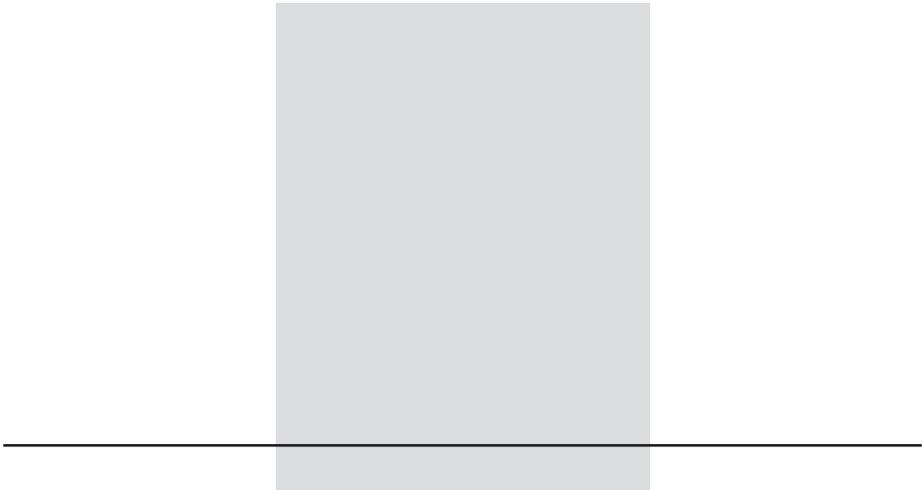


CENÁRIOS DO TURISMO BRASILEIRO



CENÁRIOS DO TURISMO BRASILEIRO

Alexandre Panosso Netto
Luiz Gonzaga Godoi Trigo



Copyright © Alexandre Panosso Netto e Luiz Gonzaga Gogoi Trigo, 2009
Copyright © Aleph, 2009

CAPA Thiago Ventura
Luiza Franco
AQUARELA DE CAPA Meire de Oliveira
PREPARAÇÃO DE TEXTO Mônica Reis
REVISÃO Tânia Rejane A. Gonçalves
REVISÃO TÉCNICA Marcelo Vilela de Almeida
PROJETO GRÁFICO Neide Siqueira
EDITORAÇÃO Join Bureau
EDITORES DE TURISMO Guilherme Lohmann
Alexandre Panosso Netto
COORDENAÇÃO EDITORIAL Débora Dutra Vieira
DIRETORA EDITORIAL Betty Fromer Piazzi

Todos os direitos reservados.
Proibida a reprodução, no todo ou em parte, através de quaisquer meios.

ALEPH PUBLICAÇÕES E ASSESSORIA PEDAGÓGICA LTDA.
Rua Dr. Luiz Migliano, 1.110 – Cj. 301
05711-900 – São Paulo – SP – Brasil
Tel: [55 11] 3743-3202
Fax: [55 11] 3743-3263
www.editoraaleph.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Panosso Netto, Alexandre
Cenários do turismo brasileiro / Alexandre Panosso Netto, Luiz Gonzaga Godoi
Trigo. – São Paulo : Aleph, 2009. – (Série turismo)

Bibliografia
ISBN 978-85-7657-082-0

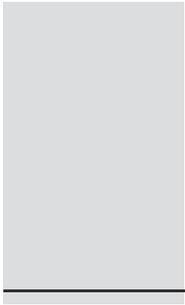
1. Globalização 2. Turismo 3 Turismo – Aspectos econômicos 4. Turismo
– Aspectos sociais 5. Turismo – Brasil 6. Turismo – Pesquisa I. Trigo, Luiz Gonzaga.
II. Título. III. Série.

09-06156

CDD-338.479181

Índice para catálogo sistemático:

1. Brasil : Turismo : Pesquisa : Economia 338.479181
2. Turismo brasileiro Pesquisa : Economia 338.479181



SUMÁRIO

Apresentação	11
--------------------	----

CAPÍTULO 1

Cenários do turismo no contexto da globalização	15
Cena da vida turística.....	15
1. Introdução	16
2. A lucidez dos anos 1990	18
3. As dúvidas sombrias do início do século XXI	22
4. O que aconteceu nos últimos anos?	29
5. Mais sobre a questão da globalização	35
6. Os problemas na “nova economia” e os novos desafios.....	38
7. Turismo, cultura e sociedades	40
8. Terrorismo e turismo na história recente	45
9. Considerações finais	49
Para pensar	51

CAPÍTULO 2

Turismo e sociedade.....	53
Cenas da vida turística.....	53
1. Contexto histórico.....	57

2. Os problemas do turismo nacional.....	73
3. A importância da sociedade na discussão sobre turismo	74
4. É possível melhorar essa situação? Como?.....	75
5. Por uma agenda do pleno desenvolvimento do turismo	83
Para pensar	86

CAPÍTULO 3

Quatro décadas de turismo – 1970-2009	87
Cena da vida turística.....	87
1. O turismo melhorou?	88
2. O turismo piorou?	91
3. Uma história plena de sucessos e incertezas	94
4. Tendências do turismo – Brasil 2014.....	103
Para pensar	105

CAPÍTULO 4

Origens e evolução da crise aérea brasileira – 2006-2009	107
Cena da vida turística.....	107
1. Introdução	108
2. Entre um desastre e outro.....	109
3. Uma questão metodológica	110
4. A eclosão da crise	110
5. As raízes do problema	111
6. Os frutos da crise	114
7. Considerações finais	121
Anexo 1 – Cronologia resumida da crise aérea brasileira	121
Para pensar	127

CAPÍTULO 5

Segmentação e experiência turística	129
Cena da vida turística.....	129

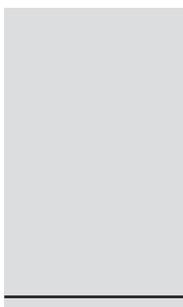
1. Quais são os fatores que colocam um país no grande circuito turístico internacional?	130
2. Por que o turista escolhe um destino, e não outro?.....	135
3. Exemplos de sucesso.....	139
4. Considerações finais	144
Para pensar	148

CAPÍTULO 6

Filosofia e epistemologia do turismo.....	149
Cena da vida turística.....	149
1. Introdução	150
2. Epistemologia	152
3. Abordagens	157
4. Fases teóricas do turismo	169
5. Indicadores de avanços.....	172
6. Apagando as luzes	178
Para pensar	178

CAPÍTULO 7

Regulamentação profissional em turismo	181
Cena da vida turística.....	181
1. Introdução	181
2. As profissões regulamentadas no Brasil	187
3. As origens da regulamentação na Antiguidade	190
4. Do passado ao futuro – as sociedades preocupadas com o trabalho	191
5. O campo do trabalho relacionado ao turismo	192
6. Os desafios das novas profissões.....	194
7. A junção educação-trabalho no mundo atual	197
8. Recomendações finais	200
Para pensar	203
Referências bibliográficas.....	205



APRESENTAÇÃO

Nas últimas duas décadas, o mundo passou por várias mudanças importantes: houve o colapso do socialismo; consolidou-se a interligação do planeta em fluxos eletrônicos e virtuais de riquezas, comunicações e cultura; o terrorismo internacional alcançou novos patamares de selvageria e fanatismo; várias crises econômicas atingiram países e setores da economia (a crise da NASDAQ e das montadoras automobilísticas norte-americanas, por exemplo); e a última crise, em pleno desenvolvimento em fins de 2008 e primeiro semestre de 2009, atingiu o capital especulativo, real e virtual em escala preocupante. Áreas produtivas formadas por serviços destinados ao prazer, como lazer, turismo, entretenimento, gastronomia e hospitalidade, também sentiram os impactos destruidores e as ondas de prosperidade desses movimentos globais e regionais. Grandes empresas aéreas desapareceram no turbilhão da história (Pan American, Eastern, Swissair, VARIG, Braniff, Sabena...). Outras empresas surgiram repentinamente e se desenvolveram (Virgin Galactic – com seus pacotes espaciais –, Jet Blue, easyJet, Gol, Azul...). Antigas áreas urbanas degradadas tornaram-se destinos turísticos em Vancouver, Buenos Aires, Salvador, Barcelona e Lisboa. Cidades que foram importantes entrepostos do capitalismo comercial ou antigos povoados no meio de desertos ou lugares remotos tornaram-se destinos de lazer e turismo de massa e/ou de luxo, como Dubai, Orlando, Cingapura, Hong Kong e Las Vegas.

Um *tsunami* destruiu milhares de locais turísticos na Ásia. O aquecimento global provocou enchentes e secas em áreas outrora de clima ameno. Epidemias como a de 2003, da gripe asiática (SARS – síndrome respiratória aguda grave), e a mais recente, da gripe suína, com origem no México em abril de 2009, aumentam o pânico mundial em face de novas e desconhecidas doenças. Os navios de cruzeiros marítimos tornaram-se pavilhões agitados de férias e entretenimento. Voar tornou-se uma experiência desagradável graças aos atentados terroristas e às neuróticas preocupações com a segurança em aeroportos nos países desenvolvidos. Os atrasos provocados por má gestão dos sistemas aéreos, por sobrecarga destes mesmos sistemas ou por greves e distúrbios políticos fazem passageiros sofrerem com maus tratos e abandonos em aeroportos lotados, sem contar o descaso de algumas companhias aéreas e de governos irresponsáveis. Os serviços de bordo tornaram-se uma lástima nas classes econômicas na maior parte do mundo, especialmente nos Estados Unidos. Os *resorts* tornaram-se ilhas de paz e tranquilidade artificiais (os chamados “não lugares”, uma denominação discutível, sem consenso na comunidade acadêmica) em meio a um mundo inseguro, além de, em alguns locais, tornarem-se alvos de atentados terroristas realizados por fanáticos (pseudo) religiosos.

As tecnologias e mídias globais possibilitam acessar celulares e computadores em quase todo lugar do mundo, diminuindo um pouco o fluxo de viagens a negócios mas intensificando a sensação de digitar pelo mundo como se estivéssemos em nossas casas ou escritórios. Temperos e ingredientes deixaram de ser exóticos ou restritos (com exceção das trufas brancas e de algumas bebidas, como o champanhe Cristal Brut Rosé ou os melhores vinhos franceses, vendidos a cerca de mil dólares a garrafa) e redimensionaram a gastronomia regional e internacional. Entre crises e oportunidades inéditas, o turismo e o entretenimento tornaram-se motores econômicos extremamente poderosos nesses últimos 20 anos. O desafio dos empresários, profissionais, pesquisadores e turistas é traçar perfis críticos para melhor entender e aproveitar as nuances e os caprichos de um dos maiores setores econômicos do mundo.

Este livro nasce de uma dupla vertente de dois pesquisadores e professores brasileiros que, há alguns anos, trabalham com cenários e análises locais, regionais ou internacionais do fenômeno turístico e do entretenimento. Trabalhando com filosofia, sociologia, educação, administração e o próprio turismo, procuramos traçar um panorama de como a área se apresenta no Brasil e quais seus próximos desenvolvimentos em meio a um mundo extremamente dinâmico, paradoxal e fragmentado. Desde nossas teses de doutorado (Panosso Netto articulando filosofia e turismo e Trigo articulando educação, sociologia e turismo), até outros trabalhos escritos em conjunto (*Reflexões sobre um novo turismo* – São Paulo: Aleph, 2003 – e *Análises regionais e globais do Turismo Brasileiro*, editado em conjunto com Mariana Aldrigui Carvalho e Paulo dos Santos Pires – São Paulo: Roca, 2005) ou produzidos separadamente, temos nos preocupado sistematicamente em lançar luzes e críticas, reflexões e propostas sobre alguns temas do turismo brasileiro e internacional.

No final da primeira década do século XXI, é possível refletir sobre o passado e lançar algumas propostas sobre o futuro próximo. Sabemos que a história e o mundo se encarregarão de pulverizar profecias e abençoar as reflexões mais honestas. Por isso a preocupação em estudar, descrever e apresentar ao leitor os temas aqui analisados, de maneira não dogmática ou como se fosse uma conclusão final sobre o assunto. Esta é uma obra aberta (como diria Umberto Eco). Acreditamos na crítica e na construção permanente do conhecimento para garantir aos que lerão estas páginas uma possibilidade de também formar sua postura intelectual diante das questões discutidas. Para isso, há uma farta bibliografia, indicações de *sites* e fontes de consulta da mídia para que as pessoas possam melhor estruturar – se assim o desejarem – as suas questões. Se não tiverem tempo ou interesse de fazê-lo, entendemos ser nossa obrigação oferecer o tema já pronto em suas linhas gerais.

Em sua origem, este livro seria a terceira edição atualizada do livro *Reflexões sobre um novo turismo*, mas, durante a pesquisa para a atualização, descobrimos que os cenários mudaram tanto nos últimos cinco anos, que não seria possível uma nova edição, pois quase tudo havia mu-

dado. Por exemplo: em 2003, escrevemos que os Estados Unidos eram um país com forte economia e o Brasil, com economia fragilizada e instabilidade política. Hoje, os Estados Unidos passam por uma recessão que comprometeu sua imagem perante o mundo e o Brasil negocia de igual para igual com os principais líderes mundiais por possuir uma economia em crescimento e um Estado forte. Quem diria que isso mudaria em apenas cinco anos? O resultado dessa atualização é este novo livro com análises inéditas diante dos novos cenários e que estamos ajudando a moldar e transformar.

Alguns desses temas já foram publicados e refletidos de forma semelhante pelos autores em revistas internacionais (*Ábaco*, na Espanha; *Estudios y Perspectivas em Turismo*, na Argentina; *AIEST Review of Tourism*, na Suíça) ou em congressos e encontros no Brasil e no exterior (Argentina, México, Nova Zelândia, Estados Unidos, Espanha e Reino Unido), mas todos os textos são inéditos, pois mesmo os que já tinham sido publicados foram ampliados, atualizados e contextualizados para a realidade de 2009, e alguns deles contaram com exercícios de análises estratégicas que fornecem tendências para os próximos anos.

Agradecemos aos professores, pesquisadores e amigos Guilherme Lohmann (TIM/UHM) e Marcelo Vilela de Almeida (EACH/USP) pela cuidadosa leitura dos originais e preciosas sugestões para que melhorássemos o texto, deixando-o mais palatável ao perfil de nossos leitores. São eles os revisores de conteúdo desta edição.

Por fim, seguindo a tendência da Editora Aleph de promover o lançamento de textos instigantes sobre nosso presente e futuro próximo, o livro *Cenários do turismo brasileiro* pretende ser um instrumento de consulta e debate para que a sociedade e o mercado possam entender um pouco melhor como fica o setor de viagens, turismo e serviços afins nesse mundo tão interessante e perigoso do século XXI.

São Paulo, maio de 2009.

Os autores.

CENÁRIOS DO TURISMO NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO

CENA DA VIDA TURÍSTICA

Impressiona por seu tamanho e pela quantidade de pessoas que por ele transitam. Tudo é tão limpo, brilhante, organizado e comprável ou vendível que parece um shopping center. E é um shopping. São 10 mil metros quadrados de lojas free shop para todos os tipos de turistas e quase todos os tipos de bolsos. Especialmente para quem ganha em euro, libra, dólar ou petrodólar, os prazeres do consumismo aqui são permitidos. Há restaurantes, inúmeros deles, com cozinhas internacionais, centro médico com diversas especialidades, elevadores e rampas em todos os cantos. Para os religiosos, capelas. Para os cansados, 200 apartamentos em hotéis quatro e cinco estrelas. Àqueles para quem o dia deveria ter mais de 24 horas, agência de correios, casas de câmbio, bancos 24 horas, business center, salas de conferências, secretárias, serviços de tradução... Ah, sim, por ser um aeroporto, tem dezenas de portões de acesso aos aviões em seus dois terminais – cinco deles podem receber o Airbus A380 –, 221 balcões de atendimento de companhias aéreas, capacidade para atender 13,5 mil passageiros em uma hora. Em 2006, foram mais de 28 milhões de passageiros que por ali passaram. Pode-se voar em mais de 80 companhias aéreas internacionais para mais de 200 destinos. Um novo terminal elevará essa capacidade para 60 milhões de passageiros por ano e espera-se que o novo aeroporto, já projetado, receba

120 milhões de passageiros por ano. O aeroporto de Dubai é um desses hubs globais do planeta. (www.dubaiairport.com).

1. INTRODUÇÃO

Um dos grandes desafios de governos, empresas e instituições em geral é prever as tendências e os cenários para planejar suas atividades. Para isso, vários institutos, públicos e privados, órgãos da imprensa e universidades organizam grupos de pesquisadores encarregados de analisar as variáveis que formam os cenários regionais e globais. As pessoas encarregadas de traçar políticas para suas instituições precisam estar atentas a esses estudos. Jornais, revistas, bancos de dados, pesquisas acadêmicas e empresariais, relatórios governamentais, tudo ajuda na tarefa de planejar e garantir certa governabilidade para seus projetos durante algum período de tempo. Então, surge a pergunta crucial: quais as diretrizes de uma política de turismo para as primeiras décadas do século XXI? A resposta é um indisfarçável desalento: não há dados suficientemente confiáveis para traçar um panorama do turismo nessas primeiras décadas do novo século. Há inúmeras dúvidas perante a dinâmica dos quadros políticos regional e internacional. O aprofundamento de algumas tendências dificulta a previsão de cenários para os próximos anos: crises econômicas cíclicas, subida e descida do preço do petróleo, terrorismo internacional, novas formações culturais, conflitos políticos e sociais em vários locais do planeta, tecnologias em permanente mutação e desenvolvimento.

Para entender o início do século XXI, é importante ter como base de reflexão não apenas os livros e periódicos acadêmicos, mas também jornais diários e revistas semanais. Muitas vezes, é necessário também o acesso às transmissões ao vivo na televisão ou *on-line* na Internet, pois os movimentos dinâmicos das sociedades atuais antecipam qualquer teoria ou análise preparatória. Desde a década de 1990, as teorias têm sido precedidas pelos acontecimentos, o que causa grande desconforto aos analistas, cientistas sociais e economistas. A história tem apresentado

profundas mudanças ao longo dos últimos anos. Esses movimentos tectônicos da humanidade podem continuar por alguns anos ou, até mesmo, por décadas. O sociólogo espanhol Manuel Castells, radicado nos Estados Unidos, escreveu uma importante obra para tentar dar conta dos novos cenários internacionais. São três volumes: *A sociedade em rede*, *O poder da identidade* e *Fim do milênio*. Castells analisou como as redes de informação influenciam as sociedades, desde a educação e a política até as novas demandas sociais, o crime organizado e as reflexões sobre os novos problemas.

O século XXI poderá ser um século XX em ritmo de videoclipe ou de *videogame*, com variáveis desconhecidas, para além das velhas tendências, apresentadas em novas estruturas e articulações. A plenitude da primavera global que se apresenta só será mais bem compreendida daqui a alguns anos, quando as novas formações sociais estiverem mais estabelecidas. As lutas pela justiça social no planeta precisam ser acompanhadas das lutas pela educação, no sentido de combater velhas ideologias e preconceitos arraigados na sociedade, tais como xenofobia, racismo, extremismo religioso e exclusão das minorias étnicas e culturais.

Os estertores das velhas sociedades mesclam-se permanentemente às dores do parto de um novo mundo que surge. O ser humano percebe – e “cai na real” – que não há receitas humanas ou divinas para o seu futuro. Até mesmo as religiões e os partidos políticos tradicionais sabem que seus discursos não são hegemônicos; são apenas mais uma tendência em um mosaico real e virtual formado por milhares de forças que se contrapõem e forjam os novos mundos. Como nas lendas e nos feitos épicos, o século XXI surge com duas grandes forças se contrapondo: de um lado, as novas tecnologias, em uma revolução constante que, desde meados da década de 1970, empurram o mundo para a globalização e para os avanços como nunca se viu no passado, com suas possibilidades e problemas; de outro, as forças contrárias a essa globalização organizam-se para manter as necessárias garantias sociais e valores humanos tão arduamente conquistados ao longo das civilizações. Uma síntese dessa batalha global (pois mesmo as forças antiglobalização organizam-se paradoxalmente de maneira global)

talvez possa ser vislumbrada já nos próximos anos, por entre o turbilhona-
mento da história e as nuvens destruidoras e regeneradoras do futuro.
Bem-vindos ao “admirável mundo novo” que nenhum ficcionista, religioso
ou cientista social previu e que se apresenta com traços de superprodução
cinematográfica. Um espetáculo iconoclasta e pseudoescatológico.

2. A LUCIDEZ DOS ANOS 1990

Se há grandes dúvidas no presente, calcadas nos problemas econô-
micos (veja a bolha financeira imobiliária nos Estados Unidos no fim de
2008, que provocou a maior crise econômica global pós-1929), no terro-
rismo, nas crises políticas (inclusive instabilidades políticas criada por
alguns presidentes populistas da América Latina) e nos conflitos sociais,
deve-se então procurar na história recente alguma possibilidade de
comparação com outros fatos que permitam iluminar os primeiros anos
deste século, tão plenos de sombras, receios e movimentos sociais in-
quietadores. Em suma, é preciso tentar reduzir a imprevisibilidade por
meio de comparações com outras situações similares. A história do turis-
mo de massa no mundo globalizado é recente e remete ao pós-Segunda
Guerra Mundial, apesar de se desenvolver, como setor organizado, desde
os anos 1840.

Na época contemporânea, os primeiros estudos sistemáticos que
analisaram tendências futuras foram reunidos em alguns poucos textos
selecionados ao longo da década de 1990.

Um importante documento foi lançado no Reino Unido, em 1991,
com o título *World Travel and Tourism Review – indicators, trends and fo-
recasts*. O volume reuniu mais de 50 especialistas internacionais e três ins-
tituições (*International Association of Amusement Parks & Attractions, In-
ternational Council of Youth Tourism e World Travel and Tourism Council*),
sendo dividido em três partes: “indicadores gerais dos cinco continentes
e indicadores específicos de 33 países”, “tendências e previsões”, e “os de-
safios para políticas globais de turismo para os anos 1990”. Na época, já se

analisavam tópicos hoje amplamente discutidos, como desenvolvimento sustentável, turismo de baixo impacto, turismo social e envolvimento das comunidades, turismo e deficientes físicos, segmentos específicos como idosos e jovens (a importância da segmentação). As projeções foram, no geral, acertadas. Por exemplo, nas conclusões de um dos artigos, Robert Bentley, da Organização Mundial do Turismo, preconizou que:

1. o turismo seria um dos segmentos em constante expansão na década de 1990 – *confirmado*;
2. há mais competição entre regiões e países como destinos a serem escolhidos pelos turistas – *confirmado*;
3. os consumidores teriam mais conhecimento sobre os destinos e as opções de viagens, e seriam mais exigentes com os produtos e os serviços – *confirmado*;
4. o setor do turismo seria um lugar propício para os avanços tecnológicos, especialmente nas áreas de telecomunicações e de informática – *confirmado*;
5. o sucesso dependeria de enfoques altamente profissionalizados, tanto do *trade* turístico quanto da política específica dos destinos turísticos – *confirmado*;

Fonte: World Travel and Tourism Review (1991, p. 58).

A década de 1990 foi um período de ouro para o turismo. Representou o que o Antigo Testamento, na instigante história de José, chamou de “anos de vacas gordas”. Um dos textos interessantes da época foi escrito por J. R. Brent Ritchie e publicado, em 1992, na *The Annual Review of Travel*, uma edição especial patrocinada pela American Express. A revista trouxe sete artigos premiados em concurso internacional sobre análises do setor turístico. O artigo vencedor foi escrito por J. R. Brent Ritchie e intitulava-se *New realities, new horizons*. O texto remetia diretamente a uma parte das pesquisas já publicadas, em 1991, no *World Travel and Tourism Review*, e considerava 12 megatendências, sendo que apenas quatro não foram totalmente confirmadas:

1. a questão do meio ambiente – *confirmado*;
2. a disseminação da democracia pelo planeta – *confirmado em parte*;
3. o aumento do número de idosos – *confirmado*;
4. a racionalização de investimentos na economia de mercado – *confirmado em parte e bastante comprometido com a crise econômica de 2008/2009*;
5. a diversidade cultural em um mundo homogêneo – *confirmado*;
6. o dilema: tecnologia versus recursos humanos – *confirmado em parte*;
7. a necessidade de diminuir o abismo entre países do Norte e países do Sul – *confirmado em parte*;
8. novos valores: turismo cultural, educacional e profissional – *confirmado*;
9. a busca de estabilidade e segurança – *confirmado*;
10. a ascensão da sociedade baseada no conhecimento – *confirmado*;
11. o crescimento da importância das cidades – *confirmado*;
12. as questões de migração em vários pontos do planeta – *confirmado*;

No Brasil, havia também discussões acadêmicas sobre as tendências do turismo para os próximos anos. Em maio de 1990, a Associação Mundial para Formação Profissional Turística (AMFORT) e a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) organizaram um seminário em São Paulo intitulado *Turismo: grande desafio dos anos 1990*. Ali estavam vários pesquisadores que se posicionaram em relação ao turismo e aos desafios globais. A lista dos autores e dos assuntos a seguir exemplifica como estavam dispostos os interesses acadêmicos latino-americanos na época.

AUTORES DO SEMINÁRIO E SEUS RESPECTIVOS TEMAS

Carmélia Anna Amaral Souza – Demanda turística e acessibilidade

- Doris Van de Meene Ruschmann – Capacitação de docentes para o ensino do turismo
- Francisco Ignacio Havas – Marketing turístico
- Gabriel Mario Rodrigues – Recursos humanos para o turismo
- Giuseppe Loy Puddu – Tendências do turismo na década de 1990
- Hisayuki Oka – Prestação de serviços turísticos em nível internacional
- Jafar Jafari – Prestação de serviços turísticos em nível internacional
- Juan Maria Jaen Avila – Análise sobre o turismo espanhol
- Luiz Gonzaga Godoi Trigo – Tendências do turismo na década de 1990
- Mário Carlos Beni – Política nacional de turismo no Brasil
- Márton Lengyel – Turismo na América Latina
- Miguel Angel Acerenza – Turismo na América Latina
- Norma Martini Moesch – Dimensão do turismo como objeto de planejamento
- Regina G. Schluter – Diferencial do turismo latino-americano
- Wilson Abrahão Rabahy – Planejamento econométrico do turismo

O seminário foi dividido em cinco partes: “Dimensão do turismo na América Latina e suas limitações de recursos humanos”; “O turismo na década de 1990”; “Capacitação de docentes e de gestores na área de turismo”; “Fatores da demanda turística e valorização da oferta diferencial latino-americana”; “Dinamismo do setor público e privado para o desenvolvimento do turismo”. Os dois capítulos sobre as tendências do turismo nos anos 1990 (PUDDU & TRIGO) são elucidativos por mostrarem um índice razoável de coerência na análise das tendências.

Essas três publicações, do início dos anos 1990, explicitaram os grandes temas que marcariam a década: a questão das sociedades pós-industriais e pós-modernas; questões ambientais e de sustentabilidade; novas tecnologias; capacitação de profissionais; globalização; diversidade cultural; diferenças entre os hemisférios norte/sul do planeta.

Uma das tendências globais apontadas por Ritchie em seu texto mostra a profundidade e a lucidez de seu artigo: “Conflitos regionais e atividades terroristas são impedimentos ao desenvolvimento e à prosperidade

do turismo” (AMERICAN EXPRESS, 1992, p. 20). Na verdade, quase duas décadas após sua publicação, percebe-se que havia condições de prever, na época, o futuro do mundo. Evidentemente não havia “futuurologia”, mas a história oferecera mostras de sua dinâmica, como no caso do colapso do socialismo (entre 1989 e 1991), algo que quase ninguém previu no Ocidente (poucos marxistas críticos, como Rudolph Bahro, Robert Kurz e Roger Garaudy, chegaram a escrever que aquela experiência não acabaria bem). O que ocorreu foi uma conjunção de possibilidades que permitiu, talvez de modo excepcional, que se antecipassem alguns eventos para a próxima década, no caso de 1990. Nos anos 1990, não teria sido possível, por exemplo, a Thomas Friedman publicar *O mundo é plano: uma breve história do século XXI*, pois essa década estava gestando as mudanças que moldaram o presente século em seus cinco primeiros anos. A IBM já era grande e a Microsoft estava se firmando, mas não existiam *Orkut*, *YouTube*, *Google*, *Facebook* e dezenas de outros *sites* de relacionamento e *networking*...

3. AS DÚVIDAS SOMBRIAS DO INÍCIO DO SÉCULO XXI

Agora, resta uma pergunta: por que, nos primeiros anos deste século, não houve grandes estudos e seminários traçando perspectivas para a próxima década do turismo? A resposta é simples: não era possível prever as tendências, devido ao elevado nível de instabilidade global e ao desconhecimento de como as variáveis econômicas, sociais, culturais e políticas se desenvolveriam nos próximos anos. Basta lembrar o 11 de setembro de 2001 (e os outros atentados terroristas no mundo) e a crise econômica global de 2008 para perceber o grau de instabilidade internacional. Isso significa que é impossível traçar políticas para o setor? Não, apenas significa que essas políticas deverão levar em conta o alto grau de incerteza e de novas exigências para o mundo como um todo. Não se pode deixar de levar em consideração novos valores regionais e globais e novas alternativas de desenvolvimento. Surge a necessidade premente de ética, de justiça social, de compreensão das novas culturas e, especialmente, de percepção

do que o surgimento e o desenvolvimento sistemático das novas tecnologias realmente significam para a sociedade pós-industrial.

- **DICA**

Atualmente, há dois textos importantes que analisam as tendências futuras. O primeiro é *Future traveler tribes 2020*, um documento da Amadeus, acessível pela Internet, em que são analisados quatro grupos predominantes de viajantes no futuro: *Active Seniors*, *Global Clans*, *Cosmopolitan Commuters* e *Global Executives*. O documento em português é acessível em www.amadeus.com/br/documents/aco/br/pt/TravellerTribes_Por.BRfinal.pdf

O segundo texto é *Trends and issues in global tourism 2008*, editado por Rolland Conrady e Martin Buck (acessível parcialmente pela Internet, em inglês), com análises predominantes de pesquisadores alemães, alguns poucos de outros países da Europa, Austrália e Tailândia.

Outra fonte importante para se analisarem tendências é o *Barômetro*, da Organização Mundial do Turismo (www.unwto.org), publicado em inglês, espanhol e francês. O *site* da versão em espanhol é www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_sp_excerpt.pdf

De todos os assuntos discutidos no final do século XX, alguns que seguramente estão na agenda deste século são aqueles que envolvem a questão do conhecimento como diferencial altamente competitivo nas novas sociedades e a análise dessas sociedades sob a denominação de pós-industriais ou pós-modernas. “Talvez até o termo ‘pós-moderno’ seja substituído por outro” (TRIGO & PANOSSO NETTO, 2003), e novos termos foram sugeridos, como a hipermodernidade, preconizada por Gilles Lipovetski e Sébastian Charles. Isso significa que as sociedades atuais exigem novas concepções e métodos para resolver velhos e novos problemas, que geram profundos conflitos nessa virada de século. “O computador foi cria-

do para resolver problemas que antes não tínhamos”, disse um humorista. São os novos tempos ou tempos atuais.

Se não dá para prever o futuro, é possível ao menos tentar compreender o presente, com base nos últimos acontecimentos e análises, e também usar um instrumento de mensuração com padrões de validade internacional e parâmetros passíveis de crítica. A revista britânica *The Economist* publica anualmente um suplemento especial intitulado *The World*. Edições como essas possuem a vantagem de reunir análises consolidadas em diversas categorias, pois a revista traz as matérias divididas nas seguintes partes: principais tendências gerais para o ano; tendências para cada continente; tendências internacionais; tendências para mais de 50 países e 20 setores industriais; negócios e administração; finanças, economia e ciências. Toda a edição traz uma análise do setor de turismo e de transporte aéreo; portanto, é um instrumento útil e fácil de ser analisado.

Os fatos correspondentes a cada ano referem-se a uma série específica de análises e previsões feitas pela revista do ano em referência, organizadas de forma resumida. Aqui está, resumida e organizada, a série histórica das tendências apontadas para a área de turismo.

1993 ⇨ O fato mais importante para o setor em 1994, mesmo com o dólar mais barato, é que a América do Norte não será mais um destino prioritário para os viajantes europeus, o que acarretará uma crescente polarização. Somente os grandes operadores serão capazes de oferecer pacotes com grande volume e pequenas margens de lucro, o que favorece o Mediterrâneo. A Espanha continuará a declinar como destino turístico à há medida que seus preços subirem. Há problemas na Eurodisney (hoje, Disneyland Paris) por causa do baixo fluxo de turistas, pois, por que pagar 250 libras por um fim de semana prolongado no norte da Europa quando, por 600 libras, é possível passar duas semanas na ensolarada Flórida?

1994 ⇨ Não há análise específica sobre turismo. Várias análises de tendências e de problemas na aviação comercial.

1995 ⇨ Não há análise específica sobre turismo. Profunda análise das alianças entre companhias aéreas.

1996 ⇨ Não há análise específica sobre turismo. Análise das crescentes perdas de lucratividade das companhias aéreas.

1997 ⇨ Percebe-se que o turismo passa por um crescimento privilegiado ao longo da década. Continuam os problemas financeiros com as companhias aéreas.

1998 ⇨ O setor vai crescer no mundo todo com taxas médias de 5% ao ano. Os empregos gerados saltarão de 255 milhões, em 1996, para 385 milhões, em 2006. As tarifas hoteleiras aumentarão 4% em média; o maior aumento será de 10%, em Roma. A Europa dominará os destinos internacionais. Os países mais visitados serão França (em primeiro lugar), Espanha, Itália e Reino Unido. México e China serão também grandes destinos turísticos. Os Estados Unidos terão a maior receita. O turismo no Oriente Médio se manterá tênue por causa da situação de conflitos. Desde 1996, o turismo cai 15% ao ano em Israel, com consequências para outros países da região. As regiões da Ásia-Pacífico e África do Sul terão crescimento acentuado.

1999 ⇨ Mantém-se o otimismo no crescimento do turismo internacional.

2000 ⇨ Nesse ano, 1,6 bilhão de pessoas gastarão US\$ 3 trilhões em viagens. Os alemães serão os campeões em gastos no exterior e a França, o destino mais popular, receberá 75 milhões de visitantes. A indústria de turismo global gerará 100 milhões de empregos em 2010. Cruzeiros marítimos, turismo de saúde e de aventura deverão crescer significativamente. Nos próximos cinco anos, os cruzeiros marítimos perderão a imagem de viagem para aposentados e haverá mais 330 mil leitos em 55 novos navios. O mercado de comercialização de viagens *on-line*, em 2003, abrangerá 12% do setor. O turismo espacial se tornará uma realidade em dezembro de 2001, com o primeiro voo suborbital para turistas previsto para ser lançado ao preço de US\$ 100 mil por pessoa. Com a Hilton International planejando seu primeiro hotel na Lua, a indústria espacial parece estar decolando (as previsões para o turismo espacial foram equivocadas e os prazos dilatados, mas o turismo espacial está acontecendo).

As seções específicas de entretenimento e Internet no anuário da revista *The Economist* demonstram o crescimento e a importância desses setores para a economia global. As previsões para as companhias aéreas são oti-

mistas, estimando um crescimento de tráfego aéreo de 5% ao ano nos próximos dez anos. Em 2018, a capacidade da frota dobrará para 4,2 milhões de assentos, e as maiores empresas investirão US\$ 1 trilhão. Surgirão pressões para a construção de novos aeroportos (a situação econômica crítica em algumas empresas e os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 explodiram com essa previsão, pelo menos até 2003).

2001 ⇒ Previsões razoavelmente otimistas, apesar da crise da “nova economia”. A década que se inicia é vista como uma sequência de tendências favoráveis ao turismo internacional. Os atentados de 11 de setembro tiveram um efeito devastador imediato sobre o setor. Pela primeira vez, nos Estados Unidos, toda a imensa malha comercial aérea ficou paralisada por mais de 24 horas. O tráfego no Atlântico Norte e no Pacífico caiu vertiginosamente por quase duas semanas. O impacto foi tão grande no turismo internacional que o setor caiu 0,6% nesse ano.

2002 ⇒ Quase não há previsões, em virtude da situação de incerteza internacional. Os Estados Unidos realizam uma guerra curta e bem-sucedida contra o regime talibã do Afeganistão, mas os conflitos continuam no Oriente Médio e uma série de atentados terroristas acontecem na Nigéria, na Indonésia, no Paquistão, nas Filipinas, na Tunísia, na Rússia, no Iêmen, no Quênia e em Israel.

2003 ⇒ As previsões para o turismo são lacônicas e evasivas: em 2004, o primeiro protótipo para voos suborbitais estará pronto e, em 2006, levará turistas que pagarão US\$ 98 mil por pessoa para um voo de até 100 quilômetros de altura (tendência não confirmada, as naves da Virgin Galactic decolarão apenas em 2009 ou 2010). Porém, a explosão da nave Columbia – em 01/02/2003 – deverá atrasar ainda mais o lançamento de naves turísticas.

As previsões para os setores de entretenimento são otimistas. O setor de aviação comercial recebe previsões modestas com o vislumbre de uma tímida recuperação. As esperanças residem no mercado asiático e em uma guerra rápida e eficiente contra o Iraque para evitar prejuízos ainda maiores no caso de uma guerra generalizada no Oriente Médio, acompanhada de atentados terroristas na Europa e nos Estados Unidos, o que prejudicaria ainda mais o turismo internacional.

Fora da previsão: este foi o ano crítico da epidemia de SARS, iniciada em 2002, que abalou seriamente o fluxo de turistas no sudeste asiático e no Canadá. Um plano de contingência da Organização Mundial de Saúde – OMS foi traçado para evitar a propagação da doença. Pela primeira vez na história, a OMS emitiu um alerta global e fez pedidos para serem evitadas viagens às áreas atingidas pela epidemia.

2004 ⇨ Tendências dentro do padrão conservador de crescimento limitado e dificuldades constantes, especialmente na gestão do setor de aviação comercial.

Fora da previsão: o ano foi marcado pela tragédia causada em vários países da Ásia pelo *tsunami*, em 26 de dezembro. Cerca de 300 mil pessoas morreram, e dezenas de locais turísticos na Índia, no Ceilão, na Tailândia e nas ilhas próximas foram completamente destruídos.

2005/2006 ⇨ O turismo internacional mantém um crescimento razoável e a ameaça do terrorismo internacional vai se diluindo, mas as medidas de segurança em aeroportos, portos, estações ferroviárias e metroviárias, locais de eventos públicos e sedes de grandes corporações ou instituições assumem novas e permanentes medidas de segurança. A cidade-Estado do Vaticano coloca detectores de metal e máquinas de raios X em todas as suas entradas, e quase que a maioria absoluta dos visitantes tem de passar por esse controle. Líquidos, metais e objetos que podem se transformar em armas são completamente banidos das aeronaves, e as filas de controle transtornam a vida de passageiros e tripulações em várias partes do mundo. O Egito, por exemplo, toma atitudes explícitas de combate ao terrorismo colocando forças de segurança altamente treinadas, e com armamento pesado, em portos, estradas, aeroportos e principais pontos turísticos.

2007 ⇨ Seis anos após os ataques de 11 de setembro de 2001, o turismo mundial começa a voltar à normalidade de ascensão de fluxo, apesar das rigorosas medidas de segurança disseminadas em boa parte do mundo. As viagens internacionais crescem cerca de 4%, chegando a 711 milhões em 2007. Conversações entre Estados Unidos e Europa evoluem em direção a uma política de “céus abertos” para as suas companhias aéreas. Na

Rússia, fontes afirmam a intenção de construir cem novos hotéis em Moscou até 2010. Apenas 20% serão quatro e cinco estrelas.

2008 ⇨ Novos acordos de reciprocidade aérea e mais viagens para mercados emergentes incrementarão o setor. Foram 932 milhões de chegadas de turistas internacionais. Com o Airbus 380 já em operação, a rivalidade com a Boeing vai se intensificar. A Boeing planeja lançar seu novo avião, Dreamliner, brevemente. O jato será 20% mais econômico na queima de combustível e permitirá viagens com cerca de 16 mil quilômetros de autonomia, sem escalas, significando voos diretos entre Xangai e Seattle ou entre Madri e Tóquio.

O início efetivo dos ataques anglo-americanos ao Iraque, em março de 2003, mostraram erros táticos dos aliados e a imensa maioria da opinião pública mundial contra a guerra, o que aumentou ainda mais a instabilidade global, prejudicando a imagem dos Estados Unidos no mundo todo e, finalmente, fazendo o Presidente George Bush não eleger seu sucessor em 2008.

Fora da previsão: a grave crise econômica iniciada nos Estados Unidos nos setores imobiliário e financeiro espalhou-se pela economia real e pelo mundo em ondas que provocaram a queda nas bolsas de valores, a falência de várias instituições financeiras, a exigência de intervenção estatal em outras instituições (Citibank, AIG Seguros, empresas de financiamento imobiliário norte-americanas, bancos europeus e asiáticos) e o comprometimento de indústrias de grande porte, como o setor automobilístico, que já passava por dificuldades.

As análises e previsões da fonte selecionada como exemplo significativo para esse texto permitem observar claramente que o turismo desenvolveu-se ao longo da década de 1990 e enfrenta dificuldades bem delimitadas e profundas. Os motivos são os problemas econômicos internacionais (especialmente nos Estados Unidos, epicentro da crise econômica mundial de 2007-2008) e os atentados terroristas que afetaram diretamente o setor de viagens e turismo. Porém, várias crises setoriais (nas companhias aéreas, por exemplo) e políticas (os conflitos palestino-judeus no Oriente Médio, que existem desde 1948) não são novas, apenas sofreram um

recrudescimento de intensidade nos últimos anos e se complicaram por causa de novos fatores, como a organização eficiente e fanática da Al-Qaeda e o surgimento de novas articulações sociais no cenário global, como as organizações não governamentais (ONGs).

2009 ⇨ A crise econômica mundial se intensifica e chega com força ao Brasil. Não há previsão de recuperação em curto prazo: os mais otimistas pensam que a crise durará um ou dois anos; os mais pessimistas falam em cinco anos.

Surge, no México, a gripe suína, também denominada gripe mexicana, gripe norte-americana, *influenza* norte-americana, nova gripe ou o nome oficial, *influenza A (H1N1)*. A Organização Mundial da Saúde alerta a comunidade mundial para o perigo de uma pandemia.

O crescente desmatamento de áreas tropicais e equatoriais, onde se localiza a maior biodiversidade do planeta, aliado ao crescimento populacional humano, são fatores favoráveis às transmissões de micro-organismos e consequente proliferação de novas doenças. Isso significa que, periodicamente, o ser humano será confrontado com epidemias inéditas e eventualmente perigosas.

4. O QUE ACONTECEU NOS ÚLTIMOS ANOS?

Vivemos, certamente, em um período de mudanças históricas com acontecimentos de reflexo internacional ocorrendo de maneira intensa e decisiva. Houve muitas mudanças desde o final do século XX. O historiador Eric Hobsbawn (1995, p. 251-252) afirmou que:

[...] o fim da Guerra Fria retirou de repente os esteios que sustentavam a estrutura internacional e, em medida ainda não avaliada, as estruturas dos sistemas políticos internos mundiais. O que restou foi um mundo em desordem e colapso parcial, porque nada havia para substituí-los. A ideia, alimentada por pouco tempo pelos porta-vozes norte-americanos, de que a velha ordem bipolar podia ser substituída por uma “nova ordem”

baseada na única superpotência restante, logo se mostrou irrealista. [...] Há momentos históricos que podem ser reconhecidos, mesmo entre contemporâneos, por assinalar o fim de uma era. Os anos por volta de 1990 foram uma dessas viradas seculares. Embora todos pudessem ver que o antigo mudara, havia absoluta incerteza sobre a natureza e as perspectivas do novo.

É o que está acontecendo: uma série de profundas mudanças históricas que alteram estruturalmente bases fundamentais da humanidade como sociedade, economia, política, cultura e a maneira como o ser humano olha o outro. As mudanças são simultaneamente profundas e recentes. Ainda não há teoria suficiente para interpretar e compreender todos os novos cenários globais, ou pelo menos não é conhecido um autor ou grupo que consiga ter a visão geral do que ocorre, o que não impede que se tenham hipóteses que, seguramente, serão testadas ao longo dos próximos anos. Algumas das teorias, expostas ao longo desses anos conturbados, estão mais próximas da realidade do que outras, mais utópicas ou simplesmente equivocadas. As primeiras serão lembradas como luzes sinalizadoras de épocas tempestuosas; as outras vão para a imensa lata de lixo da história.

Uma parte mais específica dessas mudanças refere-se à globalização. A expansão da globalização aconteceu de forma intensa e acelerada ao longo dos anos 1990. Isso acarretou um desequilíbrio entre os países desenvolvidos – que já detinham capital, tecnologia e meios de se produzir conhecimento – e os países em desenvolvimento, aprofundando o abismo entre os *have* e os *have not*, ou seja, os detentores de riquezas e de conhecimento e os que ainda buscam meios para adquirir estabilidade econômica e política em suas sociedades. O crescimento do capitalismo global provocou distorções no âmago do próprio sistema, em um período posterior ao fim do socialismo, quando alguns pensaram que não haveria novidades no horizonte histórico e social. A década que seria marcada pelo “fim das ideologias” e pela “paz americana” viu irromper no cenário mundial uma série de crises que exigiu constantes adaptações aos novos tem-

pos. Analisando-se a história recente, percebe-se como as crises são cada vez mais periódicas e inter-relacionadas.

Quadro 1. As crises internacionais mais recentes

Ano	Crise ou conflito
1995	Crise financeira no México.
1997	Crise asiática a partir de julho.
1998	Crise financeira na Rússia.
1999	Crise cambial no Brasil em janeiro, no rastro de uma crise iniciada em setembro de 1998. Início da pior crise econômica na história da Argentina.
2000	Problemas com a chamada “nova economia” e crise na NASDAQ (a Bolsa de Valores da informática em Nova York).
2001	Série de escândalos fiscais em várias multinacionais com sede nos Estados Unidos e na Europa. A crise argentina atinge o auge e o país fica estagnado. Atentados terroristas em Nova York e Washington abalam o mundo.
2002	Novos atentados terroristas abalam o turismo internacional. Aprofundamento dos conflitos entre árabes e israelenses. Os Estados Unidos ameaçam invadir o Iraque, caso o país não se submeta ao controle para apurar a existência de armas de destruição em massa. No final do ano, surgem conflitos diplomáticos entre os Estados Unidos e a Coreia do Norte.
2003	Em março, os Estados Unidos e o Reino Unido invadem o Iraque em uma ação militar arriscada, enfrentando a oposição da opinião pública mundial.
2004	Os soldados dos Estados Unidos e do Reino Unido permanecem no Iraque. Intensificam-se as críticas internacionais contra a guerra.
2005	Em 29 de agosto, o furacão Katrina atinge a região de Nova Orleans com grande intensidade. Os diques do lago não resistem e um dos grandes destinos turísticos dos Estados Unidos é destruído em algumas horas. O Governo Bush demora em providenciar socorro para as vítimas, que ficaram ilhadas em vários bairros e distritos ao redor da cidade. A imagem de um governo incompetente norte-americano, incapaz sequer de atender aos seus próprios cidadãos, começa a se fixar em âmbito internacional.

2006	<p>No Brasil, estoura a crise área, motivada pela incompetência governamental (entenda-se militares da Aeronáutica, a quem a aviação brasileira ainda é subordinada) em atender às exigências de infraestrutura, gestão e desenvolvimento da área. No mundo, persistem ataques terroristas isolados e o caos reina no Iraque.</p> <p>É importante notar que um relatório da própria CIA, de 1990 (antes da primeira guerra do Iraque), prenunciava que a eliminação de Saddam Hussein provocaria conflitos incontroláveis entre xiitas, sunitas, curdos e a eclosão de células terroristas no país. O relatório estava correto.</p>
2007	<p>Tropas continuam no Iraque. Saddam Hussein é enforcado. Fidel Castro renuncia ao cargo de presidente de Cuba e seu irmão assume o poder. Especialistas apontam a iminência de uma grande crise financeira a se iniciar nos Estados Unidos, em virtude de uma imensa bolha imobiliária e da perda de controle de créditos.</p>
2008	<p>A China mostra sua capacidade organizacional e mão forte de governo nas Olimpíadas. Uma crise econômica mundial, originada por expansão irresponsável de créditos imobiliários para pessoas sem plenas garantias de condições de pagamento (denominadas <i>subprime</i>) nos Estados Unidos, espalha-se por vários países da Europa, Ásia e América Latina. A crise atinge seu ápice entre setembro e outubro de 2008. O real sofre desvalorização diante do dólar americano, mas analistas apontam que os efeitos da crise no Brasil não serão tão graves.</p> <p>Os ataques terroristas a turistas continuam. Em fins de novembro, os hotéis Taj Mahal e Oberoi, em Bombaim, Índia, são invadidos por grupos de militantes islâmicos armados, causando a morte de 195 pessoas e deixando mais de 300 feridos. Vários hóspedes foram assassinados enquanto se refugiavam em seus quartos. Do grupo de terroristas (dez) apenas um sobreviveu. Esse não foi o primeiro atentado em Bombaim. Em 1993, várias explosões mataram 257 pessoas na cidade.</p>
2009	<p>A crise econômica aprofunda-se e atinge principalmente os Estados Unidos, a Europa e, em menor escala, os países emergentes ou exportadores de petróleo (Rússia, Irã e Venezuela), porém afetando também países emergentes como China, Índia e Brasil.</p> <p>Os três fatores fundamentais para o desenvolvimento do turismo em um país ou região são estabilidade política, social e econômica. Se houver a inexistência de um desses fatores, ainda é possível o desenvolvimento ou a manutenção do</p>

2009	<p>fluxo turístico, mas, se dois desses fatores estiverem comprometidos, certamente o turismo sofrerá um decréscimo acentuado. Entretanto, há fatores que comprometem definitivamente o setor de viagens e turismo: um deles é o terrorismo. O mundo, desde o início deste século, sofre com problemas que vêm atingindo duramente o tráfego aéreo internacional e as viagens para várias áreas do planeta. Mas a crise não é “universal”. China, Japão, Europa, África do Sul, Brasil e Oceania, em geral, mantêm seus fluxos turísticos com eventuais diminuições, provocadas por problemas econômicos circunscritos.</p> <p>A América do Norte sofreu muito com os atentados de setembro de 2001 e, após uma forte queda em 2002, manteve seu intenso turismo doméstico, e, em 2003, recuperou sua parcela no fluxo de turismo internacional, pelo menos até 2008 com o acirramento da crise econômica. Certamente poderá haver outros atentados contra alvos turísticos nos próximos anos, mas o terrorismo islâmico fundamentalista está condenado a desaparecer, como o nazismo, que foi dizimado nas décadas de 1940-1950. Todavia, a verdade é que a instabilidade atual impede que se façam prognósticos seguros a respeito do futuro.</p>
------	---

PARA CONFERIR NO FUTURO – AS TENDÊNCIAS PARA OS PRÓXIMOS ANOS

- * Analistas apontam um estouro da bolha imobiliária em Dubai, mas com facilidade de recuperação graças à diversidade de investimentos em várias áreas de serviços no país (telecomunicações, finanças, entretenimento, varejo).
- * A crise econômica com forte expansão internacional durará entre três e cinco anos (até 2010 ou 2012).
- * O turismo espacial privado, com naves reutilizáveis construídas e operadas pela Virgin Galactic (do mesmo grupo da Virgin Atlantic britânica), iniciará, entre 2009 ou 2010, seus voos suborbitais regulares, ao custo de US\$ 200 mil por pessoa.
- * A instabilidade dos preços do petróleo continuará por alguns anos, à medida que fontes de energia alternativas forem sendo desen-

volvidas e novos poços de petróleo explorados (como a camada de pré-sal brasileira).

- * Os tipos de turismos ecológico, de aventuras, esportivo e cultural serão cada vez mais explorados e disseminados.
- * A consciência ética, de sustentabilidade e respeito às minorias e culturas diferenciadas, e a inclusão social serão cada vez mais valorizadas no desenvolvimento de viagens e turismo.
- * O prazer, marcado por uma valorização do hedonismo nas sociedades atuais, influenciará cada vez mais o entretenimento, o lazer e o turismo.
- * As novas tecnologias e a criatividade cultural serão cruciais na elaboração de novos serviços e produtos voltados ao entretenimento, à cultura de massa e aos serviços destinados ao prazer.
- * O turismo estará mais envolvido na imensa teia de serviços de ponta e marcados pelo prazer, moda, varejo, beleza, gastronomia, hospitalidade, entretenimento, cultura, esportes e saúde.
- * O turismo não será analisado de maneira isolada desses outros serviços altamente especializados. Isso significa que a área se diluirá de forma intensa e crescente com os outros serviços, da mesma maneira que eles incorporarão o setor de viagens e turismo às suas atividades. O especialista em turismo precisará, necessariamente, entender a estrutura conceitual e metodológica dos outros serviços ligados ao turismo, sempre na lógica das novas formações tecnológicas, econômicas, sociais e culturais.

Um documento importante, sobre Ásia e Oriente Médio, recentemente publicado é *The Future of Travel and Tourism in the Middle East – a Vision to 2020* (O futuro da viagem e do turismo no Oriente Médio – uma perspectiva para 2020). Outro documento importante é a análise de tendências e cenários sobre o turismo na China, também em 2020. Ambos estão acessíveis em: www.thegff.com/Publisher/Article.aspx?id=75959.

Para ver outros megaprojetos turísticos no Oriente Médio, como *The Pearl* (A Pérola), no Qatar, acesse www.thepearlqatar.com.

5. MAIS SOBRE A QUESTÃO DA GLOBALIZAÇÃO

Acredito que a globalização – a remoção das barreiras ao livre comércio e à maior integração das economias nacionais – pode ser uma força favorável, com potencial de enriquecer todas as pessoas do mundo, em especial as menos favorecidas. Entretanto, também acredito que, se for esse o caso, a maneira como a globalização tem sido gerenciada, incluindo os contratos comerciais internacionais, que têm desempenhado um papel muito importante na remoção dessas barreiras, bem como as políticas que têm sido impostas aos países em desenvolvimento no processo da globalização, precisa ser radicalmente repensada (STIGLITZ, 2002, p. 10).

Quando começou a globalização? Segundo vários autores, entre o século XVI e a década de 1970, o que significa que não há muito consenso a respeito. Certamente a primeira grande expansão do capitalismo europeu ocorreu no início do século XVI, no período das grandes navegações portuguesas e espanholas. No século XIX, houve outra grande expansão do comércio e dos investimentos globais, até a eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e da Grande Depressão da década de 1930, período no qual o processo foi interrompido. Muitos pensam que o mundo intensificou sua unificação a partir do estabelecimento dos fusos horários e da Linha Internacional de Data, juntamente com a adoção do calendário gregoriano, no período compreendido entre 1875 e 1925. Nesse período, foram ainda adotados padrões internacionais para telegrafia e sinalização (especialmente para transportes e operações bélicas ou comerciais).

O final da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) trouxe outra onda de expansão do capitalismo, com o desenvolvimento das empresas multinacionais. O período pós-Segunda Guerra Mundial foi marcado pela divisão bipolar do planeta entre o capitalismo e o socialismo, gerando a Guerra Fria (1947-1991). Esse período viu também a emancipação das colônias europeias na África e na Ásia, além do desenvolvimento das comunicações e do transporte aéreo global, que criaram novas possibilidades para o comércio e os negócios mundiais, originando o turismo de massa con-

forme é conhecido hoje. O fim dos regimes socialistas na Europa Oriental, a queda do Muro de Berlim e o colapso da ex-União Soviética encerraram a Guerra Fria e facilitaram a complicada vitória do capitalismo global.

O desenvolvimento das novas tecnologias de telecomunicações, expressando na Internet uma de suas maiores possibilidades, tornou possível uma organização de negócios e de troca de informações em escala global que facilitou ainda mais os acessos para milhões de pessoas. Informações em maior escala, com maior rapidez e mais baratas – aí está o arcabouço da chamada sociedade de informação, uma das facetas das sociedades pós-industriais.

- **PARA CONFERIR**

O livro de Henry Jenkins, *Cultura da convergência* (São Paulo: Aleph, 2008), é um texto fundamental para se entenderem as consequências das articulações entre novas tecnologias e culturas no mundo atual. O livro de George Soros, *O novo paradigma para os mercados financeiros* (São Paulo: Agir, 2008), propõe uma crítica ao chamado fundamentalismo do mercado, que acarretou a crise financeira global atual, e analisa os cenários decorrentes dessa situação.

Os avanços da globalização na década de 1990 ficaram restritos a determinadas áreas geográficas e perdidos na convulsão histórica da década. O que se pode observar é que a União Europeia conseguiu formar um bloco econômico coeso com uma moeda única em uma vasta área, mantendo níveis de prosperidade razoáveis. O bloco engloba 27 países: Bélgica, Países Baixos, Luxemburgo, França, Itália, Alemanha, Reino Unido, Irlanda, Dinamarca, Portugal, Espanha, Grécia, Suécia, Finlândia, Áustria, Estônia, Letônia, Lituânia, Polônia, República Tcheca, República Eslovaca, Hungria, Romênia, Eslovênia, Bulgária, Chipre e Malta.

A “Europa dos 27” tem 450 milhões de pessoas, um mercado importante na agricultura, na indústria e nos serviços, e uma sociedade influen-

te no âmbito internacional. Poucas pessoas sabem, mas algumas ilhas e países pertencentes a alguns membros da União Europeia beneficiaram-se de recursos financeiros e de transferência de tecnologia. É o caso da Ilha da Madeira e do arquipélago dos Açores (Portugal), do arquipélago das Canárias (Espanha), das ilhas de Guadalupe, Martinica e la Réunion (França) e da Guiana (França). São os chamados territórios não continentais e de ultramar dos Estados membros, sendo vários deles importantes destinos turísticos.

O MERCOSUL – Mercado Comum do Sul não teve o mesmo perfil e ainda está vivo no papel por causa da insistência do Brasil. A Argentina, imersa em crises econômicas cíclicas, diz manter o acordo, mas sem condições de bancar grandes propostas, em virtude de seu colapso interno que já dura quase uma década. A Venezuela foi convidada a fazer parte do bloco, mas não se enquadra nas exigências econômicas, democráticas e legislativas. O Chile faz acordos com outros países fora da América do Sul e não fará parte exclusiva desse mercado. Bolívia e Paraguai têm economias tão pequenas, comparadas ao Brasil, que não influenciam positivamente o bloco. O Uruguai é uma incógnita, pois não apresenta um plano claro e definido.

O Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA), envolvendo o Canadá, os Estados Unidos e o México, mantém-se coeso e próspero, apesar da crise de 2008-2009. A Oceania, especialmente Austrália e Nova Zelândia, mantém suas taxas de crescimento e ampliou imensamente seus fluxos migratórios e turísticos. A Ásia recuperou-se parcialmente da crise iniciada em 1997. O Japão mantém uma economia delicada e anda suscetível à sua crise interna que durou uma década, e a China apresenta ótimas taxas de crescimento da ordem de 10%, mas escamoteia problemas ambientais, sociais e territoriais que, um dia, terão que ser equacionados.

A história da formação da União Europeia e do NAFTA é importante para entender como vários países podem se organizar para estruturar blocos que defendam seus interesses. Uma das saídas para a situação latino-americana seria fortalecer o MERCOSUL e o Pacto Andino e, posteriormente, ingressar na ALCA – Área de Livre Comércio das Américas, o mer-

cado comum americano defendido pelos Estados Unidos. Os últimos acontecimentos com governos mais populistas da Venezuela, Bolívia, Equador e a crise econômica Argentina significam pontos de dúvida para o futuro próximo.

Os grandes problemas atuais estão em alguns países da América Latina, África, Oriente Médio e Ásia Central. Em parte do sudeste asiático, os fundamentalistas islâmicos têm provocado distúrbios terroristas, ampliando crises – econômicas e étnicas – preexistentes. Outro problema são as manifestações antiglobalização, que atraem a mídia global e mostram a face menos glamourosa desse processo que marcou o final do século XX, e entrou no século XXI em meio a dúvidas e críticas. Uma parte considerável do movimento antiglobalização vem da “tradição” histórica dos movimentos contestatórios das décadas de 1950 (os *beatniks*) e de 1960-1970 (os *hippies*), dos movimentos pacifistas e ecológicos, até chegar aos movimentos mais extremistas do final da década de 1990. Muitos dos grupos envolvidos são extremamente radicais e querem a simples destruição do sistema capitalista (como os *black blocks* e os “situacionistas”); outros querem uma “reforma” na globalização; outros, ainda, sentem saudades do extinto socialismo real.

6. OS PROBLEMAS NA “NOVA ECONOMIA” E OS NOVOS DESAFIOS

A chamada nova economia (informática, telecomunicações, bolsa etc.) teve vários defensores e detratores desde que surgiu, há poucos anos. O crescimento provocado por fusões e parcerias entre empresas da “velha economia” e o surgimento de ações nas bolsas de valores de novas empresas ligadas à Internet, por exemplo, gerou uma “bolha” semiartificial de crescimento que estourou por volta de 2000, deixando trilhões de dólares de prejuízos (boa parte desse dinheiro era virtual, mas o impacto na economia foi real). Deve-se lembrar que aconteceu algo parecido entre o final do século XIX e início do XX, quando surgiram as novas empresas encarregadas dos então setores inéditos da economia, como produção de energia

elétrica, telefonia e linhas de montagem de automóveis. Centenas de empresas foram constituídas para desenvolver e explorar as novas possibilidades tecnológicas. Por causa dos desafios ainda desconhecidos pela maioria dos empresários, dos problemas inerentes ao ineditismo, do alto custo e risco dos empreendimentos e da própria dificuldade em dominar as novas tecnologias, muitas empresas faliram e o mercado ficou dividido entre as empresas sobreviventes, que cresceram e tornaram-se poderosas, e as razoavelmente estáveis.

O mesmo acontece com a nova economia e com os novos métodos de gestão de empresas em sociedades pós-industriais. Alguns métodos de gestão serão bem-sucedidos, imitados e aplicados em muitos lugares; outros serão equivocados e acabarão naquela mesma lata de lixo da história, no setor de projetos obsoletos. É interessante observar que várias fusões e empreendimentos que tiveram êxito razoável nos últimos anos estão ligados à “velha economia”. Parece evidente, pois as empresas constituídas com grande capital e experiência podem se adaptar mais facilmente à economia virtual. As exceções absolutas de sucesso são as empresas que criaram o arcabouço dessa nova economia, como as especializadas em *software*, *sites* de busca na Internet ou controles tecnológicos para garantir métodos, segurança e manutenção de sistemas informatizados.

Como as inovações tecnológicas estão em pleno desenvolvimento, qualquer formulação de políticas nesse início de século precisa considerar que, a cada período relativamente curto (dois ou três anos), as sociedades passarão por novos desafios tecnológicos. No final de 2002, Bill Gates declarou que os computadores pessoais estão destinados a desaparecer porque as redes de informação serão acessadas em vários lugares do mundo pelos mais diversos meios (eletrodomésticos, terminais públicos, redes acadêmicas ou comerciais, dentro de veículos etc.) a um custo cada vez mais baixo, com maior capacidade e velocidade de processamento das informações. A “era do acesso”, preconizada por Jeremy Rifkin, configurou-se rapidamente, não da forma como ele imaginou, mas com consequências parecidas. Evidentemente o setor de viagens e turismo será um dos primeiros a assimilar e implementar essas mudanças.

Nas novas sociedades, o que há de “novo” (além das tecnologias) para a elaboração de políticas públicas e privadas são os tópicos sociais: a necessidade de uma nova ética para essas sociedades; a preocupação com a justiça social e o meio ambiente; a necessidade de conter a crescente violência urbana e o terrorismo; a preocupação com o bem-estar da população. Isso tudo é premente.

O IV Summit de Turismo Genebra/Chamonix, realizado em dezembro de 2002, teve vários trabalhos mostrando a diversidade cultural e as questões ambientais. O representante do Butão disse claramente que seu país está preocupado com os índices da “Felicidade Nacional Bruta” (*Gross National Happiness*) da população. Certamente o filósofo britânico Jeremy Bentham, um dos articuladores do utilitarismo, aprovaria a fala desse senhor, já que pregava a necessidade do bem-estar para o maior número possível de pessoas na sociedade. Essa ideia de se mensurarem os níveis de felicidade da população tem sido apoiada por vários analistas.

7. TURISMO, CULTURA E SOCIEDADES

O ataque de 11 de setembro de 2001 foi bem-sucedido sob os pontos de vista econômico, político, militar e simbólico. Caracterizou-se por grande ousadia, criatividade e conseqüente capacidade de surpreender o inimigo. Foi cuidadosamente organizado e executado com senso de *timing*, cinismo e conhecimento dos pontos fracos do sistema que se pretendia atacar. Foi algo novo na história ao usar a mídia a seu favor, destruindo ao vivo e *on-line* as torres gêmeas perante uma das maiores audiências da história. Apocalipse ao vivo.

O ineditismo foi também articular as ações como uma espetacular – e terrível – seqüência de entretenimento, bem ao gosto do imaginário ocidental. Esse terrorismo pós-moderno tem história e, entre seus alvos prediletos, sempre estiveram aeroportos civis e aviões comerciais. A diferença do terrorismo das décadas de 1970 e 1980 é que esse era motivado por questões políticas, como no caso dos extremistas alemães, italianos, japo-

neses, latino-americanos ou árabes. O terrorismo atual é motivado por questões religiosas, ligadas diretamente ao fundamentalismo islâmico. Essa é uma diferença crucial e preocupante.

Logo depois dos atentados de 11 de setembro, várias vozes na América Latina e no Oriente Médio se levantaram para tentar justificar o terrorismo contra Nova York e Washington, com base em argumentos como “os Estados Unidos fizeram por merecer” ou “a política externa imperialista dos Estados Unidos pedia por uma retaliação à altura”. Todos argumentos irracionais.

O senso comum pensa que a globalização é apenas norte-americana. Não é. As políticas de globalização não são criadas apenas pelos Estados Unidos; são continuamente estruturadas pelos países desenvolvidos reunidos em instituições como o NAFTA (Estados Unidos, Canadá e México), a União Europeia ou a Asia Pacific Economic Cooperation. Países asiáticos, do Oriente Médio (Kuwait, Emirados Árabes Unidos), países como França, Alemanha, Itália e Reino Unido, China, Rússia, Índia e Brasil atuam intensamente na construção dessa globalização, cada país a seu modo e estilo, mas inseridos na lógica global. Há, também, organizações internacionais responsáveis pelas diretrizes e políticas que favorecem a globalização:

- Fundo Monetário Internacional (The International Monetary Fund – www.imf.org);
- Banco Mundial (The World Bank – www.worldbank.org);
- Organização Mundial do Comércio (World Trade Organization – www.wto.org);
- Organização para Desenvolvimento e Cooperação Econômica (The Organization for Economic Cooperation and Development – www.oecd.org);
- Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum – www.weforum.org);
- United Nations Conference on Trade and Development – www.unctad.org);

A OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – reúne 30 países (Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, República Tcheca, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Japão, Coreia, Luxemburgo, México, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Polônia, Portugal, República Eslovaca, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia, Reino Unido e Estados Unidos) e mantém contatos com outras 70 nações e ONGs, além de outras instâncias da sociedade civil. É uma das mais importantes reuniões de países do mundo (da qual o Brasil ainda não faz parte), e, em conjunto com as outras instituições anteriormente citadas, trabalha com políticas globais por causa da extensão territorial global de seus países membros. As estatísticas sobre turismo no *site* da OECD estão na seção de “transportes”.

Os Estados Unidos são a maior potência econômica e militar do planeta, apesar de terem se enfraquecido neste final da primeira década do século XXI graças às políticas desastrosas de George Bush e à crise econômica de 2008-2009. Mas não são os únicos responsáveis pela globalização, mesmo sendo o ator mais importante no jogo global.

Se os Estados Unidos mantiverem seu nível de pesquisa em ciência e tecnologia, certamente terão muitas décadas de progresso à frente, pois o conhecimento é hoje o maior gerador de riquezas. Haverá certamente um retrocesso da hegemonia norte-americana, à medida que a União Europeia, a China e outros países asiáticos, a América Latina e os países árabes se organizarem.

Samuel Huntington (1997, p. 110) afirmou que:

o poder ocidental, sob a forma do colonialismo europeu do século XIX e da hegemonia norte-americana do século XX, estendeu a cultura ocidental por grande parte do mundo contemporâneo. O colonialismo europeu terminou; a hegemonia norte-americana está retrocedendo. Segue-se a erosão da cultura ocidental, enquanto se reafirmam costumes, idiomas, crenças e instituições indígenas com raízes históricas. O crescente poder das sociedades não ocidentais produzido pela modernização está gerando um renascimento das culturas não ocidentais pelo mundo afora.

É evidente que essas mudanças alterarão o equilíbrio geopolítico, geoeconômico e geocultural global, porém a cultura ocidental persiste na forma de estruturas administrativas, financeiras e operacionais ao redor do mundo. Os aeroportos, hotéis e shopping centers de Hong Kong, Dubai, Fortaleza, São Paulo, Cingapura, Bombaim, Pequim e Alma-Ata funcionam da mesma maneira. A administração desenvolvida nas escolas ocidentais (especialmente anglo-saxônicas) vale para mesquitas muçulmanas, hospitais africanos, escolas latino-americanas, hotéis da Oceania ou lojas israelenses. O que muda são os aspectos culturais e, até mesmo, ideológicos ou religiosos, mas, se quiserem eficiência e lucratividade, essas organizações usarão meios de gestão e recursos tecnológicos razoavelmente padronizados, todos surgidos e desenvolvidos no Ocidente.

Mesmo com a perda da hegemonia e com a crise econômica atual, os Estados Unidos, provavelmente, continuarão a ser um país poderoso nos próximos anos (talvez décadas), e a cultura ocidental continuará a enriquecer o planeta. A diferença é que o Ocidente terá de conviver com outras culturas e posturas comportamentais, à medida que essa mesma globalização permite que outros povos tenham acesso imediato a outras culturas, línguas, informações e procedimentos nos mais diversos campos humanos. O planeta passa por um enriquecimento cultural, e o turismo é parte integrante dessas transformações. O turismo é agente ativo da globalização e é impactado diretamente por ela, beneficiando-se das novas tecnologias, da malha global de telecomunicações e de finanças, da organização do transporte de carga e de passageiros, e das megaestruturas administrativas de redes hoteleiras e empresas de entretenimento.

O turismo é uma das claras expressões materializadas da pós-modernidade, por isso é alvo daqueles que são contra o progresso ou contra as perversões da globalização. Da percepção de que o setor turístico pode envolver aspectos interessantes multiculturais (quando bem planejado e implementado), inclusive a dimensão do prazer, surge também a percepção de que é um bom alvo para atentados baseados em uma visão de mundo miserável, obscura e ruim (no sentido em que Nietzsche aplicou a palavra “ruim” em *A genealogia da moral*), que é a visão de qualquer fun-

damentalismo religioso ou ideológico. Há vários fundamentalismos, inclusive o cristão e o judaico (George Soros criticou o “fundamentalismo do mercado”), mas, atualmente, o fundamentalismo islâmico é o que mais tem gerado ódios e intolerância no mundo. As outras religiões monoteístas, como o cristianismo e o judaísmo (lembrando que o cristianismo era bastante selvagem há apenas alguns séculos), passaram por um processo de separação entre Igreja e Estado e pelo salutar filtro do Iluminismo, e hoje compreendem mais a tolerância e a pluralidade de ideias, inclusive respeitando o ateísmo. O fundamentalismo islâmico tem sido impermeável à modernidade e estende suas garras nefastas inclusive contra sua própria população, oprimindo as mulheres e todos os que não se submetam à sanha de poder dos religiosos extremistas.

Argumentos baseados em visões anacrônicas e sectárias do mundo subestimam o quanto esse fundamentalismo islâmico pode prejudicar o Ocidente, a própria religião islâmica e o mundo muçulmano. Nelson Ascher, em um artigo, com o adequado título “É hora de reeducar o mundo islâmico”, entendeu:

[...] a situação como o confronto entre duas visões de mundo: de um lado, uma pré-moderna, religiosamente enraizada; de outro, uma que é pós-iluminista e, no que diz respeito à política, pós-religiosa. [...] Os últimos atentados terroristas não são ocorrências isoladas, mas sim ações de uma mesma conflagração cuja origem se encontra na crise generalizada do mundo islâmico e, de modo muito mais agudo, no seu núcleo, os países árabes. É nessas nações malformadas, pessimamente administradas, em franca regressão socioeconômica e nas quais o insucesso de um nacionalismo equivocado abriu as comportas do fundamentalismo religioso, que elites autoritárias e corruptas associaram-se primeiro a uma intelectualidade oportunista e, agora, a um clero sequioso de poder e sangue para, inventando uma sequência paranoica de inimigos externos, dirigir contra estes a ira de suas populações frustradas (*Folha de S.Paulo*, 29/12/2002, p. A-13).

É por isso que os Estados Unidos tinham de usar a força militar para derrubar o regime talibã do Afeganistão e, juntamente com a ONU e a OTAN, garantir a segurança em vários pontos do planeta. Todavia, a solução militar é extremamente parcial e não garantirá a paz e a prosperidade, sem contar o imenso erro estratégico da invasão do Iraque, injustificável sob todos os pontos de vista. As ações militares podem ser uma solução para curto prazo, mas o pensamento estratégico global para longo prazo precisa levar em consideração outros fatores existentes em uma conhecida agenda: solidariedade, justiça social, educação, saúde, políticas de desenvolvimento sustentável para países ricos e pobres, diminuição das desigualdades sociais, garantias de acesso à informação, erradicação do analfabetismo e da fome, revisão da dívida externa de países pobres, valorização dos bens públicos, luta contra o “fundamentalismo do mercado”, ética no setor público e privado, diálogo com a sociedade civil organizada, respeito ao multiculturalismo (que pressupõe também o respeito à cultura ocidental) e um esforço imenso para que os povos e nações do planeta possam entender como as mudanças tecnológicas afetarão suas vidas e como eles podem evitar as mazelas da globalização.

8. TERRORISMO E TURISMO NA HISTÓRIA RECENTE

Desde que o turismo tornou-se uma importante fonte de receitas e de geração de empregos, transformou-se também num alvo potencial para extremistas políticos, graças à relativa facilidade de ataque a seus alvos (sempre desarmados e ocupados por civis) e ao impacto que esses ataques causam na opinião pública, especialmente na mídia. A história dos atentados terroristas a pontos turísticos é antiga, e seus primeiros objetivos foram os aviões comerciais.

Um dos primeiros sequestros de avião comercial da história aconteceu em 21 de fevereiro de 1968, quando o voo 843 da Delta Airlines, que fazia a rota Chicago-Miami, foi desviado para Havana por um passageiro armado. Foi o início de uma série de sequestros de aviões que tiveram como

destino a ilha de Fidel Castro. No dia 23 de julho de 1968, três terroristas palestinos desviaram para Argel um Boeing 707 da empresa israelense El Al que voava de Tel Aviv para Roma. Na época, a El Al já era considerada a companhia aérea mais segura do mundo, o que não impediu o sequestro e exigiu reformulações em seu sistema de segurança. Esses sequestros acabaram sem mortos ou feridos, mas mostraram ao mundo que aeronaves cheias de civis eram vulneráveis à covardia de extremistas fanáticos.

A primeira grande ação articulada de sequestros aéreos aconteceu em setembro de 1970. Terroristas palestinos desviaram um Boeing 707 da TWA, um Douglas DC-8 da Swissair e um VC-10 da BOAC (extinta companhia inglesa) para um antigo campo de pouso britânico chamado Dawson's Field, na Jordânia. Os 255 passageiros ficaram retidos seis dias nas aeronaves e, em 12 de setembro, após a libertação dos reféns, os aviões foram explodidos no solo em uma ação que espantou o mundo. Um quarto avião, o Boeing 747 da Pan Am, foi desviado para o Cairo, na mesma época, e também destruído por bombas após a libertação da tripulação e dos passageiros. Um quinto avião, um Boeing 707 da El Al, que fazia a rota Amsterdã-Nova York, foi tomado por outro grupo palestino, mas a tripulação dominou os atacantes e controlou a situação.

Apesar do impacto causado pela ousadia e pela destruição dos aviões, houve poucos feridos. O terror tornou-se sanguinário em 30 de maio de 1972, quando três terroristas japoneses desembarcaram de um avião da Air France no Aeroporto de Lod, em Tel Aviv, tiraram rifles e granadas de sua bagagem no salão do aeroporto e começaram um massacre sistemático, matando 25 e ferindo 72 pessoas. Naquele dia, o mundo soube estarrecido que havia pessoas dispostas a cometer atos violentos, mesmo correndo o risco de morrer na ação. No início do mesmo mês, integrantes do grupo terrorista palestino chamado "Setembro Negro" sequestraram um jato da empresa belga Sabena, e tropas israelenses retomaram o avião em uma precisa ação militar, libertando 92 passageiros.

Foi também em 1972 que um comando palestino massacrou atletas israelenses nas Olimpíadas de Munique, manchando para sempre a disposição pacifista e internacionalista dos Jogos Olímpicos (veja o filme *Mu-*

nique, de Steven Spielberg, 2005). Em 4 de julho de 1976, comandos israelenses executaram uma clássica ação de retomada de um avião da Air France no aeroporto de Entebbe (Uganda). Os sete terroristas e 20 soldados de Uganda foram mortos em uma ação rápida e precisa que custou a vida de três reféns e do comandante da operação. A ação foi realizada por cinco terroristas palestinos e dois alemães da extinta Fação do Exército Vermelho. Já se percebiam claramente as conexões internacionais do terrorismo, unindo grupos desesperados que buscavam uma revolução mundial. Um grupo do Exército Vermelho alemão sequestrou um jato da Lufthansa em agosto de 1977 e levou o avião para Mogadíscio, na Somália. Tropas de elite do SAS inglês e do GSG-9 alemão libertaram os reféns em outra ação precisa, mas o comandante do avião acabou morrendo.

Durante os anos que se seguiram, houve várias bombas despachadas a bordo de aviões. A mais famosa foi a que derrubou o Boeing 747 da Pan Am sobre a cidade inglesa de Lockerbie, em 21 de dezembro de 1988. Os sequestros diminuíram graças às medidas de segurança adotadas em aeroportos, mas os anos de 1985-1986 viram um recrudescimento das táticas terroristas. Em dezembro de 1985, um comando palestino matou várias pessoas no Aeroporto Leonardo da Vinci, em Roma, e, no primeiro semestre de 1986, uma série de atentados aterrorizou várias cidades europeias.

Entre outubro de 1992 e novembro de 1997, atentados ocorridos no Egito mataram 108 pessoas e feriram outras 135. O pior deles foi em 17/11/1997, quando terroristas atiraram em turistas no Vale dos Reis, em Luxor, matando 61 pessoas, a maioria estrangeira. O Egito precisou de três anos para recuperar o fluxo turístico internacional por causa do trauma gerado pelos atentados, sem contar o sofrimento das famílias das pessoas assassinadas.

Um importante trabalho sobre os efeitos do terrorismo na mídia foi realizado por Christian Nielsen: *Turismo e mídia*. Nele há um estudo de casos bastante detalhado, no qual são analisados atentados em vários países: Peru, Irlanda do Norte, Nigéria, Turquia, África do Sul, Camboja, Paquistão, Argélia, Índia, Israel, Espanha, Egito e Estados Unidos. As análises cobrem o período de 1970 a 1999. Esses atentados possuem, em geral, o

mesmo padrão de ataque a civis estrangeiros por motivos políticos com a finalidade de protesto, de desestabilização do governo local ou de paralisação deliberada do fluxo turístico estrangeiro, um motivo que geralmente vem acompanhado por um dos dois primeiros citados. Em geral, a motivação é política; em poucos casos, econômica ou religiosa. O autor, analisando dados de 1979 a 1997, concluiu que, “depois de atingir seu ponto máximo em 1987, o terrorismo decresceu no final dos anos 1980 apenas para atingir seu ápice da década de 1990 – em 1991 (fato atribuível principalmente à Guerra do Golfo). Em meados dos anos 1990, o terrorismo atingiu certo equilíbrio” (NIELSEN, 2002, p. 184).

Toda uma lógica geopolítica construída ao longo de décadas para enfrentar ameaças como o terrorismo internacional clássico foi profundamente transformada depois de setembro de 2001, quando os Estados Unidos foram atacados pela primeira vez na história com armas não convencionais (aviões comerciais norte-americanos) em um atentado planejado e administrado por uma equipe bem treinada e suicida, com motivação religiosa.

A ação de 11 de setembro caracterizou-se como uma ação suicida de envergadura, e demonstrou a vulnerabilidade das sociedades pós-industriais diante de grupos desesperados e deliberadamente marginalizados das relações internacionais convencionais. São características do mundo globalizado pós-industrial. Alguns analistas sugerem que os próximos atentados terroristas poderão ser feitos com armas nucleares táticas, roubadas de arsenais da antiga União Soviética, ou com armas bioquímicas. Dominique Lapierre e Larry Collins, no livro *O quinto cavaleiro*, publicado no início dos anos 1980, analisaram detalhadamente o que uma bomba atômica faria no centro de Manhattan. Tom Clancy, no livro *A soma de todos os medos*, mostrou como um artefato nuclear pode ser recuperado para ser detonado em um atentado terrorista. O mesmo Tom Clancy escreveu sobre armas biológicas (usando como exemplo o vírus *Ebola* modificado) no romance *Rainbow 6*. Também é assustador o cenário futurista que mostra o filme *Eu sou a lenda* (baseado no livro de Richard Matheson), no qual um acidente biológico ocorrido por causa de pesquisas provoca o desaparecimento da espécie humana.

Evidentemente, o turismo internacional sofre as consequências do terror ou de qualquer conflito mais generalizado. No período da Segunda Guerra Mundial, o fluxo turístico internacional ficou paralisado (de 1939 a 1949). Durante a série de atentados de 1986 e na Guerra do Golfo (início de 1991), houve quedas consideráveis no fluxo turístico. A extensão dos danos atuais vai depender da resposta aos ataques e de eventuais futuros atentados. O que está sendo feito se refere à segurança em meios de transporte, prédios públicos e grandes centros de entretenimento e lazer. Há mais de 40 anos o turismo internacional aperfeiçoa seus meios para se defender do terrorismo político.

O debate sobre terrorismo e uma ordem social mais justa não pode ignorar as exigências legítimas de povos excluídos, como os palestinos, os curdos e os chechenos. É preciso que essas pessoas tenham condições de ser alojadas em territórios autônomos (ou Estados independentes) e que os países que são seus parceiros de conflitos (respectivamente Israel, Iraque, Turquia e Rússia) tomem medidas inequívocas de boa vontade e de recuo tático imediato para garantir uma paz estratégica e duradoura.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescimento do turismo é uma realidade inexorável, assim como a disseminação dos valores da modernidade e do Iluminismo. A história da humanidade não é linear, e sim pontuada por movimentos contraditórios, por incoerências e paradoxos. O ser humano não detém o controle completo de sua racionalidade nem a violência atávica da espécie; a natureza animal muitas vezes se sobrepõe aos avanços de sua cultura. Mas o progresso parece ser um destino criado por nós e desejado por todos. Para que cada vez mais pessoas possam desfrutar do prazer e do bem-estar, é preciso que as sociedades se organizem e proporcionem acesso às necessidades básicas e aos desejos das pessoas.

O turismo é um grande negócio global, porém é mais do que isso. É um convite à convivência entre pessoas, etnias e culturas diferentes.

É uma possibilidade de conhecer o planeta (e, no futuro, o espaço sideral) com sua natureza exuberante e suas culturas variadas. A viagem é uma preciosidade do imaginário das pessoas, e sua realização expressa sentimentos variados e conflituosos. Somos paradoxais e contraditórios, mas sabemos o que queremos e precisamos negociar sempre sobre como possibilitar que todos tenham condições de entender e conseguir os seus bens materiais ou não materiais (intelectuais, espirituais, sexuais etc.). O século XX e o início do XXI não foram como os idealistas do século XIX desejaram e imaginaram. No entanto, se coisas ruins aconteceram, outras coisas boas surgiram no instigante horizonte da história. Se nos organizarmos e exigirmos um mundo melhor para todos, com certeza mudanças acontecerão. Não devemos aceitar passivamente a inexorabilidade das “coisas”, mas lutar por nossos ideais e contra o obscurantismo, a ignorância e a repressão.

Turismo é, acima de tudo, prazer, e prazer é o mais alto grau da satisfação do ser humano. Esse prazer não pode ser egoísta ou isolado de outras dimensões da vida humana, não pode ser negado como aconteceu muitas vezes ao longo da história, especialmente nas perversões motivadas por patologias religiosas. O judaísmo já foi, no passado, uma religião que negava o prazer aos seus seguidores. O cristianismo, durante séculos, reprimiu e torturou aqueles que não se declaravam seguidores fiéis de sua doutrina. O islamismo, hoje, vê um pequeno grupo de seguidores tentar reviver o horror de um passado que julgávamos enterrado. A barbárie sempre pode ressurgir, geralmente quando há miséria, exploração e ignorância. Em meio à complexidade do mundo e das características conflituosas de nossa espécie, entre o que nos foi legado pela biologia e o que ansiamos pela cultura, há espaço para o sonho e a esperança. Sociedades abertas e livres, ricas e organizadas, sempre oferecem melhores frutos a seus membros.

O turismo é um desses “frutos dourados do sol”, mas, para saborearmos essas delícias, também é preciso garantir o crescimento e a preservação das “árvores frutíferas” e transformar a sociedade em um “jardim das delícias terrenas”. Há um longo trabalho e muitos prazeres pela frente,

mas a espécie humana possui a eternidade possibilitada pelo incognoscível e pelas infinitas possibilidades que o Universo lhe reserva. A viagem está apenas começando.

PARA PENSAR

1. Até que ponto a globalização influencia o turismo e vice-versa? Você acredita que o turismo é um dos responsáveis pela globalização?
2. Por que há tantas opiniões extremamente diferentes sobre a globalização? Uns pensam que ela é boa; outros, que é má. Qual o seu ponto de vista? Baseado em que fatos e autores você pensa dessa maneira?
3. O atual cenário mundial (econômico, social, cultural) é favorável ao desenvolvimento do turismo? Justifique.
4. Quais foram as mudanças mais significativas pelas quais a sociedade mundial passou nos primeiros anos do século XXI?
5. O que foi a chamada “lucidez” dos anos 1990? De fato ela existiu?
6. O conceito “pós-modernidade” pode ser aplicado no contexto atual em que vivemos? O turismo pode ser considerado um fenômeno pós-moderno? Em que sentido? Discuta.
7. Em que época o turismo passou a ser objeto do terrorismo mundial? Por que isso aconteceu?
8. Como as epidemias prejudicam o turismo?
9. Como os fluxos turísticos podem facilitar a propagação de novas epidemias?
10. Como a crise econômica de 2008-2009 influencia o turismo?

CENAS DA VIDA TURÍSTICA

CENA 1 – 2009 ⇒ *O jato taxia pelo aeroporto até a cabeceira da pista. Para por alguns instantes, acelera ao máximo as turbinas e começa a correr até que a fuselagem se ergue, ficando apenas uma silhueta recortada contra o céu azul. Pelas janelas, os passageiros podem ver as águas poluídas da baía, as encostas desmatadas e cobertas por favelas, os bairros miseráveis, cujas ruas de terra cinzenta são pontuadas por barracos e casas inacabadas. Depois, o avião sobrevoa alguns quarteirões do centro comercial e os edifícios altos erguem-se desordenadamente, espremidos pelas ruas e avenidas congestionadas e pela multidão que se acotovela em meio ao calor sufocante de verão. A próxima paisagem são as praias com sua linha de frente de prédios que acabam nas águas azuis do Atlântico. Mais para o interior, os condomínios elegantes terminam em terrenos baldios, campos abandonados, barrancos desgastados pela erosão de inúmeras chuvas, mais favelas apinhadas nos morros e, finalmente, o topo da serra com sua vegetação exuberante e os vales cada vez mais despovoados. Regiões ricas cercadas por um país pobre. A beleza e a miséria formam cenários paradoxais do início do século XXI.*

CENA 2 – 2008 ⇒ *Sala de estar de um hotel cinco estrelas de frente para o mar. Um senhor com mais de 50 anos, típico estrangeiro em férias com a*

pele avermelhada pelo sol, camisa larga e bermuda florida, está sentado com uma garotinha de uns 14 anos. Ela é brasileira, visivelmente pobre e garota de programa, apesar da pouca idade. Ambos bebem caipirinha, o drinque predileto dos visitantes alienígenas, e ela ataca vorazmente um pratinho de batata frita. Mal se entendem no vernáculo, pois ela não fala alemão e ele pouco compreende o português, mas se comunicam por sinais e olhares suficientes aos seus propósitos banais. Ela é morena, dentes brancos e cabelos negros, olhos lascivos amendoados e um sorriso maroto. É fruto de uma natureza marcada pela mestiçagem étnica e de uma cultura das ruas e dos bairros onde os menos inteligentes dificilmente sobrevivem. Pode-se dizer que é bonita e sensual. O alemão, de vez em quando, baba a pinga em sua volumosa barriga colorida.

Do outro lado do bar, estão dois homens de meia-idade, um pouco mais novos. São brasileiros, falam alto e com arrogância; pelo sotaque, são de outra região do país. Estão de tênis, bermuda e camiseta, vestidos mais discretamente que os estrangeiros, mas chamando a atenção pela voz alta e pelas gargalhadas que grasnam por entre os copos de cerveja e as bocadas de camarão. Ao seu lado estão também duas garotas, uma com traços meio indígenas e outra loira, com a pele dourada de sol, ambas igualmente exemplares da inclusão racial e da exclusão social. Apesar de não terem 16 anos, são prostitutas há três. Os velhos divertem-se contando piadas e falando vulgaridades com ares de quem realiza um alegre seminário para um público imaginário. Estão felizes por exibir seu dinheiro, seus relógios e pulseiras de ouro e suas jovens e belas putinhas locais. O hotel está cheio e, ao fundo, ouve-se uma banda tocando um ritmo caribenho.

As árvores ao redor da piscina exalam o característico perfume que, no contexto do clima quente e melado de suor, marca as noites de verão tupi-niquins. As famílias de classe média que viajam em “pacotes” olham tudo com ares pretensamente blasé e muitos não escondem sua origem provinciana. Alguns participantes de um congresso médico fazem fila na porta do restaurante para o jantar. No bar da piscina, um garoto musculoso e queimado de sol, vestindo jeans apertados e camiseta regata, bebe uísque a convite de um discreto senhor que beberica vinho branco. O garoto veio do in-

terior e descobriu que poderia ganhar dinheiro no circuito turístico-sexual local. Descobriu também que a possibilidade de arrumar clientes se ampliaria se saísse com homens, e passou a frequentar as boates especializadas. Fez sucesso, comprou um celular e inseriu sua foto na Internet. Já tinha ouvido de muitos clientes estrangeiros que a Tailândia e o Brasil eram os melhores lugares para se transar no mundo. Seus cabelos molhados indicavam que terminara mais um serviço e agora relaxava antes de ir embora, o que fez logo em seguida. Cumprimentou o recepcionista do hotel com um sutil piscar de olhos e foi à quadra atrás do estabelecimento comprar alguns gramas de pó para cair na balada, à noite. Encontraria sua garota (além de sua, era também de programa) numa boate onde geralmente rolava alguém querendo sair com um casal. A sexta-feira prometia.

CENA 3 – 2003 ⇨ *A anunciada quebra da Transbrasil não foi suficiente para que providências fossem tomadas para garantir a sobrevivência das demais companhias aéreas nacionais. O triste exemplo da Transbrasil tem de servir de inspiração para as ações que objetivem dar oxigênio para as empresas aéreas nacionais. O momento é de união e apoio, não somente à VARIG, mas às demais companhias e até à Transbrasil, por que não?¹*

Essa é a imagem do empresariado brasileiro mais obsoleto. Incompetente e sempre aguardando ajuda governamental. A Transbrasil, fundada por Omar Fontana, sempre foi mal administrada, no sentido de gestão amadora. Fontana era um cara legal, piloto amante da aviação, mas problemático em questões de gestão, ao contrário de Rolim Amaro, que criou a TAM e transformou-a de um pequeno táxi aéreo em uma empresa nacional de ponta. Após a morte de Fontana, a gestão da empresa sucumbiu a problemas que nunca foram devidamente esclarecidos. Parte do trade, em uma ação sentimental e irracional, não consegue separar a pessoa “boa e simpática” de Omar Fontana do administrador ausente e idealista que ele foi. Para que ajudar uma empresa acabada com dinheiro público? É justo em termos sociais e éticos? Quanto à VARIG, a empresa foi ajudada inúmeras

1. Texto retirado de uma publicação do trade.

vezes nos tempos da ditadura militar. Ao longo das últimas décadas, a Fundação Rubem Berta (a exemplo da comissão de funcionários da United Airlines, nos Estados Unidos) cometeu vários desmandos, focando sua ação só no bem-estar dos funcionários e, muitas vezes, esquecendo-se dos passageiros. O serviço da VARIG sempre oscilou entre “muito bom” e “mediocre”, nunca foi algo excelente como a Singapore, a Qantas ou a antiga Swissair (que também teve sérios problemas administrativos). Os políticos e a imprensa elogiavam a VARIG, talvez em agradecimento à boca-livre para voar ou aos upgrades tão simpáticos e descolados, bem ao estilo das elites nacionais. Um dia chegou a conta dos débitos gerados em anos de má gestão e, em 2007, a empresa foi incorporada pela Gol.

Estas são algumas cenas da vida do turismo nacional. Muitos projetos e empreendimentos foram realizados com sucesso, mas esses falam por si perante a sociedade. O problema é que os erros não foram bem discutidos, provavelmente por uma imaturidade do *trade* e por certa timidez da academia, e certamente porque uma área tão nova precisa de incentivos e de boa vontade. Mas ter condescendência com os erros da área tangencia a irresponsabilidade.

A cumplicidade cega, o medo de desgostar os poderosos e a necessidade de manter boas relações com as grandes empresas muitas vezes comprometeram as organizações de classe, os políticos e até os pequenos e médios empresários. Questionar nunca foi bem-visto na área. Até parece que o turismo é um “sacerdócio” que não pode ser criticado, sob pena de macular a glória do País e do povo. Uma sociedade organizada pressupõe crítica e capacidade de mudar o que está errado, e o turismo brasileiro, apesar dos progressos dos últimos anos, ainda possui problemas estruturais e conjunturais. Para garantir um futuro melhor, é preciso analisar os erros com o intuito de corrigi-los e evitar sua repetição. Por isso esse capítulo está centrado em uma análise dos problemas ocorridos ao longo da história do turismo no País, justamente para colaborar com um setor importante e sólido o suficiente para enfrentar os desafios críticos e conseguir sucessivos *upgrades* em seu desempenho.

1. CONTEXTO HISTÓRICO

O turismo brasileiro atravessa sua segunda fase de expansão. A primeira fase ocorreu nos primeiros anos da década de 1970, em plena ditadura militar, quando tecnoburocratas decidiram organizar o turismo nacional como uma das panaceias para resolver os problemas do País. Com entusiasmo demagógico, implantou-se uma estrutura de financiamento hoteleiro, cursos superiores e técnicos de Turismo, marketing agressivo, porém inócuo, e muita agitação cívica baseada na conquista do tricampeonato de futebol (1970), nas vitórias de Emérson Fittipaldi, na Fórmula 1, e na beleza e sensualidade das brasileiras, sempre finalistas nos então famosos concursos de Miss Universo.

Apesar do esforço concentrado, a primeira fase do turismo brasileiro fracassou. Dois problemas concomitantes afetaram a área. O primeiro foi *estrutural*, causado pela série de desastres econômicos oriundos da crise do petróleo e do aumento das dívidas brasileiras, que provocaram inflação e recessão e comprometeram o desenvolvimento nacional, inclusive do setor turístico; o segundo foi *conjuntural*, pois os “planejadores” não se importaram com a preservação ambiental, com padrões internacionais de qualidade e formação intensiva de profissionais qualificados em todos os níveis, afetando a operação e a gestão dos serviços turísticos.

Da segunda metade da década de 1970 a meados da década de 1990, várias crises econômicas cíclicas marcaram a história do País, e o turismo ficou praticamente estagnado. Basta ver as estatísticas de turistas estrangeiros que chegaram ao País para perceber que a atividade turística nacional ainda é pequena perante os números do turismo internacional. O turismo interno cresceu em proporções mais significativas; porém, até meados de 1995, foi assinalado pelo amadorismo e pela improvisação, que marcavam toda a cadeia produtiva – do planejamento à implantação –, da gestão e operação turística. Evidentemente, o setor possuía uma qualidade medíocre ou comprometida.

Com a abertura da economia e a estabilização da democracia ao longo do breve Governo Fernando Collor, logo substituído por Itamar Franco,

e posteriormente com o governo de Fernando Henrique Cardoso, duplamente eleito em pleitos diretos e democráticos, o turismo encontrou condições propícias para uma segunda onda de crescimento, dessa vez mais bem estruturada e duradoura. A estruturação do Ministério do Turismo, em 2003, e as novas políticas nacionais para a área, no Governo Lula, complementaram o ciclo de mudanças positivas.

A partir de 1996, investimentos nacionais e estrangeiros jorraram em hotéis, parques temáticos e projetos ligados a entretenimento; a privatização das telecomunicações e de várias rodovias proporcionou melhorias na infraestrutura; houve o crescimento da formação profissional em todos os níveis (básico, médio e superior); novos cursos, como Hotelaria, Gastronomia e Lazer somaram-se aos cursos de Turismo como formadores de profissionais qualificados; vários Estados, municípios, empresas privadas e ONGs compreenderam a importância do fenômeno turístico como um possível fator de desenvolvimento e inclusão social. Infelizmente, as políticas públicas não atingiram plenamente os resultados esperados, e os índices sociais brasileiros, apesar de algumas melhorias no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), ainda precisam de investimentos para chegar ao patamar dos países desenvolvidos.

Os limites desse crescimento foram sentidos ao longo das crises mundiais e nacionais. A crise asiática de 1997 e a crise russa de 1998 prepararam as condições que provocaram a crise cambial brasileira de janeiro de 1999. A crise mundial das bolsas de valores, especialmente da NASDAQ, em 2000, ajudou a abalar o entusiasmo global na chamada “nova economia”. O ano de 2001 foi marcado pelos atentados terroristas mais espetaculares da história nas cidades de Nova York e Washington, fato que, juntamente com os problemas econômicos em vários lugares do planeta, causaram uma redução do turismo global. Finalmente, o ano de 2002 viu recrudescer a crise de confiança nas empresas norte-americanas, graças às fraudes contábeis de algumas das importantes empresas-símbolo do capitalismo financeiro, e 2003 começou com a guerra contra o Iraque. Evidentemente, essa conjuntura não foi boa para o Brasil. Houve um crescimento real da área e melhorias significativas em diversos setores, mas o

turismo brasileiro ainda precisa melhorar para atingir os níveis de excelência internacionais. A verdade é que o turismo não pode ser desvinculado de uma realidade nacional maior e de uma realidade global. Com a criação do Ministério do Turismo, no início do primeiro governo do Presidente Lula, as novas políticas foram pensadas incluindo a problemática social. Os planos nacionais de turismo 2003-2007 e 2007-2010 consideraram essa realidade e pensaram em investimentos sociais, ao lado dos investimentos ligados à infraestrutura, financiamento de projetos públicos e particulares. A nova gestão na EMBRATUR, sob responsabilidade inicial de Eduardo Sanovicz, trabalhou a imagem do Brasil no exterior por meio do Plano Aquarela e traçou estratégias de sucesso para atrair eventos e viagens de negócios. O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) do Governo FHC foi substituído pelo Programa de Regionalização do Turismo do Governo Lula. Ainda é cedo para analisar os resultados da regionalização do turismo – que foi um processo natural e demonstra o avanço da importância da temática do turismo no País.

Planejamento e projetos são essenciais para viabilizar políticas públicas em qualquer área, inclusive em turismo. Embora haja vários estudos sobre o papel dos Estados nacionais no desenvolvimento do turismo, verifica-se na bibliografia um reduzido número de estudos sobre o papel dos Estados federados. A OMT dá pouco valor a este aspecto, pois sempre concentra suas orientações para os Estados enquanto países, ou seja, sempre numa visão de macroplanejamento.

No Brasil, essa questão se repetiu, pois até meados da década de 1990 o País não tinha ainda estabelecido uma política nacional clara para o turismo, fator que não favorecia uma ação coordenada e direta dos Estados.

Solha (2005) afirmou que a década de 1970 foi um período em que os Estados tiveram grande interesse pelo turismo e implantaram alguma estrutura administrativa para tratar desse assunto. A opção, na época, foi a criação de órgãos com flexibilidade para captar e gerenciar recursos para o turismo. A maioria dos recursos era obtida do próprio Governo Federal por meio da EMBRATUR ou por financiamentos internacionais para investimentos em hotelaria. Ainda segundo a autora, a tendência e

preocupação com a hotelaria nos Estados reflete a preocupação do Governo Federal com a expansão deste setor em nível nacional. Para isso, foram criados o Fundo Geral do Turismo e o Regulamento Geral de Classificação Hoteleira.

O período mais recente, de 1990 a 2008, foi de ajustes nas estruturas públicas estaduais de turismo e por uma postura mais séria e profissional dos governadores. Foi o período de captação de recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, por meio do Programa de Desenvolvimento Turístico I e II – PRODETUR. Esses dois programas privilegiam os Estados no Norte e do Nordeste, que foram assim levados a criar estruturas administrativas de turismo (SOLHA, 2005).

Foi na década de 1990 que as estruturas estaduais de turismo se solidificaram, tornaram-se profissionais, conhecidas, com respaldo junto a seus governos, e começaram a criar e implantar programas sérios de turismo em seus territórios. Os órgãos existentes foram adaptados, substituídos, ganharam menos ou mais poderes, na intenção de estarem mais aptos à gestão.

O PNT 2003-2007 apresentou mudanças nessa forma de gestão centralizadora do turismo, dando maior importância ao papel dos 26 Estados e do Distrito Federal no turismo, por meio da criação do Fórum Nacional de Secretários, formado pelos secretários de Estado de turismo, que, apesar de ser naquele momento um órgão informal e consultivo, caracterizou-se em uma importante ação para que fossem apontados os problemas e soluções com a explanação das demandas originárias nos Estados e municípios (PNT 2003-2007). Estabeleceu-se um canal direto de comunicação entre as instâncias superiores e inferiores do turismo nacional.

O PNT 2007-2010 reforçou essa gestão descentralizada e deu maior importância aos Estados federados, na medida em que solicitou a participação do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e dos Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo.

Essas ações minimizaram a centralização de poder e tomada de decisão, que sempre existiu no turismo nacional. O turismo passa a ser mais importante na cadeia produtiva, e os envolvidos – agentes de viagens, ins-

tituições de ensino, conselhos locais, associações, ONGs, departamentos e secretarias municipais de turismo, operadoras de turismo etc. – assumem maior responsabilidade a partir do momento em que participam dos processos de decisão e gestão.

- **IMPORTANTE**

A fragilidade das estruturas dos organismos estaduais de turismo pode ser compreendida pelas inúmeras transformações que sofreu ao longo do tempo, caracterizadas por fusões, extinções, criação de diferentes órgãos e mudanças de objetivos, entre outros. Acrescente-se a isso a descontinuidade das ações geralmente relacionada às mudanças político-partidárias das gestões estaduais (SOLHA, 2005, p. 46).

De acordo com o Quadro 2, pode-se perceber um momento único a respeito da organização do turismo na Federação, pois, pela primeira vez, todos os Estados possuem um órgão responsável pelo turismo, seja ele uma fundação, uma coordenadoria, uma companhia, um departamento, uma agência, seja uma empresa ou uma secretaria.

Essa forma de articulação nos Estados reflete um amadurecimento do estudo e da profissionalização do turismo no País. Soma-se a isso o papel que o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo têm desenvolvido para levantar os problemas locais e, ao mesmo tempo, propor soluções criativas e novos projetos.

Analisando com acuidade a coluna objetivos/missão de cada Estado, percebe-se uma preocupação abrangente com o turismo em seus limites políticos e geográficos, com algumas palavras-chave, tais como consolidação, fortalecimento, promoção, desenvolvimento, fomento, planejamento, coordenação, divulgação e expansão. Todos esses itens estão relacionados ao *planejamento do turismo*.

Quadro 2. Órgãos estaduais de turismo no Brasil

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
NORTE					
Acre	SETUL – Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer	-	2007	Consolidação das rotas turísticas do Vale do Acre, com os Caminhos da Revolução, Caminho de Chico Mendes e Caminhos do Pacífico. Implementação e consolidação da rota turística do Vale do Juruá, com os caminhos das Aldeias e da Biodiversidade. Fortalecimento do artesanato acriano. Promoção do turismo sustentável, com as rotas internas, e promoção da Rota Internacional Amazônia — Andes — Pacífico, consolidando a ligação Rio Branco — Cuzco, por meio de campanhas, eventos e outros. Captação e promoção de eventos nacionais e internacionais.	Inexistente
Amapá	SETUR – Secretaria de Estado do Turismo	-	2004	Fortalecer o Estado como destino turístico nacional e internacional, de forma sustentável, com foco na geração de emprego e renda, na inclusão social e na melhoria de vida do amapaense.	www.setur.ap.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Amazonas	AMAZONASTUR – Empresa Estadual de Turismo	Status de secretaria de Estado	–	Promover a “Marca Amazonas” nos mercados turísticos nacional e internacional, que é o órgão oficial do setor no Estado e da administração direta do Poder Executivo. Tem como responsabilidade dar apoio ao desenvolvimento sustentável de novos produtos turísticos, oferecer condições de aperfeiçoamento aos já existentes e promover o planejamento e a execução da política estadual de turismo.	www.amazonastur.am.gov.br
Pará	PARATUR – Companhia Paraense de Turismo	Secretaria de Estado de Desenvolvimento, Ciência e Tecnologia	1972	Desenvolver uma política de estímulo à indústria turística do Estado, procurando a melhoria da infraestrutura e o incremento dos fluxos turísticos provenientes de outros centros emissores nacionais e internacionais.	www.paraturismo.pa.gov.br
Rondônia	Superintendência Estadual de Turismo	–	2000	Estimular o desenvolvimento do turismo, divulgar o Estado, implantar a política estadual de turismo, analisar o mercado turístico, fazer inventários, cadastrar empresas. Ou seja, de uma forma geral, administrar o turismo em todas as suas instâncias no contexto estadual.	www.setur.ro.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Roraima	DETUR – Departamento Estadual de Turismo	Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico	2003	Responsável por propor a política do segmento, bem como programar, coordenar, divulgar, incentivar, analisar e avaliar a execução da atividade relacionada à elaboração de planos, programas, projetos, estudos e pesquisas para desenvolvimento do turismo no Estado.	www.turismo.rr.gov.br
NORDESTE					
Alagoas	SETUR – Secretaria de Estado do Turismo	–	2003	Auxiliar o governador do Estado na formulação, coordenação e execução das políticas públicas relativas ao desenvolvimento integrado do turismo no Estado de Alagoas. Atrair investimentos para o desenvolvimento do turismo com o intuito de viabilizar a sua diversificação, em cada área, conforme suas potencialidades, articulando a promoção institucional do Estado de Alagoas nos demais Estados da Federação e no exterior.	www.turismoalagoas.al.gov.br
Bahia	BAHIA-TURSA – Empresa de Turismo da Bahia S.A	Secretaria de Turismo	1968	Divulgar e promover o turismo da Bahia, no Brasil e no exterior. Atrair e ampliar o fluxo turístico regional, nacional e internacional; captar voos regulares e <i>charters</i> ; fortalecer alianças e parcerias	www.bahiatursa.ba.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Ceará	Secretaria de Turismo	-	1995	<p>com o <i>trade</i> turístico, instituições acadêmicas, ONGS, entidades de fomento e diversos órgãos do poder público. Responsável pela administração e comercialização do Centro de Convenções da Bahia (Salvador), de Ilhéus e Porto Seguro e dos postos de informações turísticas do Pelourinho (SAT), Aeroporto, Rodoviária e Mercado Modelo.</p> <p>Fortalecer o Estado como destino turístico nacional e internacional, de forma sustentável, com foco na geração de emprego e renda, na inclusão social e na melhoria de vida do cearense.</p>	www.setur.ce.gov.br
Maranhão	Secretaria de Estado de Turismo	-		<p>Não encontrado no <i>site</i>.</p>	www.ma.gov.br
Paraíba	PERUR – Empresa Paraibana de Turismo S.A.	Secretaria de Estado do Turismo e do Desenvolvimento Econômico	1975	<p>Executar as atividades ligadas ao turismo, em obediência às diretrizes básicas traçadas pelo governo do Estado, competindo-lhe fomentar iniciativas, planos, programas e projetos que</p>	www.pbtur.pb.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
				<p>objetivem o desenvolvimento do turismo; organizar, promover e divulgar atividades turísticas; fazer e manter atualizados os cadastros das empresas e órgãos públicos e privados que exploram ou mantêm atividades turísticas no Estado; classificar e fiscalizar as empresas turísticas privadas com observância ao disposto na legislação pertinente; estimular e promover a oficialização e realização de eventos, quaisquer outras atividades que contribuam para o aumento do fluxo turístico no território paraibano, podendo, para tanto, firmar convênio com entidades públicas e/ou privadas, objetivando tal fim; administrar os incentivos existentes e que venham a ser criados para estímulo ao setor; constituir e participar no capital de empresa ou grupos, que, de qualquer maneira, participam ou tenham a intenção de participar de empreendimentos relacionados com o desenvolvimento no setor turístico do Estado da Paraíba.</p>	

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Pernambuco	EMPETUR – Empresa de Turismo de Pernambuco	Secretaria de Turismo – SETUR	Década de 1960	Responsável pelo planejamento, controle, avaliação e execução de projetos por organismos distintos.	www2.setur.pe.gov.br/web/setur
Piauí	PIEMTUR – Empresa de Turismo do Piauí	Secretaria de Turismo	1971	Elaborar, coordenar e executar a política de turismo no Estado do Piauí.	www.piemtur.pi.gov.br
Rio Grande do Norte	Secretaria de Estado do Turismo	–	1996	Formular a política de turismo do Estado; desenvolver estudos e pesquisas para avaliar a potencialidade turística do Rio Grande do Norte; articular-se com os municípios e os demais órgãos da administração estadual, com o objetivo de desenvolver a infraestrutura de saneamento básico, transportes e energia nas áreas de atividades turísticas; promover ações voltadas para a ocupação da infraestrutura de turismo do Estado, especialmente nos períodos de baixa estação.	www.setur.rn.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Sergipe	Secretaria de Estado do Turismo	-	2003	Consolidar o Estado de Sergipe como destino turístico; implantar um sistema de informações para gestão do turismo; ampliar as ações de promoção e marketing; transformar os atrativos turísticos já existentes em produtos; implantar modelo de gestão por resultados; elaborar programação de capacitação; efetuar estudo e implantar a infraestrutura operacional da Secretaria; elaborar normas e procedimentos administrativos; elaborar plano setorial de turismo; disponibilizar e divulgar as ações de turismo e cultura do Estado; implantar política de fiscalização e preservação do patrimônio e equipamentos turísticos e culturais.	www.setur.se.gov.br
CENTRO-OESTE					
Goiás	AGETUR — Agência Goiana de Turismo	Secretaria da Indústria e Comércio		Não encontrado no <i>site</i> .	www.agetur.go.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Mato Grosso	Secretaria do Estado de Desenvolvimento do Turismo	-	1995	Tornar o Estado de Mato Grosso destino turístico consolidado e competitivo no Brasil e no exterior, cumprindo a gestão das políticas públicas de turismo de maneira que propicie o crescimento econômico como gerador de emprego e renda junto com a preservação e a manutenção dos patrimônios ambiental, histórico e cultural do Estado.	www.sedtur.mt.gov.br
Mato Grosso do Sul	Fundação de Turismo	Secretaria de Desenvolvimento Agrário, da Produção, da Indústria, do Comércio e do Turismo		Fomentar, incentivar e promover a exploração do turismo no Estado; identificar, selecionar e divulgar oportunidades de investimentos turísticos no território estadual; viabilizar a exploração econômica dos recursos turísticos do Estado e divulgar suas atrações; induzir o desenvolvimento e a implantação de serviços de infraestrutura em área de interesse turístico; dar assistência técnica aos empreendimentos turísticos no Mato Grosso do Sul.	www.turismo.ms.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Tocantins	Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins	Não informado		Responsável por criar alternativas sustentáveis para o desenvolvimento do Estado. trabalhando para colocar Tocantins no contexto mundial de desenvolvimento econômico e social, priorizando a cultura regional e o meio ambiente, e buscando formas social e economicamente responsáveis para gerar emprego e renda.	www.to.gov.br/turismo/aditur
SUDESTE					
Espírito Santo	Secretaria de Estado de Turismo	-	2007	Gestor da política de turismo do governo em consonância com o Plano de Desenvolvimento do Turismo.	www.setur.es.gov.br
Minas Gerais	Secretaria de Estado de Turismo	-	1999	Planejar, coordenar e fomentar as ações do negócio turismo, objetivando a sua expansão, a melhoria da qualidade de vida das comunidades, a geração de emprego e renda e a divulgação do potencial turístico do Estado. Formular e coordenar a política estadual de turismo, bem como os seus planos e programas para o setor, inseridos na política estadual, incentivando e apoiando os projetos para promoção, divulgação e desenvolvimento do turismo em Minas Gerais.	www.turismo.mg.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
Rio de Janeiro	TURISRIO – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro	SETE – Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Lazer	1960	Promover o turismo e as atividades correlatas, em consonância com a política de desenvolvimento econômico e social do Estado e o Plano Diretor de Turismo. Entre suas atribuições, figuram propostas para a formulação da política de estímulo ao desenvolvimento do turismo no Estado; identificar, selecionar e divulgar seus produtos turísticos, bem como as oportunidades para investimentos no setor, além de prestar assistência técnica aos municípios e empresários.	www.turismo.rj.gov.br
São Paulo	Coordenadoria de Turismo	Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo		Consolidar o Estado de São Paulo como produto e destino turístico, determinando diretrizes para fomentar e desenvolver o turismo sustentável, visando a proporcionar a geração de postos de trabalho, a inserção social e a melhoria da qualidade de vida da população.	www.selt.sp.gov.br

Estado	Órgão responsável	Vínculo	Criação	Objetivos/missão	Sites
SUL					
Paraná	SETU – Secretaria de Turismo	-		Planejar, organizar e monitorar a política estadual de turismo. Objetivos a serem atingidos por meio de assessorias, coordenadorias e grupos setoriais, como também pelos outros organismos vinculados: Paraná Turismo, Centro de Convenções de Curitiba e o serviço social autônomo ECOPEPARANA. A SETU e suas vinculadas têm como grande desafio desenvolver o turismo de forma sustentável, ou seja, de maneira que gere benefícios sociais, econômicos, culturais, políticos e ambientais nos núcleos em que se desenvolve.	www.pr.gov.br/ turismo
Rio Grande do Sul	Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer	-		Não informado no site.	www.turismo.rs.gov.br
Santa Catarina	SANTUR – Santa Catarina Turismo S.A.	Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte	1977	Promover e fomentar as indústrias do lazer e do entretenimento com qualidade, visando ao desenvolvimento socioeconômico gerado pelo turismo.	www.santur.sc.gov.br

Fonte: Inspirado em Solha (2005, p. 40), mas publicado com adaptações, ampliações e correções dos autores. Os dados foram obtidos nos sites indicados. Consulta feita em agosto de 2008.

2. OS PROBLEMAS DO TURISMO NACIONAL

Parte da problemática brasileira pode ser observada analisando-se três índices internacionais. O primeiro deles, bastante positivo, constata que o Brasil é uma das dez ou 12 maiores economias do mundo (depende do índice adotado). O segundo, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), das Nações Unidas, coloca o Brasil em 70º lugar (2007-2008) no *ranking* mundial de qualidade de vida (entre 177 países analisados). O terceiro índice, denominado Gini, mede a concentração de riquezas e situa o Brasil entre os mais desiguais do mundo, apesar dos avanços realizados nos últimos anos (em 2002, estava em quarto lugar, atrás apenas de Serra Leoa, República Centro-Africana e Suazilândia, mas melhorou suas posições nos últimos anos). Ao lado dos altos índices de violência que estigmatizam a imagem do País no exterior e dos problemas de infraestrutura, não é de se admirar que o fluxo de turistas estrangeiros seja modesto, apesar do consistente aumento de entrada de divisas estrangeiras, resultado de políticas eficazes da EMBRATUR e do Ministério do Turismo.

O turismo doméstico tem apresentado índices mais promissores, graças à ampliação da infraestrutura (novos aeroportos, novos hotéis e alguns novos roteiros) e à estabilidade econômica dos anos de 2006, 2007 e 2008 (apenas até o primeiro semestre). Mas o modelo poderia ser mais produtivo. Basta lembrar a crise aérea entre 2006 e 2007 para perceber algumas falhas estruturais do País.

Um subproduto desse quadro é a cegueira situacional de ainda encarar o turismo apenas pelo seu lado econômico ou administrativo, quando há fortes correntes internacionais que procuram vê-lo como fenômeno social, político, cultural, ambiental (também econômico, claro), mas não reduzido exclusivamente a cifras e fórmulas estereotipadas.

3. A IMPORTÂNCIA DA SOCIEDADE NA DISCUSSÃO SOBRE TURISMO

O turismo no Brasil exige uma discussão ampla sobre o modelo de desenvolvimento que está por trás da economia e da sociedade como um todo. Essa discussão envolve outras questões, como a cidadania, o meio ambiente, a ética, a sustentabilidade e a necessidade de uma inclusão maciça de pessoas. A responsabilidade das universidades é tratar teoricamente dessas questões, exatamente o oposto das críticas de alguns que encaram os cursos superiores de Turismo como muito “teóricos” e pouco direcionados ao “mercado”. Os alunos, em geral, ainda lêem pouco, e a proposta da universidade é preparar não apenas para o “mercado”, mas também para a sociedade como um todo, com sólida visão humanista. A educação profissional de qualidade compreende, no nível superior, orientação para as questões estratégicas e de alta gestão, o que exige fundamentação teórica por parte de docentes e alunos. Crítica, reflexão e pesquisa são características (ou deveriam ser) dos cursos superiores e, de resto, menos mal que não exista uma preparação tão ligada exclusivamente ao “mercado”, pois os índices do País não permitem avaliar esse “mercado” com olhos tão benevolentes. Basta ver a crise financeira global que começou em meados de 2007 e explodiu no final de 2008, fruto de ganância e irresponsabilidade por parte dos gestores financeiros em vários países desenvolvidos. Para compreender a educação em turismo em nível mundial, recomenda-se a leitura do livro organizado por David Airey e John Tribe, *Educação internacional em turismo* (São Paulo: SENAC, 2008).

Nos últimos anos, houve várias discussões sobre turismo e sociedade. Em agosto de 2002, foi realizado em Porto Alegre o IV Encontro Internacional de Turismo da Rede Mercocidades, sob o tema “Um outro turismo é possível?”. A discussão foi marcada por um pluralismo democrático e pela participação de dezenas de pesquisadores de diversos países: Chile, Uruguai, Argentina, México, Suíça, Reino Unido e Brasil, além de centenas de estudantes de todo o País. A academia se conscientiza paulatinamente dos problemas estruturais do turismo mundial e nacional. Turismo

é um fenômeno que não cria apenas empregos, impostos e desenvolvimento. Se mal planejado e implementado, é fator de poluição, exclusão social, concentração de renda, aumento da prostituição, incremento da exploração sexual infantil e comprometimento de investimentos em projetos mal elaborados.

Outros eventos, tais como o Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR, o Seminário Internacional de Turismo, o Encontro de Turismo com Base Local e o Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, firmaram-se nos últimos cinco anos e são fundamentais para a discussão sobre que turismo queremos, quais são os principais problemas e as possíveis soluções.

A responsabilidade por essas questões não é exclusiva dos governos, mas da sociedade organizada como um todo. Empresários, profissionais, organizações não governamentais, sindicatos e comunidades organizadas devem participar e se comprometer com os resultados decorrentes dos projetos turísticos. Isso implica acesso à educação e à informação para que as pessoas discutam as questões relativas ao turismo com maior conhecimento. Há que se respeitar as comunidades como atores legítimos que devem ser ouvidos. É preciso investimento maciço em educação básica, planejamento coletivo eficiente e canais de comunicação entre empresas/governos/sociedade. Observa-se uma série de projetos de parques, complexos hoteleiros, centros turísticos e similares que fracassaram ou foram à falência em poucos meses, graças, exclusivamente, à teimosia de seus tecnocratas em não ouvir outros segmentos e implementar seus “projetos maravilhosos” de forma equivocada.

4. É POSSÍVEL MELHORAR ESSA SITUAÇÃO? COMO?

É evidente a necessidade de se reposicionar a discussão e a ação sobre políticas de turismo, sejam nacionais, sejam regionais, públicas ou privadas, setoriais ou comunitárias, macro ou micropolíticas. Vários problemas precisam ser enfrentados. Um deles é acabar com o “discurso

triumfalista ingênuo” que só vê qualidades no turismo e condena os críticos como se não tivessem visão estratégica. Outro problema é a “tradição” anômala e perversa de não preparar as comunidades e os diferentes setores para discutir em conjunto e se corresponsabilizarem pelos projetos e políticas. Fala-se muito sobre a responsabilidade dos governos, mas pouco sobre a responsabilidade da sociedade civil organizada: sindicatos, organizações de ambientalistas ou pessoas interessadas em qualidade de vida; empresários e suas organizações de classe.

O empresariado tem responsabilidade direta quanto ao planejamento, à ética e à manutenção de elevados padrões de qualidade. Quando há problemas nas áreas de turismo ou hotelaria, o empresariado é um dos primeiros setores a ser atingido, e é fundamental que a saúde financeira do País seja preservada, a começar pela saúde das empresas, pois isso é bom não apenas para os empresários, mas também para funcionários, fornecedores, clientes e governos (que vivem dos impostos pagos por todos). É evidente que a responsabilidade recai também sobre os governos. Desde o período de redemocratização do País, faz-se necessária uma série de reformas (fiscal, do Poder Judiciário, trabalhista etc.) que encontram resistências sistemáticas nos entraves corporativistas do próprio governo e de alguns segmentos. No entanto, as mudanças que precisam ser feitas são de responsabilidade direta do pessoal ligado ao setor de viagens e turismo. Para melhor entender a complexidade do quadro atual, podem-se analisar os diversos problemas existentes em contraposição com possíveis soluções.

AUTORITARISMO VERSUS CORRESPONSABILIDADE

Historicamente, todas as políticas nacionais são exercidas a partir do topo, das elites pretensamente iluminadas. A exceção parcial foi o PNMT (Programa Nacional de Municipalização do Turismo), que acabou não obtendo os mesmos efeitos positivos em todos os lugares. A metodologia utilizada (Zopp) foi criticada por vários grupos, e alguns governos estaduais e municipais desvirtuaram a sua aplicação técnica, substituindo-a por parâmetros políticos de má qualidade. Vários projetos do Ministério

do Turismo, a partir de 2003, também obtiveram significativa participação popular e social. O Programa de Regionalização do Turismo tenta corrigir os desvios do PNMT e chamar os atores locais para assumir sua responsabilidade. Para atingir níveis razoáveis de corresponsabilidade, não basta “empurrar” metas e objetivos para as comunidades. É preciso prepará-las com educação básica de qualidade, participação comunitária geral e políticas objetivas e articuladas de desenvolvimento, inclusive para o turismo, onde houver condições favoráveis ao seu desenvolvimento. O povo não é incapaz ou incompetente; é apenas despreparado graças a modelos seculares e sistemáticos de dominação e exclusão.

IMPOSIÇÃO VERSUS PARTICIPAÇÃO

A impostura das elites coíbe a participação das pessoas e de grupos organizados. A impostura reveste-se do arcaico argumento da “autoridade” e das condições materiais que pretensamente garantem aos seus detentores (amparados por modelos de desenvolvimento injustos e que promovem a absurda concentração de renda no Brasil) uma superioridade imaginária e predatória aos interesses sociais gerais. Várias práticas políticas existentes em localidades brasileiras sequer podem ser chamadas de capitalistas; são resquícios do mais antigo compadrismo, nepotismo, manipulação grosseira das pessoas ou desvios de recursos para interesses privados. Várias dessas práticas são impostas por governos, associações, sindicatos ou organizações que se abrigam sob o discurso “competente” ou pseudolegitimado dos “direitos” adquiridos de forma dúbia ou, até mesmo, por usurpação em relação aos direitos maiores e ao bem-estar da comunidade.

EXCLUSÃO VERSUS INCLUSÃO

O autoritarismo e a imposição geram a exclusão social, econômica, política e cultural. Daí surgem os projetos pretensamente, maravilhosos nas áreas de turismo, hotelaria ou entretenimento que muitas vezes não trazem benefícios às pessoas do local. O pior é que pode ocorrer simples-

mente a expulsão de pessoas das terras, que são tomadas por classes dominantes locais, negociadas com empreiteiras e revendidas para terceiros após terem sido legalizadas com o auxílio da Justiça local. Isso acontece, no turismo, desde a década de 1970, quando foi construída a rodovia Rio-Santos e em várias partes do litoral e do interior brasileiro (quem não conhece um exemplo desses?) – um processo de exclusão provocado pela especulação imobiliária e manipulação jurídica para transformar áreas protegidas ou terras ocupadas por população carente em projetos dispendiosos de hotéis, marinas, parques privados e loteamentos de todos os tipos.

Nesse processo, alguns poucos se locupletam, os moradores originais são expulsos e muitos dos projetos em geral são medíocres e predatórios, prejudicando até mesmo seus próprios compradores. Condomínios, hotéis e *resorts*, chácaras e clubes são constituídos dessa forma arcaica, quando alguém com poder econômico e político toma à força uma área, se instala e nunca mais é retirado. O lucro privado se faz em cima da usurpação de um bem público e, muitas vezes, com a destruição de comunidades. Em geral, a legislação municipal local também sofre distorções para permitir edificações em completa dissonância com o entorno regional. Todas as especificações sobre sustentabilidade, ética e planejamento estratégico são desprezadas em proveito do interesse momentâneo, gerado exclusivamente pelo lucro de um pequeno grupo. Há muitos exemplos desses casos no Brasil, nos quais projetos mal planejados ou mal implementados foram comprometidos (veja exemplos nos próximos tópicos). Os governos que sucederam as antigas administrações, que por sua vez permitiram esses abusos, preferem se omitir de corrigir os rumos porque já há moradores legais nas áreas ou não estão dispostos ao desgaste político decorrente de uma ação corretiva que pode ser justa, mas é sempre trabalhosa e muitas vezes impopular.

VISÃO EXCLUSIVAMENTE ECONÔMICA VERSUS VISÃO INTEGRADA

A década de 1990 teve como discurso predominante a questão do “mercado”. É evidente que o turismo tem uma importância econômica

muito grande e que as tendências mercadológicas precisam ser levadas em conta. Todavia, o turismo é também um fenômeno social, político, cultural e ambiental. Privilegiar apenas uma faceta desse fenômeno tão complexo e dinâmico causa problemas graves para a implantação e o desenvolvimento de um turismo articulado com outras atividades da economia, que seja sustentável e duradouro.

Os resultados de uma estreita visão economicista são nefastos: projetos fracassados de parques temáticos ou aquáticos, falência de hotéis e *resorts*, degradação de áreas públicas ou privadas, desemprego gerado por esses problemas, perda do investimento inicial, obsolescência acelerada em virtude de mau planejamento e operação etc. O pior é que isso tudo já foi detectado por especialistas (John Urry, Jost Krippendorf, David Fennell, Salvador Gomes Nieves, Sergio Molina, Alfonso Jiménez etc.) ou observado em diversos empreendimentos europeus, norte-americanos ou asiáticos, que foram abandonados depois de inaugurados por terem insisto em uma óptica obtusa que considerou apenas aspectos restritos do mercado. O pior é que a incompetência empresarial ou governamental muitas vezes sequer atende aos requisitos básicos do “mercado”, justamente por não ter uma visão mais atual e eficiente dos mercados pós-industriais. Não é surpresa que os projetos mais bem-sucedidos no País (Praia do Forte, BA; Beach Park, CE; algumas recuperações arquitetônicas históricas; áreas naturais preservadas; certas áreas urbanas recuperadas) consideraram não apenas os aspectos econômicos imediatos, mas também as exigências sociais, ambientais e culturais.

CORREÇÃO VERSUS PREVENÇÃO

Planejamento estratégico, planos de longo prazo, perspectiva holística ou qualquer outro nome que se dê a visões de longo prazo são ainda razoavelmente desconhecidos no País. Com isso, correções, remendos e adaptações encarecem vários projetos e prejudicam sua funcionalidade, estética e lucratividade. As palavras de pessoas maduras e cautelosas – “é melhor prevenir que remediar” – são ignoradas em nome de um pretenso

dinamismo e rapidez na tomada de decisões. Com isso, os erros se sucedem e projetos são atrasados, abandonados ou inaugurados já comprometidos no nascedouro. Isso aconteceu com empresas nacionais, como o parque Terra Encantada, no Rio de Janeiro; o parque aquático The Waves, em São Paulo; o antigo Hotel Nacional, no Rio de Janeiro (uma torre de vidro e mármore de frente para o mar, em clima tropical, não pode ser funcional, mesmo que seja um projeto do consagrado Oscar Niemeyer); o Aeroporto de Confins (Minas Gerais), construído apesar de todas as críticas – o projeto tornou-se realmente um monumento à incompetência, sendo subutilizado por causa da distância da capital mineira e da falta de alternativas para acessá-lo (trem metropolitano, por exemplo). O mesmo aconteceu com empresas estrangeiras, como Wet'n Wild, que inaugurou dois parques aquáticos no Brasil, pouco tempo depois fechou o de Salvador, interrompeu outros projetos previstos para o País e atualmente só opera o parque de Itupeva, no interior de São Paulo.

Um dos novos e maiores problemas que aparece no horizonte dos empreendimentos brasileiros comprometidos é o complexo hoteleiro de Costa do Sauipe, ao norte de Salvador. Planejado sem consistentes pesquisas de mercado e implantado com arquitetura de gosto duvidoso, paisagismo inadequado e preços altos, o projeto tenta conter os baixos índices de ocupação. Os estrangeiros não vieram e os brasileiros não pretendem gastar tanto em uma área de limitados recursos turísticos. Sauipe é um claro exemplo de como se ergue uma cortina de silêncio ao redor de um projeto com sérios problemas de planejamento. Construído com dinheiro oriundo da PREVI, o bilionário fundo de pensão do Banco do Brasil, é um exemplo contundente de como diretrizes políticas tendenciosas prevalecem sobre os estudos técnicos. Pelos estudos analisados, percebe-se que o planejamento em geral foi razoavelmente bem realizado, mas as conclusões do estudo foram incompletas e a implantação, mal executada. Os proprietários pensaram em uma arquitetura imitando o “Caribe” ou algo parecido, o complexo foi construído de costas para a praia (algo complicado em um país identificado por seu litoral paradisíaco) e os estudos de viabilidade técnica e financeira superestimaram os resultados.

TÁTICO TEMPORÁRIO E EGOÍSTA *VERSUS* ESTRATÉGICO COLETIVO

O autoritarismo e o amadorismo profissional levam as pessoas a pensar de maneira individualista e imediatista, gerando projetos e trabalhos superficiais, pouco relevantes. O pior é que, no caso de empreendimentos públicos ou privados, tornam-se ineficazes ou obsoletos em pouco tempo por causa da falta de preparo para uma maior inserção social e mercadológica. Essas práticas imediatistas e fragmentadas impedem ações planejadas articuladas entre governos, empresas e ONGs. Por exemplo, o conceito de *cluster* em turismo, implementado com sucesso no Caribe e em algumas áreas da América do Norte, é caracterizado por uma série de políticas públicas e privadas de turismo, que envolvem setores públicos, privados e, até mesmo, comunidades locais. É um estágio difícil de ser alcançado porque exige uma razoável qualificação profissional e planejamento integrado, além de parcerias comprometidas com todas as instâncias envolvidas nos projetos turísticos, seja em níveis operacionais, seja no planejamento conjunto de marketing.

Desde as grandes até as pequenas empresas, as associações de classe, os órgãos públicos e demais parceiros envolvidos, todos participam ativamente da tomada de decisões no que se refere a lazer, turismo, hotelaria etc. Foi assim que o complexo Walt Disney World conseguiu da Câmara Estadual da Flórida autonomia política em sua área de 120 quilômetros quadrados. O complexo Disney na Flórida possui *status* de município independente, pagando apenas os impostos federais e estaduais, mas obriga-se a ter o equivalente ao plano diretor municipal, código de obras, política de preservação ambiental e regulamentação própria que garanta a segurança e a salubridade do distrito.

Outro exemplo de interação governo/empresa/comunidades é a Universal Studios. Ela permutou áreas preservadas da região periférica de Orlando (Flórida) por áreas degradadas em outra parte do Estado que foram recuperadas e cedidas ao governo, em troca da autorização para construir seu parque temático. As políticas regionais de turismo são tão

importantes nos Estados Unidos e no Canadá que elas são estruturadas pelas Câmaras de Comércio e obedecem às diretrizes ambientais e étnicas locais. Em várias marinas, localizadas nos Estados norte-americanos que margeiam o Golfo do México, é proibido aos barcos zarparem com o motor ligado (manobras de entrada e saída só com o auxílio de remos ou velas) para evitar acidentes com os *manatees* (peixes-boi), e várias praias ficam interditadas por ocasião da migração de pássaros, desova de tartarugas ou qualquer outro evento referente à proteção da vida animal ou vegetal. O mesmo acontece com as comunidades dos Alpes ou dos Pireneus na Europa, no Canadá (país com variedade étnica significativa), com o desenvolvimento turístico de ilhas como a Polinésia Francesa, o Havaí, o Caribe e várias ilhas do Mediterrâneo. Em todos esses lugares, a vida comunitária e o meio ambiente são salvaguardados e estão acima dos interesses econômicos. Eles querem lucros que sejam duradouros, edificantes e benéficos aos empresários, aos turistas e à comunidade. Um equilíbrio difícil de ser atingido, mas que, quando alcançado, demonstra ser uma opção inteligente e com retorno financeiro estável. Seja no caso do macroplanejamento integrador dos *clusters*, seja no microplanejamento de pequenas regiões nos países desenvolvidos, quando há consciência de cidadania, ética, sustentabilidade e qualidade de vida, os projetos turísticos são realizados de maneira estratégica e articulados com a comunidade.

Os problemas gerados pela miopia mercadológica ou pelo desleixo ambiental acumulam-se nas Ilhas Canárias, em algumas partes do Mediterrâneo, na China, no Peru (veja o caso [ou descaso] de Machu Picchu), no Brasil e nas áreas montanhosas do Tibete. O resultado final resume-se em poluição ambiental, exclusão social e abandono dessas áreas como destinos turísticos privilegiados. O imediatismo e o amadorismo levam à fase descendente da curva de desenvolvimento de um destino turístico, provocando extensos prejuízos causados pela degradação que poderia ser evitada.

5. POR UMA AGENDA DO PLENO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Um outro turismo é possível?

Sim, e isso é uma prática usual em vários lugares. O mundo perdeu muito de sua rebeldia e espontaneidade, adquiridas ao longo das décadas de 1950 e 1960, com os movimentos *beat* e *hippie*. Os últimos trinta anos do final do século XX viram o final das propostas socialistas e o amortecimento dos sonhos libertários. Os *yuppies* inauguraram uma versão cínica e materialista da existência, e logo depois a violência explodiu no mundo todo, preenchendo o vazio que se estabeleceu com a derrubada das utopias. Viveu-se o mundo do “possível” e, com isso, a miséria e a mediocridade cresceram em todo o planeta. As leis do mercado corromperam as leis sociais e tanto a sociedade como o próprio mercado perderam com essa degradação. Apenas uns poucos se tornaram mais ricos e poderosos, dominando um mundo que cada vez mais se parece com os piores pesadelos da ficção científica do século passado.

Os acontecimentos do início do século XXI, simbolizados pela derrubada das torres gêmeas de Nova York e pela resposta do Ocidente ao ato terrorista, preconizam mais um século de barbárie. Como dizer que o turismo é uma bandeira da paz em um mundo cujo belicismo continua a ser uma proposta lucrativa de dominação? Como afirmar que o turismo ajuda a compreensão entre os povos se as fronteiras estão fechadas para milhões de excluídos? Como encarar o turismo enquanto possibilidade de desenvolvimento se a globalização ameaça degenerar-se em um sistema “globalitário” e dogmático? O que fazer com os excluídos em um planeta que esgota irresponsavelmente seus recursos naturais, onde a escassez de água, alimentos e territórios habitáveis ameaça populações inteiras? Como será o turismo em 2050 ou 2080? As possibilidades de crescimento equilibrado, justo e sustentável existem, e as novas tecnologias devem privilegiar a vida em detrimento da luta pelo poder hegemônico que engendra o sofrimento e a morte.

A globalização precisa acentuar seus aspectos positivos e deter suas perversões típicas de poder desmedido e falta de visão social. As novas

sociedades devem ser fundamentadas no humanismo e no conhecimento científico direcionado ao pleno desenvolvimento de nossos recursos humanos, naturais e tecnológicos. Depende dessas gerações que vivem agora no planeta o posicionamento ante o futuro. O “iluminismo” deve pairar sobre a cabeça de todos. Para começar, é preciso propor uma agenda de discussões e iniciativas sobre a consciência turística e suas relações com o mundo atual. Além dos seis pontos anteriormente discutidos, devem-se levar em consideração os seguintes itens para se construir não apenas um turismo, mas um mundo inteiro melhor:

- acesso digital democratizado;
- cidadania;
- combate ao preconceito em geral;
- combate à corrupção, ao crime organizado e à impunidade;
- combate ao turismo sexual infantil;
- combate ao terrorismo em todas as suas formas;
- democracia política;
- descriminalização/liberação de drogas leves como a maconha;
- diminuição das desigualdades econômica e social;
- educação até o nível superior para todos;
- entendimento de que o turismo não é apenas um fato econômico;
- ética;
- globalização com ênfase também no social e não apenas no econômico;
- inclusão;
- justiça social;
- melhor distribuição de riquezas;
- maior garantia de acesso às oportunidades para todos;
- pluralismo democrático e cultural;
- recuperação do sentido da paz e da liberdade;
- solidariedade;
- sustentabilidade.

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global; portanto, é importante enquanto construtor de uma nova ordem internacional. O turismo depende de uma sociedade equilibrada e justa para se desenvolver plenamente. Outro tipo de turismo será possível apenas em uma sociedade mais participativa. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A vida humana, a vida animal e vegetal e o próprio planeta, que sustenta todas essas vidas, são os nossos maiores valores. O restante, ou seja, o dinheiro e a capacidade intelectual, devem estar subordinados à vida da maioria, conforme todas as religiões e filosofias simbióticas preconizam há milênios. A humanidade realiza uma viagem pelo planeta que já conta 100 mil anos. Houve um imenso progresso material e intelectual nesse período, em comparação com os primeiros homínídeos, mas o mesmo não aconteceu com o progresso da consciência de que o planeta é a casa de todos os homens e mulheres, da vida em geral que já estava presente antes mesmo que os primatas aparecessem.

A nossa meta é garantir que todos desfrutem dessa aventura no Universo, e isso a ciência ou a tecnologia não podem garantir isoladamente. Talvez os sentimentos humanos mais relacionados com a solidariedade sejam de mais valia para essa jornada. Nós nos relacionamos com outros seres humanos, com a natureza e, alguns, com um “ser absoluto”, como escreveu o filósofo Martin Buber ou preconizam os religiosos. Essa é a nossa grande viagem pelo mundo: defender a sobrevivência do “eros”, do prazer de viver, do respeito ao outro em toda a sua plenitude, da humanização do homem e das viagens, da espiritualidade e das coisas simples da vida, das experiências positivas e da abertura da mente para o novo, em contraposição ao “tânatos”, a castração simbolizada pela morte.

PARA PENSAR

1. Por que vários projetos turísticos no Brasil não têm sucesso? Reflita sobre essa situação.
2. Você conhece empreendimentos e destinos turísticos que deram certo? Comente.
3. Por que o Brasil tem tantos problemas para desenvolver o seu turismo? Quais são os principais? Eles têm solução?
4. Um turismo mais humano, mais autossustentável em todos os aspectos é possível? Como?
5. Será que o turismo é entendido pela sociedade brasileira da forma correta? Ou será o turismo visto de maneira estereotipada? Justifique seu ponto de vista.
6. Você já viu algumas das cenas turísticas apresentadas no início do capítulo? Viu outras semelhantes? O que elas nos dizem sobre o turismo que temos no País?

QUATRO DÉCADAS DE TURISMO – 1970-2009

CENA DA VIDA TURÍSTICA

1985. *O reluzente jato da empresa com bandeira do Brasil voava entre Rio de Janeiro e Salvador. O jovem publicitário estava sentado no corredor e ao seu lado estava um estrangeiro que só conseguiu embarcar em uma cadeira de rodas depois de uma complexa operação. Quatro funcionários carregaram a cadeira pela escada do avião, entraram com cuidado pelo corredor e colocaram o passageiro na poltrona, atando seu cinto e ajeitando seus poucos pertences. O homem incapacitado ficou do outro lado do corredor, ao lado do publicitário. Logo após a decolagem, ele perguntou timidamente ao jovem se ele falava inglês. Recebendo resposta afirmativa, indagou se o voo seria longo e confidenciou sua estranheza de que tão pouca gente falasse outra língua no Brasil. Conversaram bastante. O brasileiro ficou sabendo que ele era vice-presidente de uma ONG, que defendia os direitos dos deficientes físicos e sofria de uma doença degenerativa progressiva que deixava seus ossos porosos e quebradiços. Viera para um congresso em Salvador, no qual falaria sobre a necessidade de acesso público para atender aos fisicamente incapacitados. Ao tentar falar com um dos comissários, mais uma vez defrontou-se com a barreira linguística. Nenhum falava inglês. Constrangido, perguntou se o jovem se importaria de esvaziar seu vidro higiênico. Era uma pequena garrafa escondida em uma bolsa de couro,*

onde sua urina era depositada. Seria apenas desatarrachar a tampa e despejar o conteúdo no vaso sanitário. Na chegada a Salvador, o jovem publicitário, antecipando eventuais confusões, cuidou pessoalmente do desembarque do gringo incapacitado, despediu-se e pediu a Deus e aos Orixás que o protegessem naquela terra tão bela e despreparada.

O Brasil cumpriu seus anseios de desenvolver o turismo? Em parte. A partir do momento em que o governo e a sociedade entenderam que ele seria uma grande possibilidade econômica, social e cultural para o futuro, o País atingiu alguns de seus objetivos estratégicos, melhorou poucos índices de qualidade em serviços e negligenciou em outros pontos importantes que o impedem, ainda, de estar entre os melhores serviços turísticos internacionais.

1. O TURISMO MELHOROU?

O que melhorou, a partir da década de 1970, no turismo brasileiro?

Gastronomia – Com a abertura comercial, chegaram ao País novos produtos, bebidas e utensílios gastronômicos. Houve uma valorização da gastronomia regional. As redes de *fast-food* trouxeram métodos e padrões de qualidade que foram incorporados por vários restaurantes, bufês e lanchonetes. Os novos cursos técnicos e tecnológicos de gastronomia garantiram melhores recursos, práticas e procedimentos alimentares que abrangem desde a escolha e armazenagem de matérias-primas, cocção, refrigeração, distribuição (*catering*) e cuidados com higiene, até a nutrição e ingredientes saudáveis. Veja o exemplo das magníficas refeições promovidas em São Paulo, no início de novembro de 2008, com 16 chefes espanhóis e com um jantar ao custo de 5 mil reais por participante (*Revista da Folha*, 19 de outubro de 2008, ano 17, n. 839).

Políticas públicas – Desde a primeira gestão de Caio Luiz de Carvalho à frente da EMBRATUR, os procedimentos de gestão pública federal passa-

ram por uma profissionalização cada vez mais aperfeiçoada e integrada às outras políticas públicas do País. A gestão de Walfrido Mares Guia, à frente do novo Ministério do Turismo, criado no Governo Lula, deu continuidade a muitos projetos e ampliou outros tantos. O impulso ao mercado brasileiro de eventos e uma nova política de divulgação do País no exterior, na gestão de Eduardo Sanovicz na EMBRATUR, ajudaram a articular uma nova e eficiente lógica do turismo brasileiro e sua divulgação no exterior. Alguns Estados e municípios desenvolveram gestões profissionais e garantiram retornos significativos para suas cidades ou regiões. A Bahia é um exemplo histórico de vontade política direcionada ao turismo, com mais de duas décadas de prática nessa área. Estados como Ceará, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Pernambuco e Rio Grande do Norte tiveram melhorias pontuais em suas políticas.

Hotéis e resorts – Passaram por um período de extremo crescimento entre 1996 e 2003, garantindo hospedagem nas mais remotas praias e lugares mais ou menos isolados do território nacional. Um efeito colateral ruim desse crescimento foi o “inchaço” da oferta hoteleira e de *flats* em alguns municípios (Curitiba, Porto Alegre, São Paulo etc.), que abaixaram as tarifas médias. Redes econômicas como Íbis, Formule 1 e Comfort possibilitaram outros padrões de hotelaria em muitas cidades, uma vez que o serviço se tornou bom a preços menores do que os dos velhos hotéis mofados com preços caros. O crescimento perdura. O Anuário Turismo da revista *Exame* (abril 2007) listou 150 novos empreendimentos hoteleiros no Brasil para o período 2007-2008.

Cruzeiros marítimos – Em um artigo da revista *Check in*, de fevereiro de 1998, Caio Carvalho afirmou que, com a alteração da absurda legislação de cabotagem (navegação costeira), que proibia navios estrangeiros de embarcar e desembarcar passageiros na costa brasileira para proteger navios nacionais que não mais existiam, o setor cresceria consideravelmente. Acertou plenamente. Hoje, o Brasil é um destino respeitável no imenso mercado de cruzeiros marítimos globais. O problema ainda são as péssimas instalações portuárias do País. Não adianta fazer obras de “reforma” portuárias em Santos ou no Rio de Janeiro enquanto os portos

de vários Países do mundo primam por conforto, segurança, praticidade e beleza.

Shopping centers – O País descobriu sua vocação varejista e de entretenimento *in door*, investindo em dezenas de shopping centers por todo o território nacional. Só a cidade de São Paulo possui mais de 80 desses empreendimentos. Em todo o País, houve uma valorização do entorno urbano onde eles foram instalados, implantação de praças de alimentação, complexos de cinemas e áreas de lazer e entretenimento comparáveis aos países mais desenvolvidos. A Associação Brasileira de Shopping Centers (www.abrasce.com.br) possui 191 shoppings filiados em todo o País (dados de outubro de 2008). A Associação Brasileira de Lojistas de Shoppings (www.alshop.com.br) reúne associados no Brasil devidamente segmentados em shoppings tradicionais, temáticos, *outlets*, atacado e rotativo. São Paulo inaugurou, em 2008, o Shopping Cidade Jardim, de extremo luxo para uma demanda que pode e quer pagar 18 reais por um cafezinho ou 7 mil reais por um vestido de festa, 5 mil por uma jaqueta de couro, 2 mil por uma pasta executiva... Na parte superior do shopping, foram construídas nove torres residenciais de alto padrão, com apartamentos amplos e áreas de lazer exclusivas.

Cultura – Das imponentes esculturas em cerâmica de Francisco Brennand, em Pernambuco, até as feiras de artesanato em Salvador, Aracaju ou Fortaleza; dos mercados públicos revigorados de São Paulo, Porto Alegre ou Florianópolis às feiras livres espalhadas por todos os Estados; das festas juninas nordestinas aos Centros de Tradição Gaúcha do Sul; dos carnavais baianos, cariocas e pernambucanos às procissões faustosas de Belém, Salvador ou Minas Gerais; das praias iridescentes do Nordeste, com suas tribos espalhadas ao sol, às florestas ciclópicas da Amazônia, com seus povos embrenhados na imensa teia capilar e artérias voluptuosas da maior bacia fluvial do mundo; da música, da literatura e do cinema que floresceram nos últimos anos à criatividade da mídia impressa e eletrônica que lançaram novas bases de publicidade, jornalismo e estética midiática nacional, o País originou novas ideias e práticas culturais que alcançaram ecos internacionais e enriqueceram o cotidiano de milhões de pessoas

pelos campos e cidades nacionais. Muitas dessas manifestações culturais são significativas atrações turísticas para brasileiros e estrangeiros que se aventuram pelo Brasil profundo.

Lei Geral do Turismo – Após anos tramitando no Congresso Nacional, em 17 de setembro de 2008 foi aprovada pelo Presidente Lula a Lei Geral do Turismo (Lei n. 11.771/2008). Acredita-se que de um emaranhado de leis dispersas e muitas vezes confusas, essa nova norma sirva para alinhar o desenvolvimento da atividade como um todo. Sem dúvida, esse fato é um marco, pois agora o governo assume que o turismo é sua responsabilidade. Os empresários do setor se beneficiam, pois têm claramente estabelecidos seus limites e possibilidades de atuação.

2. O TURISMO PIOROU?

Algumas coisas não evoluíram. Pior, desandaram consideravelmente, comprometendo a imagem do Brasil no exterior.

Violência urbana – Há quase 20 anos, a revista *Time*, de 12 de março de 1990, trouxe uma matéria de duas páginas sobre a então crescente violência no Rio de Janeiro. Quase duas décadas e muitos governos depois, a cidade e parte do País mergulharam em uma espiral de violência apenas controlada durante o encontro ambiental de 1992 e os Jogos Pan-americanos de julho de 2007. Em 02/10/1992, na Penitenciária de Carandiru, 111 presos foram mortos por forças policiais. Foi o maior massacre de presos em tempos de paz. Ninguém foi preso. O comandante responsável elegeu-se deputado federal, foi absolvido das acusações e finalmente morto (ou se suicidou? Ninguém sabe ao certo). A chacina virou tema de livros, músicas e de um filme, além de manchetes por todo o mundo. No *Google*, o verbete “Carandiru” possui 566 mil páginas; a chacina de crianças de rua em frente à igreja da Candelária, no Rio de Janeiro (23/07/1993), é verbete da www.wikipedia.org. No dia 01/11/1994, o jornal norte-americano *Chicago Tribune* publicou uma matéria intitulada “Presidente do Brasil mobi-

liza o Exército para combater o crime no Rio”, referindo-se a uma ação de Itamar Franco; a rebelião simultânea de 25 mil presos em 19 cidades do Estado de São Paulo, em fevereiro de 2001, também ganhou manchetes internacionais; em 08/03/2003, a revista britânica *The Economist* usou como título de matéria a frase “Violenta onda de crime no Brasil”; em 14/09/2004, a britânica BBC News afirmou que o Brasil era a capital global de crimes em informática e fraudes na Internet; em maio de 2006, as ondas de violência criminosa em São Paulo novamente ganharam o mundo. O filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles (lançado em 2002, baseado no livro homônimo de Paulo Lins), tornou-se símbolo da violência urbana brasileira, com quase 4 milhões de páginas na *Web*. O filme *Tropa de Elite* tornou-se sensação em vários festivais de filme pelo mundo todo. São alguns exemplos entre as centenas possíveis. A violência atrapalha a imagem do turismo no Brasil? Sim.

Infraestrutura – O Brasil optou, na década de 1950, por uma lógica de transporte terrestre rodoviário. Ao lado das montadoras de automóveis, vieram as refinarias de petróleo, plantas de autopeças e pneumáticos, rodovias e projetos de interligação nacional por meio de grandes estradas. Um ícone fracassado dessas promessas, no tempo da ditadura militar, foi a rodovia Transamazônica. Hoje, com exceção do Estado de São Paulo e de poucos trechos rodoviários em boas condições em outros Estados, a maioria da malha rodoviária do País está obsoleta ou semidestruída. Não há ferrovias interestaduais, as ligações fluviais e muitos portos são precários, inclusive seus terminais de passageiros.

A crise aérea – Entre 2006 e 2007, o Brasil enfrentou sérios problemas da gestão da aviação comercial, responsabilidade direta da incompetência dos militares da Aeronáutica, aos quais o sistema se fundamenta. A crise ainda será discutida neste capítulo, e também no Capítulo 4.

Turismo sexual – O Brasil é um destino sexual global. No exterior, garotos e garotas de programa e travestis brasileiros gozam de fama e são muito requisitados. A prostituição no Brasil é legal e as características socioculturais e econômicas de nossa população são favoráveis a um clima informal e relaxado, que se reflete nas atitudes sexuais mais liberais. O

problema mais grave é o turismo sexual infantil e a exploração econômica de pessoas, moços e moças que não possuem outra condição de trabalho a não ser vender seu corpo para prazeres sexuais. O Brasil, alguns países da Europa do Leste, a Tailândia e outros países asiáticos são alvos de análises acadêmicas sobre exploração sexual.

Qualidade de serviços – Em geral melhorou, mas ainda está longe da qualidade dos serviços dos principais destinos turísticos do mundo. A educação básica e média nacional é ruim, o que afeta de início a qualidade operacional. Qualquer educação, qualificação ou treinamento exigem mais recursos e esforços para compensar as falhas do sistema educacional. Apenas recentemente algumas empresas e governos conscientizaram-se da importância da qualidade na prestação dos serviços turísticos, em particular, e dos serviços em geral. Os destaques mais favoráveis encontram-se na gastronomia, em alguns hotéis e *resorts*, em algumas empresas de ônibus e em parte do varejo. As companhias aéreas, os portos, a sinalização turística e vários órgãos oficiais de turismo ainda não possuem nível satisfatório de qualidade.

Parques temáticos – Por volta de meados da década de 1990, qualquer cidade de médio porte sonhava com um parque temático. A região de Campinas, no interior de São Paulo, por exemplo, chegou a se autoproclamar “Disney brasileira”. Paulínia, também interior de São Paulo, chegou a projetar o “Brasil 500”, um parque temático nacionalista que ficou no papel. O *Great Adventure* (na região de Vinhedo, interior paulista), inicialmente planejado para ser inaugurado em abril de 1998, mudou de nome para *Hopi Hari*, e até hoje, tenta escapar da bancarrota. Em janeiro de 1998, foi inaugurado o maior parque brasileiro, o *Terra Encantada*, no Rio de Janeiro. Em junho, já estava às portas da falência. De uma rede de parques aquáticos projetados pelo País, o grupo norte-americano *Wet'n Wild* mantém apenas o de Vinhedo (SP), o parque de Salvador (BA) fechou e seus outros projetos foram desativados. *Beto Carrero World*, em Penha (SC), *The Waves*, em Fortaleza (CE), e outros parques menores sobrevivem com bons resultados. As razões de tantos problemas? Falta de planejamento e de compreensão da realidade brasileira, falta de análises financeiras adequa-

das e miopia estratégica que prejudicou a análise sobre a viabilidade geral dos projetos.

3. UMA HISTÓRIA PLENA DE SUCESSOS E INCERTEZAS

Entre pontos positivos e negativos do turismo brasileiro, é preciso fazer uma análise da história recente para inserir em um contexto nacional o quadro mais específico das áreas de viagens, turismo e entretenimento.

Na década de 1980, o Brasil se recuperava das crises econômicas que, a partir de meados da década de 1970, abalaram as certezas desenvolvimentistas do regime militar. A própria ditadura exalava, em 1985, seus últimos suspiros. Foram pífios, quase inaudíveis em uma sociedade sedenta de liberdade e plena de projetos e esperanças. A abertura política se completava e logo geraria a nova Constituição (1988). O primeiro *Rock'n Rio* fez um sucesso inédito com a moçada que vivenciava a alvorada política sob acordes estimulantes. O futuro surgia sob trilha sonora com sons internacionais que, pela primeira vez, desembarcavam ao vivo no País e com o parco som brasileiro que sobreviveu às vaias implacáveis dos metaleiros que compareceram em massa. Janeiro de 1985 ficou na história por trazer Queen, Iron Maiden, AC/DC, Yes e outros gringos, pela primeira vez, ao maior país tropical do planeta. Dos nativos, saíram consagrados Barão Vermelho, Blitz, Rita Lee e Paralamas do Sucesso. Muita gente foi vaiada – Ivan Lins, Lulu Santos, Gilberto Gil, Erasmo Carlos, Ney Matogrosso... – e alguns retrucaram, insultando a plateia. A democracia ressurgia em pleno festival de rock e logo lamentaria a morte de Tancredo Neves.

Se a música passava por uma revigorada espetacular, o mesmo não acontecia em outras áreas, inclusive no turismo. A modorra que dominava a área desde 1976, quando o governo instituiu um depósito compulsório para quem saísse do País e proibiu a remessa de dólares para o exterior, persistiu apesar das bolhas de consumo entre 1979 e 1981, motivadas por uma tímida recuperação econômica. Os anos difíceis estenderam-se até meados da década de 1990.

No início da década de 1980, a situação do turismo no Brasil não era exuberante, assim como a política em geral. A VARIG era a principal empresa do País e ainda monopolizava as rotas internacionais. Seu presidente era Hélio Schmidt, distante do carisma de Rubem Berta, mas competente o suficiente para ficar uma década no cargo (1980-1990). A TAM, criada em 1960, iniciava sua lenta ascensão nas competentes mãos do Comandante Rolim Amaro. Em meados da década de 1960, ela inovaria na aviação comercial com os excelentes serviços de recepção e de bordo, apesar da frota de Fokkers F-100, aviões que nunca tiveram a simpatia do público por causa do seu histórico de acidentes fatais e estranhos incidentes, com evidências preocupantes de manutenção precária. Sua concorrente direta era a Rio-Sul, subsidiária da VARIG, mas com gestão eficiente de Fernando Pinto e equipe. A Transbrasil (criada em 1955) já passava por dificuldades financeiras em 1987, o que causaria uma intervenção na empresa pelo Ministério da Aeronáutica em 1989, levando à demissão de 700 funcionários. A VASP, também com históricos problemas de má gestão estatal, passaria por uma tentativa frustrada de fusão com a Transbrasil em 1989, proposta indeferida pelo seu presidente Omar Fontana. Todas essas empresas desapareceram, menos a TAM, e a Gol (criada em 2001). A VARIG foi incorporada à Gol em 2007, ao longo de um processo polêmico e desgastante. Novas empresas, como a Trip e a Azul, surgiram para lutar em um mercado altamente competitivo, no Brasil, e a crise de 2008-2009 representa novos desafios para o setor aéreo nacional e internacional.

Os anos 1990 testemunharam o desaparecimento de muitas empresas aéreas, especialmente nos Estados Unidos (Pan Am, Eastern, Laker, People Express, Braniff) e uma reformulação completa em empresas na Europa e na Ásia. Os problemas antecederam o famoso “11 de setembro de 2001”, que causou os maiores distúrbios da história da aviação comercial mundial. Desde o início da década de 1990, as conjunturas internacional e nacional eram desfavoráveis às companhias aéreas. O desaparecimento da VASP e da Transbrasil, no início do século XXI, e da antiga VARIG, em 2006, eram favas contadas nas planilhas dos especialistas. A falta de políticas públicas eficientes e menos burocráticas por parte do Ministé-

rio da Defesa (antigamente, Ministério da Aeronáutica) e a má administração das empresas inviabilizou-as. Aí está uma das origens da crise e do caos aéreo que se abateram sobre o País entre 2006 e 2007. As novas configurações empresariais, como a TAM e a Gol, dominaram o mercado nacional e atingiram a hegemonia operacional, tanto nas rotas domésticas como internacionais.

- **DESTAQUE DA HISTÓRIA**

Pode-se atribuir parte dessa instabilidade ao sistema de poder vigente na VARIG. É uma coisa maluca. Os funcionários elegem o conselho de curadores, que indica os membros do conselho de administração, que têm a atribuição de nomear a diretoria executiva que, por sua vez, tenta mandar nos funcionários. O resultado é um corporativismo arraigado que dificulta a adoção de medidas essenciais para garantir o equilíbrio econômico da empresa. Em 1999, por exemplo, logo depois da desvalorização do real perante o dólar em janeiro, Fernando Pinto (então presidente da VARIG) não conseguiu demitir cerca de 3 mil funcionários já aposentados pelo INSS que continuaram a prestar serviço na empresa.

Depoimento de um analista de transporte aéreo à revista *Exame*, 31 de maio de 2000, p. 22.

Às vezes, não percebemos que algumas coisas tão comuns são recentes em nossas vidas. Há 30 anos, não havia celular, Internet, iPod, DVD, CD, serviço ruim e atrasos em companhias aéreas, aeroportos lotados e desconfortáveis, navios de cruzeiros para 3 mil passageiros, pousadas de luxo a US\$ 500 a diária no Nordeste brasileiro, o segmento GLS como diferencial importante no turismo, gastronomia sofisticada pelo País e uma única operadora dominando o mercado nacional. Isso tudo ficou, não exatamente “normal”, mas banal.

Foi apenas em 1986 que a Volkswagen tirou o “fusca” de linha; em 1987, a vw fundiu-se à Ford, e isso não foi bom para ambas; que os lançamentos de carros da virada da década de 1980-1990 eram o Apolo, Versailles, Kadett, Verona, Tempra, Gurgel BR-800... Carroças, como bem disse o presidente que renunciou. O turismo rodoviário era básico. Carros e ônibus eram simples. Os postos de beira de estrada já eram mais bem arrumados e alguns até tinham bons restaurantes, mas não bons banheiros...

O País era fechado, imerso em suas convicções envergonhadas de nação subdesenvolvida latino-americana. Viajar ao exterior ainda era uma aventura digna de levar amigos e parentes ao aeroporto para fazer as despedidas chorosas e assistir ao regresso glorioso com sentimentos dúbios que misturavam a superioridade de ter ido ao “exterior” com as piadas sobre as gafes e micos, coroados pela volta à terra natal. “Viver no exterior é muito legal, mas é uma bosta, viver no Brasil é uma bosta mas é muito legal”, como dizem alguns expatriados, assumindo a condição tupiniquim com certo estoicismo (desculpem pelo exemplo, mas foi necessário...).

Mas até isso mudou. Muitos migraram e vivem na legalidade, perfeitamente assimilados às culturas de seus novos países. Outros, ilegais, foram expulsos da Europa e dos Estados Unidos nessa nova onda de xenofobia e segurança paranoica que assola a fortaleza europeia e a América do Norte. Uma massa que permanece na classe média passou a encarar os desafios nacionais como seus e, nas férias e nos feriados, desfrutaram as novas possibilidades locais de lazer, turismo, cultura e entretenimento que realmente cresceram em quantidade e qualidade nas últimas duas décadas.

Alguns fatores, mais gerais, foram determinantes nessas mudanças. Houve a efetiva redemocratização do País com uma estabilidade política e institucional. A abertura econômica da década de 1990, aprofundada nos governos FHC e Lula, trouxe novos investimentos em infraestrutura e serviços em geral, o que foi ótimo para o turismo. As privatizações realizadas entre 1996 e 2000 tiveram bons resultados para as empresas e seu desempenho econômico, além de liberarem em recursos para outros investimentos. Ambos foram reeleitos na onda das reformas e avanços humildes, mas considerados “razoáveis”. O País cresce pouco em meados da primei-

ra década do século XXI, mas a população parece confortável com as dificuldades e limitações.

Pode-se afirmar que a segunda onda de desenvolvimento do turismo no Brasil começou em meados da década de 1990. A primeira onda foi no início da década de 1970, em pleno governo militar, mas não foi duradoura. Na época, não houve preocupação com o meio ambiente natural e cultural, com a qualidade na prestação de serviços e com a formação profissional específica em todos os níveis. Essas carências, aliadas à falta de visão estratégica da área, a investimentos pontuais em hotelaria (sem política de formação profissional e manutenção preventiva dos equipamentos) e às crises econômicas sucessivas, comprometeram o turismo e vários outros setores da economia. Foram 20 anos de dificuldades (de 1975 a 1995) até que, finalmente, a atual fase de expansão parece ter surgido mais sólida, planejada e com possibilidades de se manter e se expandir.

Os fatores específicos para a expansão do lazer e do turismo no Brasil podem ser resumidos por alguns setores fundamentais: investimentos públicos em modernização e ampliação dos aeroportos; novas redes hoteleiras em todos os segmentos, dos mais econômicos aos mais caros; shopping centers com serviços especializados em entretenimento; rodovias privatizadas e com excelente qualidade, especialmente no Estado de São Paulo; expansão das escolas técnicas e superiores de Turismo que, depois de um inchaço (entre 1997 e 2002), começaram a diminuir em quantidade e elevar seus padrões de qualidade na formação profissional; abertura do mercado nacional para navios de cruzeiros marítimos estrangeiros; o Nordeste compreendeu a sua vocação para o turismo e investiu em infraestrutura, sinalização, hospedagem, serviços receptivos e voos diretos entre Europa e Nordeste; a gastronomia explodiu e dezenas de ótimos restaurantes surgiram pelo País, em todas as regiões (o Guia Quatro Rodas, uma das publicações especializadas na área, nunca teve tantos estabelecimentos estrelados); o mercado editorial publicou, nos últimos 18 anos, cerca de 450 títulos específicos sobre turismo, sendo que muitas editoras desenvolveram coleções temáticas para divulgar a produção científica nesse segmento (como curiosidade, entre 1986 e 1987, foram publica-

dos apenas três títulos no Brasil; em 2002, foram 82 títulos e, em 2004, 44 títulos. Veja PANOSSO NETTO, 2007).

O período de transição entre a mediocridade e a expansão quantitativa e qualitativa não foi fácil. Foram vários planos econômicos e mudanças de moeda até atingirmos uma estabilidade econômico-financeira ao lado da estabilidade política. O marco do início da economia estável foi o Plano Real, em meados da década de 1990. Mas a conjuntura internacional não era favorável. Sucederam-se as crises do México, da Ásia e da Rússia, o estouro da bolha das ações de Internet na Bolsa de Valores e os escândalos contábeis de várias empresas multinacionais. Tudo isso aconteceu até o ano 2000, sendo que, em janeiro de 1999, a especulação cambial chegou ao Brasil. O Governo FHC deixou o câmbio flutuar e a Argentina manteve a política inflexível até quebrar, entre 2002 e 2003. Depois, veio o 11 de setembro de 2001, impactando diretamente o turismo. Nas operadoras, os efeitos não demoraram. As antigas operadoras internacionais, como Abreutur e Paneuropa (Portugal), Polvani (Itália) e Meliá (Espanha), diminuíram suas operações no País ou simplesmente fecharam as filiais e se retiraram. O mercado de turismo brasileiro foi dominado pelos nativos, mas após profundas mudanças.

A operadora SOLETUR, depois de 38 anos de operação e com um quadro de 450 funcionários, faliu em 24 de outubro de 2001. Uma carta colocada na Internet pelos seus antigos donos acusou a VARIG Travel de dar um golpe de mercado que acabou com a SOLETUR. Mas, independentemente disso, a empresa tinha 70% do seu faturamento proveniente de vendas de viagens para o exterior. Desde janeiro de 1999, com a subida do dólar diante do real, as vendas decaíam. Os atentados terroristas em Nova York acabaram com seu projeto de vender férias de inverno nos Estados Unidos a preços baixos, e a empresa fechou suas atividades, surpreendendo o mercado. Depois foi a vez da Stella Barros, que faliu em 2003. Fundada em 1965, a empresa foi um sucesso ao se especializar nos produtos “Disney”, nos Estados Unidos, e, posteriormente, passou a ser controlada pela Travel Ya, ligada ao Citibank. Desde a Copa do Mundo de 1998, passou a ter problemas com os clientes, pois forneceu só 2.750 ingressos dos 3,6 mil já

pagos e supostamente garantidos aos torcedores. Com as crises cambiais e os atentados terroristas que diminuíram brutalmente as viagens ao exterior, não restou mais que a falência.

O caso da VARIG Travel nunca foi bem explicado. Surgiu em 2001 e expandiu-se utilizando aviões da BRA, arrendados da própria VARIG. Segundo os antigos proprietários da SOLETUR, a súbita cobrança de dívidas dos fretamentos realizados pela VARIG foi para sufocar a antiga operadora e garantir mais mercado para a VARIG Travel. Em meio às crises cambiais, ao terrorismo e ao aprofundamento da crise da própria VARIG, a empresa foi dissolvida em uma assembleia geral extraordinária, no dia 31 de outubro de 2003, por 92% dos acionistas. Nunca se apuraram devidamente os fatos e, com a venda da VARIG à VARIGLOG e depois à Gol, em 2007, todos os esqueletos dos armários ficaram sepultados juntamente com as denúncias de má administração da Fundação Rubem Berta, de irregularidades em contratos etc.

Algumas antigas operadoras mantiveram suas posições, mas a CVC tornou-se, no século XXI, uma operadora hegemônica, controlando 70% do mercado nacional das viagens e do turismo. Cerca de 80% de seu faturamento provém de viagens nacionais. Investe pesadamente em novas tecnologias, mantém seu quadro de funcionários motivado e em constante treinamento, faz planejamento e ajuda a especializar agentes de viagens em seus produtos e serviços.

Por todos esses motivos, as transformações ocorridas no turismo brasileiro foram árduas e custosas. Muitas empresas menores deixaram de operar, engolidas pelas turbulências da economia e pela concorrência cada vez mais profissional e acirrada. Mas, apesar de concentrada em alguns grupos empresariais hegemônicos, a área saiu mais fortalecida.

No caso dos hotéis, nacionais e estrangeiros, houve um crescimento descontrolado em algumas cidades como São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Brasília e Belo Horizonte. A convergência das operadoras hoteleiras com construtoras, incorporadoras e investimentos de investidores particulares em imóveis provocaram a construção de novos hotéis e *flats* de maneira descontrolada, inflacionando a oferta e fazendo as tarifas despencar.

O turismo mudou profundamente nas últimas décadas. Ficou mais competitivo e mais profissionalizado. Vários cursos superiores foram fechados entre 2003 e 2009, numa busca de sanear o setor educacional atingido pela especulação de empresários incompetentes travestidos de educadores. Os cursos que pretendem sobreviver devem manter e melhorar seus padrões de qualidade e partir para uma elevação das exigências acadêmicas. Surgiram escolas de hotelaria, gastronomia e lazer. A área articula-se cada vez mais com hospitalidade, enologia, gastronomia, entretenimento, esportes, cultura, saúde e estética. Forma-se um imenso setor de serviços dedicados ao prazer e ao bem-estar, à qualidade de vida e ao conforto. Os luxos contemporâneos – espaço, tempo, sossego, segurança, atenção e meio ambiente – envolvem os serviços exclusivos e altamente especializados do setor de viagens e turismo. O novo profissional da área precisa entender que trabalhará em um amplo setor de serviços pós-industriais em que o turismo é um entreposto, um centro de conexões entre atividades afins e articuladas. O que Thomas Friedman escreveu em *O mundo é plano* aplica-se totalmente a viagens e turismo. As novas tecnologias e métodos de gestão reciclam-se sistematicamente, e o profissional precisa compatibilizar-se na mesma proporção com as mudanças e novos desafios em níveis regional e global.

Quadro 3. Ranking das maiores empresas de turismo no Brasil

Empresa	Sede	Segmento	Lucro líquido (milhões R\$)	Nº empregados
01. TAM	São Paulo	Companhia aérea	181	9.669
02. Gol	São Paulo	Companhia aérea	370	5.456
03. CVC	São Paulo	Operadora de turismo	NI	900

Empresa	Sede	Segmento	Lucro líquido (milhões R\$)	Nº empregados
04. Flytour	Alphaville sp	Agência de viagem	NI	996
05. Localiza	Belo Horizonte	Locadora de veículo	97	1.845
06. Accor Hotels	São Paulo	Hotelaria	-6	6.500
07. BBTUR	Brasília	Agência de viagem	5	606
08. Maringá Turismo	São Paulo	Agência de viagem	4	482
09. AVIPAM	Rio de Janeiro	Agência de viagem	0,39	380
10. Viação Gontijo	São Paulo	Transporte terrestre	3	4.894
11. Atlantica Hotels	Barueri (SP)	Hotelaria	NI	1.500
12. Viação S. Geraldo	Contagem (MG)	Transporte terrestre	9	3.628
13. Blue Tree Hotels	São Paulo	Hotelaria	-0,99	3.541
14. SATA	Rio de Janeiro	Serviço aeroportuário	-115	6.072
15. Viação Cometa São Paulo	São Paulo	Transporte terrestre	25	2.140
16. Total	Belo Horizonte	Companhia aérea	0,27	598
17. American Express São Paulo	São Paulo	Agência de viagem	NI	650

Empresa	Sede	Segmento	Lucro líquido (milhões R\$)	Nº empregados
18. Águia Branca	Cariacica (ES)	Transporte terrestre	2	2.249
19. Exp. Guanabara	Fortaleza	Transporte terrestre	9	1.669
20. Unidas	São Paulo	Locadora de veículo	12	581

Fonte: Anuário Exame Turismo, abril, 2007. p. 82.

4. TENDÊNCIAS DO TURISMO – BRASIL 2014

Identificar tendências em turismo é uma das formas de o *trade* se antecipar às necessidades dos turistas e poder oferecer produtos de melhor qualidade que se enquadrem em suas exigências e, assim, vender mais.

Não foram identificados trabalhos científicos ou oficiais que tracem tendências para o turismo brasileiro até 2014, data da Copa do Mundo de Futebol no Brasil, e, nesse sentido, a partir da experiência e do conhecimento dos autores, são relacionadas abaixo algumas tendências.

- Constante profissionalização do setor, exigida pelo comércio e incentivada pelo Estado.
- A Lei Geral do Turismo será fundamental no processo de estabelecer uma linha para a política nacional de turismo.
- Saturação de destinos de praia localizados próximos a grandes metrópoles, o que levará o turista a procurar novos destinos, porém mais distantes de sua residência, fazendo assim os fluxos turísticos de lazer crescerem.
- Redescoberta da Amazônia brasileira. Ao exemplo do Cristalino Jungle Lodge (veja Capítulo 5), novos destinos na Amazônia serão preparados para receber turistas interessados na observação da fauna e da flora e em um maior contato com a natureza.

- Com o início da operação de uma nova companhia aérea nacional (Azul), o duopólio TAM-Gol será ameaçado.
- A Gol terá cada vez mais mercado internacional com a utilização da marca VARIG.
- Os problemas estruturais da aviação nacional não serão completamente resolvidos enquanto a gestão do sistema estiver nas mãos dos militares.
- O Nordeste brasileiro terá um aumento significativo de turistas europeus, principalmente portugueses, espanhóis, alemães e italianos. Bons planos de gestão do uso do solo devem ser desenvolvidos, caso contrário corre-se o risco de regiões turísticas inteiras sofrerem com a especulação imobiliária.
- Cursos de graduação em Turismo sem qualidade serão fechados. Os cursos com base no ensino a distância serão fortalecidos e cursos de licenciatura no ensino do Turismo serão mais frequentes.
- A pós-graduação *stricto sensu* em Turismo será fortalecida e obterá o devido reconhecimento dos órgãos de fomento e da comunidade acadêmica de outras áreas.
- Cada vez mais pesquisadores de turismo brasileiros terão contato com a comunidade internacional de turismo, fortalecendo o ensino desse campo.
- O tema “epistemologia do turismo” será um dos assuntos primordiais, motivado pela fragilidade da construção teórica de turismo no País.
- Periódicos científicos de turismo brasileiros serão aprimorados e ganharão importância maior na academia.
- Ícones já estabelecidos do turismo brasileiro, como o Cristo Redentor, Foz do Iguaçu e Salvador, continuarão a atrair turistas, mas terão de dividir os fluxos de visitantes com novos ícones que estão sendo gestados, como o Pantanal Norte e Sul, o Jalapão, o Cerrado e o turismo comunitário desenvolvido em pequenas cidades do País.

- As cooperativas de turismo do Brasil vão aumentar e serão incrementadas.
- Empresas que não desenvolverem o turismo sustentável serão malvistas pelos consumidores e pelo próprio *trade*.
- Existência de uma maior segmentação da demanda por turismo no Brasil.
- A perspectiva da Copa do Mundo de Futebol em 2014 trará importantes investimentos para as cidades-sedes dos jogos; o fluxo internacional de turismo aumentará em, no máximo, 20% durante o ano dos jogos (algo em torno de 1,5 milhão de turistas a mais), mas não necessariamente será mantido nos anos seguintes. Será uma demanda extremamente sazonal. Todavia, será um ótimo momento para o País reforçar sua imagem positiva no exterior.

PARA PENSAR

1. Você considera que o Brasil fez avanços importantes no turismo nos últimos 40 anos? É possível relacioná-los?
2. Cite os principais problemas enfrentados pelo turismo brasileiro nos últimos 40 anos.
3. As perspectivas turísticas do Brasil são promissoras para os próximos seis/oito anos? Justifique.
4. Quais são os indicadores para dizer que o turismo no Brasil melhorou? E quais são os indicadores que mostram seus problemas?
5. Quais são as tendências do turismo que você identifica em seu Estado e município?

ORIGENS E EVOLUÇÃO DA CRISE AÉREA BRASILEIRA – 2006-2009

CENA DA VIDA TURÍSTICA

Dezembro de 2006 – *A família paulistana acompanha aflita pela televisão o caos aéreo brasileiro. Os quatro decidiram conhecer a Amazônia brasileira e suas passagens já estão marcadas. Estão em dúvida se vão ao aeroporto, pois as notícias não são boas. Com o voo marcado para as 14 horas, pouco antes das 12 decidem ir, pois nada pode estragar a festa de fim de ano. Ao chegarem ao aeroporto, se deparam com o caos total – filas enormes nos guichês da principal companhia aérea nacional, gente gritando, outros chorando, empurra-empurra, overbooking pra todo lado. Escolhem uma fila; duas horas e meia depois, descobrem que o avião que iria para Brasília e depois Manaus não tem mais lugar. A jovem passageira grita com a atendente e exige uma recolocação em outra aeronave “só se for para dormir em Brasília!”. Aceitam a oferta. Check-in feito no momento em que o sistema de som do aeroporto avisa: “pedimos calma a todos; suspenderemos o check-in por tempo indeterminado, pois os aviões estão atrasados... já temos 9 mil pessoas nas salas de embarque, contamos com a colaboração...” nesse momento, carrinhos de malas são arremessados, passageiros desconsolados invadem as posições, os atendentes da companhia somem. Repórteres tentam os melhores ângulos de imagem... a situação está descontrolada. É quase meia-noite quando entram na aeronave. Chegam a Brasília de*

madrugada. Mais duas horas para decidir o que fazer. Uma van é disponibilizada para levá-los a um hotel. O voo para Manaus é remarcado para as 12 horas do dia seguinte. Este parte no horário. Ao chegar a Manaus, com um dia de atraso, o hotel, como que não sabendo do caos aéreo, havia cancelado as reservas. Choro, brigas, “nada posso fazer, estamos lotados”, afirma o recepcionista. Saem em busca de outro hotel. “País de merda!”, é o que pensa o patriarca da família. Mas não diz, seria muito deselegante.

1. INTRODUÇÃO

A denominada “crise aérea” ou “caos aéreo”, termo pelo qual a imprensa nacional preferiu identificar a sequência de fatos desastrosos que se abateram sobre a aviação comercial brasileira nos anos de 2006, 2007 e 2008, tem uma presumível data de início e não tem data prevista para terminar. Mas as raízes da crise penetram fundo pelo menos cinco décadas da história recente do País.

Tudo se precipitou depois de um insólito acidente sobre a Amazônia, no dia 29 de setembro de 2006, quando dois jatos se chocaram. Um deles, o Boeing 737-800 da empresa brasileira Gol, caiu aos pedaços, matando todos os passageiros e tripulantes. O outro avião envolvido, um jato Legacy, fabricado no Brasil e adquirido por uma empresa norte-americana, estava em seu voo inaugural e conseguiu fazer uma aterrissagem de emergência em um campo de pouso militar na floresta, apesar das avarias no *winglet* e no leme das asas do lado esquerdo da aeronave. O primeiro relato dessa tragédia, ainda com várias imprecisões, devido ao seu ineditismo, foi a matéria escrita por Joe Sharkey, jornalista do *The New York Times* que estava a bordo do Legacy, voltando para os Estados Unidos de carona. A matéria foi publicada, no Brasil, no dia 3 de outubro de 2006, no *site* de notícias UOL, com acesso exclusivo para assinantes.

A partir do final de outubro de 2006, enquanto os relatórios preliminares do Inquérito Policial Militar aberto sobre o acidente apontavam falhas na cobertura do espaço aéreo brasileiro e problemas nos equipamen-

tos de controle do tráfego aéreo, uma série de atrasos começava a ser registrada em aeroportos de todo o País, afetando decolagens e aterrissagens dos aviões de todas as empresas. A INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária afirmou que os controladores trabalhavam com atenção redobrada depois do acidente.

2. ENTRE UM DESASTRE E OUTRO

Na realidade, o que acontecia era um movimento de protesto surdo por parte dos controladores de voo, que anteviam tentativas do governo, e mais especialmente do Ministério da Defesa, por intermédio da Aeronáutica, de culpar apenas a ponta do sistema (os controladores de voo), preservando assim a cúpula decisória, responsável direto por eventuais erros e problemas no sistema de controle e gerenciamento do tráfego aéreo brasileiro, incluindo as operações aeroportuárias sob responsabilidade da INFRAERO, empresa acusada pela imprensa de corrupção e improbidade administrativa, especialmente após o início da crise.

Enquanto a situação não se resolvia e as culpas e responsabilidades eram empurradas de um lado para outro entre os militares da Aeronáutica, autoridades civis, empresas aéreas e os poderes da República (Executivo, Judiciário e Legislativo), os passageiros passavam por uma situação jamais imaginada em um Brasil moderno, democrático e sem conflitos internacionais: uma série de atrasos e cancelamentos de voos; brigas nos aeroportos, provocadas por passageiros irritados com a falta de informações por parte das autoridades e de atenção e apoio por parte das empresas aéreas; inquéritos inacabados, graças a sucessivas manobras jurídico-políticas das várias partes interessadas; declarações absurdas de ministros e autoridades pretensamente responsáveis; milhões de dólares em prejuízos gerados pelo caos aéreo que marcou o final de 2006 até a primeira metade de 2007. Depois, a situação piorou.

3. UMA QUESTÃO METODOLÓGICA

Para analisar a crise aérea brasileira, é preciso considerar que ela é recente, ainda não terminou e uma série de informações é mantida em sigilo. Há poucos textos publicados a respeito. Para a pesquisa, foram utilizadas as fontes proporcionadas pela mídia eletrônica e impressa.

Nem todos os inquéritos sobre os diversos acidentes e outros problemas ocorridos foram definitivamente encerrados. Novas informações podem surgir nos próximos meses com a evolução (ou o arquivamento) das investigações. A situação ficou tão absurda que o texto, algumas vezes, resvala para a ironia, um artifício necessário em um cenário pleno de cinismo e insensatez. Nos próximos meses, novos fatos poderão ocorrer, e poderão atenuar ou agravar a crise.

A introdução e parte do desenvolvimento do texto oferecem uma descrição geral do problema enfrentado. Posteriormente, há uma pequena análise histórica e a estruturação da problemática em dez temas reflexivos e críticos, baseados em uma compilação minuciosa de dados históricos recentes sobre o desenvolvimento da crise. Os dados foram selecionados entre os principais jornais e revistas semanais brasileiras, de acordo com a importância editorial, tiragem e alcance nacional de distribuição. Foi elaborado um anexo com a história recente da crise para facilitar o acompanhamento didático e sistematizado dos eventos ao longo dos últimos três anos.

4. A ECLOSÃO DA CRISE

No início da noite de 17 de julho de 2007, um Airbus-320 da TAM não conseguiu parar após uma aterrissagem feita sob chuva, resvalou para fora da pista e explodiu dentro de um edifício da própria empresa, situado no outro lado da avenida, ao lado do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo. Morreram 199 pessoas nos destroços em chamas, em frente às câmaras de televisão do mundo todo. A CNN transmitia ao vivo, poucos mi-

nutos após o acidente, para uma plateia global horrorizada com a sequência de trágicos eventos na aviação comercial brasileira. Só então as autoridades prometeram fazer algo mais objetivo. Mas a maior parte das promessas não foi cumprida (até 2009).

O que começou como “acidente” virou “crise”, depois “caos” e, finalmente, “colapso” do sistema aéreo nacional. Nesse período, três aviões e vários prédios foram destruídos, 350 pessoas perderam suas vidas, milhares de voos foram cancelados e atrasados, e a imagem da aviação comercial brasileira foi abalada perante o mundo civilizado.

Mas a crise aérea não começou em setembro de 2006. Suas origens são mais antigas e profundas, remetendo aos primeiros anos da ditadura militar que dominou o Brasil entre 1964 e 1985.

- **PARA CONFERIR NO FUTURO**

O suíço Marc Baumgartner, presidente da IFATCA (International Federation of Air Traffic Controllers), afirmou “que é questão de tempo para que um novo acidente aéreo volte a acontecer no Brasil”.

(*Folha de S. Paulo*, 05/10/2007), p. c2.

5. AS RAÍZES DO PROBLEMA

A crise tem uma história remota e uma mais recente. Desde a ditadura militar, os militares controlam a aviação comercial brasileira. Uma de suas operações dúbias foi obrigar a falência da Panair do Brasil, em 1965, o que beneficiou diretamente a VARIG, que se tornou herdeira de suas rotas para a Europa. Começava aí uma história promíscua de relações nada transparentes entre governo, companhias aéreas e parte da sociedade. Hoje, o Brasil é um dos quatro países onde os militares controlam – e mal – a aviação comercial. Os outros são Somália, Eritreia e Uruguai. A Argentina recentemente (2007) passou o controle para os civis e enfrenta os problemas inerentes à transição (2008). Apesar dos desastres e escândalos, a

Aeronáutica brasileira não quer abrir mão do controle. Acha isso “normal” e “bom” para a segurança nacional. A história recente trata da incompetência do atual governo, quando vários de seus membros afirmaram que a situação estava sob controle. Nunca esteve. A própria Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), criada para regulamentar o setor, teve sua equipe formada por critérios políticos, e não técnicos, o que causou uma absoluta incompetência estratégica, operacional e administrativa, aliado ao fato de os militares da Aeronáutica manterem o poder de fato em boa parte do sistema aeroviário nacional. Prova dessa incompetência foi a substituição de toda a diretoria da ANAC ao longo da crise. E ainda havia diretores que não queriam deixar do cargo...

Pode-se afirmar que a origem primária e estrutural da crise na aviação civil brasileira é a manutenção do controle do sistema (infraestrutura, tráfego aéreo, políticas aeronáuticas) pelos militares da Aeronáutica, um procedimento anacrônico e pernicioso.

O professor Mário Carlos Beni apontou dois aspectos causadores do aprofundamento da crise (Revista *Host*, n. 23, 2007).

1. Conflito institucional de poder, jurisdição, atribuições e competências. O Brasil tem um sistema aéreo dividido em três áreas de poder: a ANAC, como agência reguladora da aviação civil; a INFRA-ERO, no controle e operação da maioria dos aeroportos; e o Ministério da Defesa que, por meio da Aeronáutica, atua no controle do espaço e do tráfego aéreo nacional. Esse conflito dificulta a coordenação dos investimentos estratégicos e estruturais que o setor já deveria ter recebido para acompanhar a acelerada expansão dos últimos anos.
2. A crise operacional, ou seja, a falta de investimentos para a modernização de equipamentos de navegação, comunicação e segurança de voos, incluindo aperfeiçoamento de pessoal para controle de voos. Falta também investimento para ampliação da infraestrutura aeroportuária, como pátios de manobras, pistas complementares, equipamentos técnicos em geral.

A estrutura do controle do sistema aéreo brasileiro é realmente complexa. O Presidente da República tem sob sua responsabilidade três instâncias: CONAC – Conselho Nacional de Aviação Civil, criado em 28/05/2003; Ministério da Defesa, criado em 10/06/1999; e a ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil, criada em 2005. Na mesma linha do CONAC estão ainda a INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária e o COMAER – Comando da Aeronáutica. É difícil entender os limites de responsabilidade de cada instância, além de faltar coordenação e integração aos diferentes órgãos. A origem desse problema está justamente na hegemonia decisória que emana da Aeronáutica. Se a ANAC fosse realmente constituída de poderes deliberativos, orçamento e quadro de pessoal civil suficiente e competente, a realidade seria outra.

Há o problema de gestão e a falta de planejamento integrado. Os acidentes afetaram o núcleo das rotas do sistema aéreo nacional, centralizado nos *hubs* de Congonhas e Brasília. A vasta malha das rotas nacionais articulava-se entre esses dois aeroportos, um deles (Congonhas) com graves restrições operacionais e o outro (Brasília) com séria falta de infraestrutura para dar conforto aos passageiros.

O bom exemplo vem de fora do Brasil. Segundo reportagem da *Folha de S. Paulo* (25/10/2007), entre os países desenvolvidos da Europa Ocidental e América do Norte, a aviação civil está fora do campo de competência militar. Nos Estados Unidos, a maior potência militar e bélica do planeta, a regulamentação da aviação civil ocorreu em 1926, quando o setor foi submetido ao Departamento do Comércio. Em 1958, foi criada, no âmbito desse departamento, a Agência Federal de Aviação, que teve seu nome alterado para Administração Federal de Aviação (FAA) em 1967, quando foi vinculada ao Departamento dos Transportes. Na França, o controle de tráfego aéreo e a aviação civil também estão fora do âmbito das Forças Armadas. A desmilitarização do controle de tráfego aéreo na Itália ocorreu em 1982; na Suíça, ocorreu em 2001; e na Alemanha, é responsabilidade do setor civil desde 1993. No Canadá, o controle é um serviço prestado por empresa privada. “Não é admissível que a segurança e a vida de cidadãos

brasileiros e estrangeiros fiquem à mercê de um militarismo anacrônico.” (NEVES, Marcelo. *Folha de S. Paulo*, 25/10/2007, p. A3).

6. OS FRUTOS DA CRISE

A crise aérea brasileira pode ser subdividida em dez temas que resumem a complexidade e a profundidade dos problemas.

Impunidade e populismo – A impunidade é para os ricos; o populismo, para os pobres. Funciona assim: os ricos podem controlar empresas aéreas, perder malas dos passageiros, atrasar voos, relaxar na manutenção das aeronaves, administrar mal, desde que bajulem o governo. Os pobres podem construir barracos e casas nos terrenos próximos aos aeroportos (em terrenos públicos, mananciais e áreas preservadas também), depois alguém faz a infraestrutura e regulariza a ocupação. A classe média tem o direito de calar perante atrasos dos voos, serviço ruim e manutenção duvidosa. Pode morrer nos desastres também, sem direito a grandes indenizações, mas terá fotos e nomes nos jornais e revistas. Até os ricos foram comprometidos, até mesmo os que possuem ou alugam jatos privados tiveram de se submeter às restrições do sistema.

Conivência – Vários governos militares e civis apoiaram a péssima administração da VARIG, feita pela Fundação Rubem Berta. A Fundação quebrou a empresa, sempre com o apoio da maioria dos funcionários e de parte da opinião pública. Palavras melosas como “a nossa VARIG”, a “empresa brasileira no céu azul...” eram esbanjadas na mídia. A VARIG teve uma longa e artificial agonia até ser comprada pela Gol, em março de 2007. Claro que a indecisão do mercado perante a VARIG evitou que as outras empresas se preparassem para cobrir a lacuna no mercado, o que ajudou a aumentar o caos aéreo.

Omissão – A TAM é atualmente a mais significativa empresa aérea nacional, porém possui um longo histórico de incidentes e acidentes, alguns não devidamente explicados:

31/07/1996 ⇒ um Fokker-100 cai em São Paulo e mata 99 pessoas. Por ironia, o avião possuía os dizeres *Number One*, em alusão a um prêmio internacional que apontara a TAM como a companhia área regional número um do mundo;

09/07/1997 ⇒ uma explosão a bordo de outro Fokker-100 mata um passageiro e fere outros sete. Responsabilizam um professor, mas nada foi provado;

18/11/1999 ⇒ um jato derrapa na pista do Aeroporto Santos Dumont (Rio de Janeiro). Não há feridos;

10/01/2001 ⇒ um Fokker-100 sai da pista após aterrissar no aeroporto de Caxias do Sul (RS). Também não há feridos;

15/09/2001 ⇒ uma passageira morre e três ficam feridos quando uma peça da turbina se solta em pleno voo. A aeronave faz um pouso de emergência em Belo Horizonte;

03/04/2002 ⇒ uma porta se abre durante a decolagem e o avião faz um pouso de emergência. Não há feridos;

31/08/2002 ⇒ dois Fokker-100 fazem pousos de emergência, no mesmo dia. Um fica sem combustível em pleno voo (pane seca – dizem que os instrumentos não identificaram o vazamento), mas consegue pousar num pasto no interior de São Paulo, matando algumas vacas; o outro desce de barriga em Viracopos (SP);

Julho/2007 ⇒ a TAM permite a um avião com problemas no reverso da turbina fazer pousos e decolagens à noite num dos aeroportos mais delicados do mundo (Congonhas), com uma pista curta, escorregadia sob chuvas e sem área de escape. Após o acidente, os pilotos de todas as empresas recusam-se a utilizá-la mesmo sob chuvisco, e as obras de *grooving* foram rapidamente concluídas pela INFRAERO. Na época, a Força Aérea Brasileira declarou que o Airbus da Presidência da República não voava com um dos reversos inoperantes.

Vários desses acidentes são estranhos, denotando problemas graves de manutenção. A TAM tem dificuldades de imagem junto ao seu público em virtude de inúmeras falhas operacionais, atrasos, descaso com reclamações de passageiros em aeroportos e, finalmente, o acidente fatal no aeroporto de Congonhas.

A TAM registrou um lucro de R\$ 128,8 milhões em 2007, um resultado 78,9% menor que em 2006. O desempenho teria sido afetado pelas restrições de operação em Congonhas, aumento de custos e pelo acidente que matou 199 pessoas em julho de 2007. Segundo Eduardo Puzziello, do Banco Fator, “a companhia sofreu um impacto de imagem com o acidente”. (*Folha de S. Paulo*, 01/04/2008. Dinheiro).

Setembro/2007 ⇨ a revista *TAM nas Nuvens* (número 43) publica uma carta de apoio ao seu presidente, Marco Antonio Bologna, assinada por Maria Cláudia Amaro, presidente do Conselho de Administração da empresa. A revista *TAM nas Nuvens*, de outubro de 2007 (número 44), publica um “Comunicado da família Amaro e do Conselho de Administração da TAM”, defendendo novamente Bologna. Essas duas matérias oficiais deixam claro o desgaste do então presidente da empresa, substituído, no final de novembro, por David Barioni Neto, até poucos meses atrás vice-presidente técnico da Gol, maior concorrente da TAM. No início de 2008, a TAM começa uma grande campanha de marketing com o tema *Paixão por voar e servir* (www.paixaoporvoareservir.com.br).

Baderna – Os controladores de voos, responsabilidade da Aeronáutica, encontram-se no núcleo da crise. Afinal, foi por causa de falhas operacionais do controle aéreo sobre a Amazônia que ocorreu a colisão entre o Legacy e o Boeing 373/800 da Gol. A responsabilidade foi apenas dos controladores? De forma absoluta não, pois os pilotos do Legacy voavam em altitude incorreta e com equipamentos de navegação inoperantes. Por outro lado, não houve investimentos do Governo Federal em obras civis nos aeroportos, em equipamentos de navegação, comunicação e monitoramento eletrônico do espaço aéreo brasileiro. Já “em 2001, o Comando da Aeronáutica reconheceu em documento público e oficial que o número de controladores de tráfego aéreo não era suficiente. Apesar disso, cinco anos depois, o número de controladores subiu de 2.540 para apenas 2.683.”

(*Folha de S. Paulo*, 03/11/2006, p. c8). O pior é que muitos desses controladores não falam inglês e são submetidos a salários baixos por causa de sua filiação, direta ou indireta, com a Aeronáutica. Uma gestão civil do sistema eliminaria esses problemas e a discussão sobre equiparação salarial com os militares, além de possibilitar boa seleção, treinamento e gestão do pessoal responsável pelo controle de tráfego aéreo. Mas, no contexto militar, com receio de a culpa do acidente da Gol cair exclusivamente sobre os controladores, a classe iniciou uma série de movimentos que provocaram um caos absoluto no sistema aéreo nacional. Nos feriados de novembro e no Natal de 2006, o sistema parou. Houve nova crise no final de março de 2007, com um verdadeiro motim dos controladores e uma paralisação do governo em face do caos instalado. A Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), a INFRAERO, o Comando da Aeronáutica (COMAER), o Conselho Nacional de Aviação Civil (CONAC) e o próprio Ministério da Defesa mostram despreparo e incompetência para administrar a crise, deixando evidente a inexistência de coordenação e integração entre esses órgãos e seus limites de responsabilidade. Já em outubro de 2006, a Federação Internacional das Associações dos Controladores de Tráfego Aéreo (IFATCA) preparou um relatório no qual afirmava que “o sistema de controle de tráfego aéreo brasileiro é falho e tem um nível baixo de segurança. Os controladores não têm preparo, os equipamentos são velhos, não há suporte técnico, a cobertura de rádio é ruim e os sistemas operacionais são inadequados” (*Folha de S. Paulo*, 08/04/2007, p. c1). Os militares da Aeronáutica, de forma arrogante, ignoraram o relatório, afirmando que os estrangeiros não têm de se imiscuir na gestão da aviação brasileira.

Vaidade – Um dos autores deste livro presenciou o então presidente da ANAC, Milton Zuanazzi, dizer em palestras que não havia crise nem caos aéreo. O primeiro grupo diretivo da ANAC foi um péssimo exemplo de preponderância de qualidades políticas, em detrimento de capacitação técnica para preencher cargos públicos. Em uma cooperação nefasta entre interesses das empresas aéreas, falta de foco e competência da Aeronáutica e posicionamento irresponsável da ANAC, uma atitude de prepotência foi perpetrada. Três dias após o acidente com o Airbus da TAM, em Congo-

nhas, a Aeronáutica condecorou o presidente e dois diretores da ANAC em uma cerimônia pública. Em meio à pior crise da aviação brasileira, na esteira de 350 mortos em dois acidentes e milhões em prejuízos, os militares ofereceram – e os civis da ANAC aceitaram – medalhas por bons serviços prestados. Logo depois, o novo ministro da Defesa, Nelson Jobim, anunciou abertura de processo administrativo contra a ANAC, baseado em uma mentira que a agência teria apresentado à justiça sobre restrições de uso da pista de Congonhas em períodos de chuva (*Folha de S. Paulo*, 23/08/2007, p. c6). Essa restrição seria sobre a obrigatoriedade do uso dos reversos das turbinas, justamente a causa do acidente da TAM. Jobim também contradisse Zuanazzi sobre o fim da crise aérea. Finalmente, Zuanazzi se expôs na mídia de maneira chorosa pedindo para manter o emprego, uma atitude patética perante o *trade* de transportes e turismo. Sangrou em público, até finalmente se demitir.

Desfaçatez – “Não há crise na aviação comercial brasileira”, Milton Zuanazzi, em várias ocasiões; “*Relaxa e goza*”, Ministra do Turismo Marta Suplicy, em 09/06/2007; “É a prosperidade do País: mais gente viajando, mais aviões, mais rotas.”, Ministro da Fazenda Guido Mantega, em junho de 2007; os gestos obscenos de Marco Aurélio Garcia (*top, top, top*) assistindo a um programa de TV no qual, pela primeira vez, a TAM assumiu que o reverso esquerdo da aeronave acidentada estava travado. O assessor do presidente festejava – ignorando os 199 mortos – a possibilidade de isenção de culpa do governo. Realmente, o governo não foi o único culpado. Como já apontado, a TAM foi temerária em permitir que um Airbus 320 pousasse na pista curta, escorregadia e sem área de escape de Congonhas, com uma das turbinas sem condições plenas de uso para frenagem do avião.

Patriotada – O sentimento antiamericanista brasileiro, completamente fora de época e contexto político atual, aflorou parcialmente por causa dos pilotos do Legacy e dos relatórios de instituições internacionais sérias sobre as más condições de segurança do espaço aéreo brasileiro. A Aeronáutica viu sua arrogância, que encobria as falhas operacionais do sistema, ser desvelada perante os fatos cotidianos que levaram o País a

uma era de barbárie nas operações aeroportuárias. Houve uma enorme resistência para contratar uma consultoria internacional para resolver tecnicamente o problema do gerenciamento da aviação civil brasileira.

Bonomia – Foi falta de malícia, de simplicidade, que levou à alienação ou à cegueira situacional perante realidades adversas. A opinião pública brasileira – os cerca de 8% que usam aviões comerciais – parou perante os abusos das companhias aéreas e do governo. Desde os tempos da VARIG, ex-vaca sagrada da aviação brasileira, as pessoas resistiam a criticar as falhas e carências do sistema, tanto nas instâncias privadas quanto públicas. A Fundação Rubem Berta foi a maior responsável pela falência da VARIG, afirmou Carlos Lessa, o ex-presidente do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (www.aeronews.com.br, de 27/08/2004).

Desde a década de 1960, o sistema aéreo nacional sofre dos males de uma gestão compartilhada por acordos escusos, interesses dúbios e trocas de favores que resvalam para fora da ética dos negócios e da gestão pública e privada. As sementes da crise foram plantadas há mais de meio século, regadas ciosamente por governos militares e civis, ignoradas sistematicamente pela opinião pública. A partir de 2006, a população viu que o sistema é falho, ao contrário do que pregavam os militares e governos civis ao longo dos últimos 20 anos, proclamando sua segurança e sofisticação.

Mentiras – Algumas empresas aéreas mentem (a velha VARIG e a TAM, por exemplo); autoridades mentem; militares da Aeronáutica agem como se estivessem nos tempos da ditadura, tentando ignorar a sociedade civil; a INFRAERO não explica à sociedade o superfaturamento de obras e a falta de condições técnicas adequadas de vários aeroportos. Os anos de 2006 e 2007 representaram o ápice da crise de infraestrutura do mais complexo meio de transporte brasileiro. O turismo, a hotelaria, os setores industriais e de serviços em geral foram afetados pela imprevidência histórica ante a necessidade de se planejar, ampliar e controlar a aviação comercial.

Falta de pensamento sistêmico – Os aeroportos brasileiros têm problemas graves não apenas nas pistas, nos pátios e sistemas de segurança.

- a) A logística é falha. Muitas vezes não há escadas sobressalentes, ônibus ou veículos para transporte de *catering* ou carga para atender às aeronaves em solo, causando ainda mais atrasos e desconforto.
- b) Os serviços terceirizados são controlados pela INFRAERO. Não há transparência no processo de designação dos concessionários para esses serviços. Há denúncias de protecionismo, favoritismo, corrupção ativa e passiva e, em vários casos, a qualidade dos serviços é baixa e irregular, além de seu preço ser caro demais.
- c) Em uma tentativa de melhorar sua imagem, a INFRAERO afirmou que os aeroportos brasileiros seriam shopping centers abertos ao público em geral, tentando se comparar com os centros de excelência de consumo no País. Isso não é verdade. Há exceções, como os aeroportos de Porto Alegre, Fortaleza, Congonhas e Salvador. Mas outros aeroportos possuem péssimas condições de atendimento. O aeroporto de Curitiba, no inverno, é escuro e frio; o de São Luís não possui ar-condicionado, o de Guarulhos pede reformas e ampliação urgentes; o do Galeão foi ampliado sem necessidade, em detrimento do aeroporto de Guarulhos; o aeroporto de Brasília oferece um dos piores serviços de apoio aos passageiros (banheiros sujos e quebrados, falta de assentos nas salas de espera, ar-condicionado precário).
- d) Os aeroportos brasileiros não possuem sistemas de transportes articulados com trens urbanos ou metrô, denominado transporte intermodal. As únicas possibilidades de acesso são por via rodoviária ou aérea. Na Europa, em algumas cidades da América do Norte e na Ásia, os aeroportos são atendidos pela malha metroviária/ferroviária, totalmente integrada a seus serviços. Em muitos casos, o denominado *Airport Express* ou similar, providencia o *check-in* antecipado e o despacho de bagagens desde o terminal ferroviário. É comum passageiros perderem voos no Rio de Janeiro e em São Paulo por causa de congestionamentos nas avenidas e rodovias, provocados por chuvas, acidentes, excesso de tráfego etc.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há que se voltar aos tempos de seriedade e eficiência. Um dos pioneiros no desenvolvimento do avião foi o brasileiro Alberto Santos Dumont; jatos brasileiros da EMBRAER voam por todo o mundo; já houve companhias aéreas com excelentes níveis de serviço, como a antiga VARIG e a TAM dos tempos de Rolim Amaro. A crise é estrutural, mas se autoridades e empresários conscientes e responsáveis pensarem estrategicamente, o setor aeroviário terá soluções adequadas. Assim como o Brasil já teve crise energética, colapso de sistemas de saúde, crises na segurança pública e instabilidade política no passado, as exigências de infraestrutura agora chamam a atenção da sociedade. Os portos, as estradas de rodagem e as ferrovias metropolitanas também pedem atenção. Para garantir o desenvolvimento e o crescimento do lazer e do turismo, é preciso que a sociedade e a economia como um todo atinjam índices de excelência. O turismo é consequência de estabilidade econômica, social e política; de maturidade cultural e cívica.

O período entre 2009 e 2010 será decisivo para a aviação comercial brasileira. Certamente será pródigo em fatos, competições entre empresas e mudanças táticas e estratégicas (públicas e privadas) na área. A nova empresa aérea Azul já iniciou suas operações. Espera-se que a profecia de Marc Baumgartner, sobre um terceiro grande acidente no Brasil, não se cumpra.

ANEXO I

CRONOLOGIA RESUMIDA DA CRISE AÉREA BRASILEIRA

29 de setembro de 2006 ⇒ Colisão entre o Boeing 737-800 da empresa brasileira Gol e um jato executivo Legacy, de fabricação brasileira, provoca a morte de 154 pessoas, todos passageiros do Boeing.

O avião da Gol fazia o voo Manaus/Brasília e o Legacy voava de São José dos Campos para os Estados Unidos, cumprindo seu voo inaugural. Esse

acidente é um dos únicos relatos que se tem sobre uma colisão entre duas aeronaves a jato, em grande altitude (37 mil pés), com a sobrevivência de uma das aeronaves envolvidas como ocorreu com o Legacy, que pousou em uma base militar na floresta com seus passageiros e tripulação incólumes. As causas do acidente foram falhas na cobertura do espaço aéreo brasileiro e problemas nos equipamentos de controle de voo. No início, houve uma forte tendência das autoridades em colocar toda a culpa na tripulação norte-americana do Legacy, que voava em altitude incorreta, o que provocou a colisão no ar. Essa versão foi sendo paulatinamente invalidada com a apuração dos problemas e irresponsabilidades inerentes ao sistema de tráfego aéreo nacional.

27 de outubro de 2006 ⇒ Aeroportos em todo o Brasil começam a registrar atrasos em pousos e decolagens.

A INFRAERO afirmou que os controladores de voo trabalhavam com atenção redobrada após o acidente. Na verdade, começava um movimento de pressão e reivindicações, no começo discretas, para que os fatos não apontassem a culpa apenas dos controladores de voo, mas reconhecessem as deficiências do sistema de controle de tráfego aéreo.

2 de novembro de 2006 ⇒ Os atrasos chegam a 12 horas em vários aeroportos. Passageiros revoltados discutem nos aeroportos de São Paulo, Brasília, Salvador e Porto Alegre. Tumultuam e invadem um guichê de companhia aérea no Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro.

14 de novembro de 2006 ⇒ A Aeronáutica obriga os controladores de voo a permanecerem em seus locais de trabalho, em um regime denominado aquartelamento. O Sindicato dos Controladores de Voo denuncia a falta de pessoal. Começam a surgir as notícias de que alguns controladores não falam inglês (e controlam voos internacionais), não há controladores em número suficiente e os equipamentos são escassos ou obsoletos. Os contornos da crise vão, lentamente, sendo delimitados.

5 de dezembro de 2006 ⇒ Mais um dia de atrasos e tumultos nos aeroportos. Uma falha no controle de tráfego aéreo de Brasília é a causa da nova etapa da crise. Há suspeitas de sabotagem ou de operações acobertadas de greve.

Dezembro de 2006 ⇒ Nova e profunda crise se arrasta até o Natal. A TAM é apontada como a causadora do problema – a empresa aérea brasileira que retirou seis aeronaves para manutenção e fez *overbooking* (vendeu mais passagens do que assentos para alguns voos). O governo utiliza aeronaves da Força Aérea Brasileira (FAB) para tentar contornar o problema. Pior Natal para milhares de pessoas.

11 de fevereiro de 2007 ⇒ A Aeronáutica conclui o Inquérito Policial Militar (IPM) sobre a crise aérea, inclusive pela crise provocada pela TAM, em dezembro. Ninguém é punido.

17 de fevereiro de 2007 ⇒ O Presidente Lula apresenta os novos comandantes das Forças Armadas. Na Aeronáutica, o ex-Comandante Luiz Carlos Bueno é substituído por Junito Saito.

21 de março de 2007 ⇒ O Cindacta 2 (um dos centros de controle de tráfego aéreo nacional, localizado em Curitiba) registra pane na rede de informática. O governo fala da possibilidade de sabotagem. Não apresenta a conclusão das apurações.

31 de março de 2007 ⇒ Mais atrasos de voos e revoltas de passageiros, principalmente nos aeroportos de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Salvador e Brasília.

12 de abril de 2007 ⇒ O então ministro da Defesa, Valdir Pires, diz que a crise está sendo vencida e que o Brasil possui um dos melhores padrões de segurança de voo do mundo.

13 de julho de 2007 – A ministra do Turismo, Marta Suplicy, em uma entrevista na TV, recomenda aos passageiros afetados pelos atrasos: “relaxa e goza”, uma expressão que denota diretamente o ato sexual. Por causa do grande clamor negativo da mídia e da opinião pública, ela pede desculpas.

21 de junho de 2007 ⇒ O Presidente Lula dá carta branca à Aeronáutica para acabar com a crise que se mantém. O governo muda de tática, pois anteriormente tentou dialogar com os controladores de tráfego aéreo e chegou a intervir na linha de comando entre oficiais e subalternos. O presidente da INFRAERO, José Carlos Pereira, em entrevista na TV, recomenda, calmamente, “muita paciência” aos passageiros perante o caos instalado nos aeroportos. O ministro da Fazenda, Guido Mantega, diz em uma en-

trevista que não há crise aérea e que o motivo dos problemas é “a prosperidade do País, com mais voos e passageiros”. O comentário geral sobre a frase infeliz do ministro foi de que, nesse caso, a China deveria ter paralisado seu sistema aéreo em vista do imenso crescimento econômico dos últimos anos.

22 de junho de 2007 ⇒ O comandante da Aeronáutica, Junito Saito, reconhece que a crise aérea é de extrema gravidade e pede compreensão à população. O ministro da Defesa, Valdir Pires, desgasta-se cada vez mais. O Cindacta 1 de Brasília afasta 14 líderes dos controladores de voo, mas ninguém é punido. Novas medidas são anunciadas para tentar melhorar a situação. O Palácio do Planalto manda os outros ministros se calarem em relação à crise aérea. Um pouco tarde demais para evitar as bobagens propaladas.

17 de julho de 2007 ⇒ O Airbus 320 da TAM, que fazia o voo 3054 entre Porto Alegre e São Paulo, Aeroporto de Congonhas, não consegue parar ao aterrissar, atravessa o canteiro central da Avenida Washington Luís e explode contra o edifício de cargas da TAM. Um total de 199 pessoas morre no pior acidente aéreo do Brasil. A crise explode. Companhias aéreas cancelam centenas de voos. A Gol aconselha seus passageiros a não voarem até o final do mês. O Brasil vive uma situação de paralisação aérea similar à que ocorreu nos Estados Unidos após os ataques de 11 de setembro de 2001.

25 de julho de 2007 ⇒ Nelson Jobin assume o Ministério da Defesa em substituição a Valdir Pires, extremamente desgastado com a crise sem precedentes. José Carlos Pereira também é demitido da presidência da INFRAERO (Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária), uma estatal acusada de corrupção e incompetência administrativa.

6 de novembro de 2007 ⇒ Milton Zuanazzi finalmente deixa a presidência da ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil), completamente desgastado graças à sua falta de habilidade e competência para administrar os diversos setores (Aeronáutica, INFRAERO, companhias aéreas) geradores da crise. Zuanazzi sai sob forte pressão do novo ministro de Defesa, da imprensa e da opinião pública. Desde 24 de agosto, outros quatro diretores da

diretoria da ANAC já tinham renunciado. Zuanazzi foi posteriormente processado por incompetência administrativa.

Nessa mesma época, a companhia aérea de baixo custo (e péssima qualidade) BRA cancela seus voos e demite 1,1 mil funcionários. Meses antes, a ANAC recebeu um relatório informando sobre a difícil situação da empresa, mas Zuanazzi não tomou providências. A falência da empresa era esperada, especialmente pelo histórico problemático de seus proprietários, a família Folegatti, donos também da PNX Travel. Entre 2001 e 2003, a BRA alugava aviões para a VARIG realizar voos fretados pela extinta VARIG Travel. Mas os aviões eram da própria VARIG. Desde o fechamento da VARIG Travel, em outubro de 2003, essa história nunca foi devidamente investigada e explicada.

Final de 2007 e início de 2008 ⇨ Este período de Natal e *Réveillon* é mais tranquilo, mas ocorrem alguns atrasos. Muitos passageiros evitam voar nesse período. A temporada de cruzeiros marítimos no Brasil é a melhor já registrada, com cerca de 12 navios efetuando cruzeiros na costa brasileira e sul-americana, e dezenas de outros navios que passam pelo País. Os laudos e relatórios sobre a crise aérea não apontam culpados. As mudanças necessárias vão sendo feitas aos poucos. Voos são remanejados do Aeroporto de Congonhas para diminuir seu uso.

17 de janeiro de 2008 ⇨ As consequências de uma crise tão longa e grave aparecem nos relatórios internacionais. A revista *Forbes*, baseando-se no serviço FlightStats, que fornece pela Internet dados em tempo real sobre pousos e decolagens, calcula os índices de pontualidade de aeroportos internacionais com capacidade para atender a mais de 10 milhões de passageiros/ano. O pior aeroporto do mundo, com apenas 27% de partidas no horário, é o Juscelino Kubistschek, de Brasília. O segundo pior, com 33% de partidas no horário, o de Pequim (China). Os terceiro e quarto lugares ficam com Congonhas (São Paulo), com 43%, e Guarulhos (São Paulo), com 41%. A INFRAERO tenta contra-argumentar de maneira obscura e sem atingir resultados; a ANAC e o SNEA (Sindicato Nacional das Empresas Aéreas) não fazem comentários (*Folha de S. Paulo*, 17/01/2008, p. c8).

28 de janeiro de 2008 ⇨ A revista *Época* traz uma reportagem de capa intitulada “Preocupe-se – documentos inéditos da Aeronáutica revelam que o

risco de desastre aéreo não diminuiu”. Há uma lista de oito promessas não cumpridas pelo Ministro Nelson Jobim (p. 50 a 56), desde reembolsos para passageiros em caso de atraso e maior conforto a bordo, até construção de um terceiro aeroporto em São Paulo, terceira pista em Cumbica, desmilitarização do controle de tráfego aéreo brasileiro e restrição do número de conexões no Aeroporto de Congonhas.

27 de março de 2008 ⇒ O empresário David Neeleman, presidente da Jet-Blue, lança uma companhia aérea no Brasil, ainda sem nome. Com operação prevista para 2009, a empresa será a primeira a usar as aeronaves a jato da EMBRAER, empresa aeronáutica brasileira. A JetBlue é uma empresa de baixo custo, que voa nos Estados Unidos desde o ano 2000. Possui 53 aviões *Airbus* 320 e comprou cem jatos EMB 190 da EMBRAER. David, nascido no Brasil, é apaixonado pelo País. Em um cenário marcado pelo duopólio da TAM e Gol/VARIG, pelo terceiro lugar no mercado ocupado pela OceanAir e com a aviação regional caracterizada pela aquisição da Total pela Trip, a nova empresa é mais um vetor de competição necessário para equilibrar o mercado nacional, tão afetado pela sequência de crises e problemas.

Junho 2008 ⇒ Surgem denúncias na imprensa sobre irregularidades da venda da VARIG e suposto tráfico de influências entre instâncias governamentais e privadas para viabilizar a venda. Continuam notícias em vários órgãos sobre supostos incidentes no espaço aéreo brasileiro, o que significa a continuidade dos problemas técnicos, operacionais e de gestão no sistema.

Novembro 2008 ⇒ Sai o relatório oficial sobre o acidente da TAM incriminando a Airbus, a TAM, a INFRAERO e a ANAC e alguns responsáveis pelos atos cometidos. Imediatamente começam as salvaguardas e os artifícios jurídicos para anular, corrigir ou postergar os futuros passos do processo.

Março 2009 ⇒ Turbina de DC-10, pesando 200 quilos, cai sobre 21 casas em Manaus, no dia 26. A empresa America Arrow Cargo foi confusa ao prestar esclarecimentos. Ninguém ficou ferido e o avião seguiu voo normal até Bogotá.

PARA PENSAR

1. A crise aérea de 2006-2008 trouxe impactos negativos para o turismo brasileiro. De acordo com seu conhecimento e pesquisa em *sites* da Internet, quais foram esses principais impactos negativos? Quais seriam as possíveis soluções para o problema aéreo do Brasil?
2. Foram dois grandes desastres aéreos no Brasil nos últimos anos (Gol, em 2006, e TAM, em 2007). Os responsáveis já foram apontados? Alguém já foi punido? As famílias das pessoas falecidas foram amparadas e já receberam indenizações? Os órgãos responsáveis já publicaram a versão oficial com a apuração dos fatos e nomeação dos responsáveis?
3. “A crise aérea no Brasil está longe de ser resolvida!”. Discuta a afirmação.
4. Você conhece alguém que sofreu com o caos aéreo 2006-2008? Essa pessoa recebeu apoio das companhias aéreas, foi indenizada pelos prejuízos? Comente.

SEGMENTAÇÃO E EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

CENA DA VIDA TURÍSTICA

O jovem casal americano com um filho de oito anos está reunido para decidir sobre as próximas férias de verão da família. Ele sugere um destino novo, exótico, mas onde possam se comunicar em inglês e num lugar cujos hábitos conheçam. Pensa no Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro. Ela, mais atenta às tendências globais, sugere a Península de Yucatán, no México, que possui atrativos históricos culturais, águas limpas e quentes e areia quase virgem. Procuram nos sites de busca na Internet mais informações que os ajudem a decidir. Encontram muitas coisas em inglês sobre o México. Os sites informam que Tulum é um lugar calmo, com comida farta e que se localiza a poucas horas de Cancun, lugar de que já ouviram falar, pois viram uma publicidade do governo mexicano desse destino. Além do mais, poderão falar somente inglês, se assim o desejarem. Estão em dúvida. Querem saber mais sobre o Brasil. Há alguns sites do Rio de Janeiro em inglês, mas para eles carnaval e futebol não são a melhor programação, ainda mais com uma criança de 8 anos... Uma busca mais específica mostra o Rio com sua famosa favela da Rocinha; também encontram um filme sensacionalista na Internet que fala de turistas americanos que foram mortos nas florestas brasileiras. O filme, lógico, é ficção. Há também um link que fala dos cuidados que os turistas estrangeiros devem tomar no Rio: “andar com

pouco dinheiro, não pedir informações em qualquer lugar, beber somente água de garrafa e conhecer algumas palavras do português...”. Como há uma crise financeira nos Estados Unidos decidem ir ao México, é mais perto, mais barato, seus amigos já conhecem e lhes parece bem mais seguro. As estatísticas do turismo brasileiro ficarão com três turistas estrangeiros a menos na próxima temporada.

1. QUAIS SÃO OS FATORES QUE COLOCAM UM PAÍS NO GRANDE CIRCUITO TURÍSTICO INTERNACIONAL?

A questão acima, se corretamente respondida e analisada pelos organismos nacionais de turismo, pode ajudar na configuração de fluxos turísticos nacionais e internacionais. Cada vez mais a perspectiva de conhecer os anseios e desejos do viajante é fundamental para se criarem estratégias de marketing que reforcem uma imagem positiva de um destino para que assim ele seja mais visitado.

O México recebe por ano 20 milhões de turistas estrangeiros, configurando-se no oitavo país que mais recebe turistas, segundo dados da Organização Mundial do Turismo. Pode-se pensar que esse é um número bom, e que está muito à frente do Brasil, que recebe 5 milhões de turistas – uma análise mais profunda mostra algumas falácias desse número.

Primeiro, 75% a 80% dos turistas são americanos (por volta de 15 a 16 milhões de pessoas), sendo que a maioria não está distante mais de três horas de voo. Segundo, um elevado percentual faz turismo de fronteira. O turismo fronteiriço é tão forte que alguns estudiosos mexicanos se dedicam apenas a estudar esse aspecto do fenômeno (ver CLOUGH-RIQUELME & RÁBAGO, 2006). Por fim, outro elevado número é de turistas *spring breakers*. Jovens em férias de verão que viajam em grupo, se hospedam em hotéis baratos, gastam pouco, se embebedam e provocam grandes danos onde estão.

Não é um problema ter 15 milhões de visitantes americanos, o problema é que a competitividade internacional em turismo do México fica

comprometida. Desde 1996, o número de turistas estrangeiros que vai a este país está estacionado em 20 milhões. Basta buscar os dados da OMT para comprovar essa informação. Sérgio Molina, estudioso do turismo na América Latina e mais especificamente do México, costuma dizer em suas palestras que o país vende “*más de lo mismo*” quando o tema é turismo. Ou seja, “mais do mesmo”, sem inovação, sem criatividade, sem novos produtos, sem agregar valor ao que se está ofertando.

Os maiores atrativos deste país estão em ameaça. Acapulco é um destino já decaído, que atrai turistas de “categoria inferior” (diga-se, com menos dinheiro); Cancun, o ícone construído para substituir Acapulco, está passando por um processo de “acapulcoização”, ou seja, comete os mesmos erros; a Riviera Maia (ou Costa Maia, na Península de Yucatán) está sendo loteada para empreendimentos estrangeiros. Os investigadores em turismo já não sabem mais o que fazer, o que propor ao Estado para que a situação mude, e o foco das pesquisas em turismo no México está se voltando para temas de redução e minimização dos impactos causados pelo turismo.

O México é um exemplo de como um grande mercado consumidor/emissor próximo pode ser problemático ou tão mal aproveitado.

O contrário acontece com a Europa, que é autoconsumida. Praticamente 90% de todos os turistas que os países europeus enviam para o exterior ficam na própria Europa; 5% vêm para as Américas; 3,5% ficam nos Estados Unidos e Canadá; e 1,5% distribuem-se pela América Latina. Isso lembrando que a Europa tem 50% dos fluxos mundiais, tanto receptivo quando emissivo. Só que, neste caso, ter o turista como vizinho não é um problema maior.

E o Brasil, é ou não prejudicado por se localizar a longas distâncias dos mercados consumidores? A resposta é “sim” e “não”.

Os turistas estrangeiros que mais vêm ao País são argentinos – um milhão em 2007 – e o destino preferido dos brasileiros é a Argentina – 500 mil em 2007. Ou seja, a Argentina manda ao Brasil 20% de todos os nossos turistas. Na época da crise argentina mais aguda (2003-2004), os destinos do sul (Florianópolis, Balneário Camboriú, Itapema) ficaram sem turistas,

e a crise afetou profundamente as economias locais. Hoje, todavia, com a recuperação parcial da economia no país *hermano*, esses turistas estão voltando aos destinos do Sul, e uma parcela deles já se aventura em destinos mais distantes, como o Nordeste brasileiro. Ou seja, é um turista “retornado” – aquele que já veio uma vez, ou várias vezes, gosta do que vê e agora procura conhecer outra parte do País.

O segundo grupo de turistas que mais visitam o Brasil é de americanos. Mais de 600 mil por ano. Turismo de lazer? Em sua maioria, não. Acredita-se que cerca de 70% dos americanos vêm ao Brasil a trabalho. Ou seja, ele não escolhe o destino; a empresa ou o trabalho escolhe por ele. E outro detalhe: só recentemente é que surgiram linhas aéreas diretas dos Estados Unidos para cidades como Recife, Fortaleza e Salvador.

Pense: por que um americano viajaria dez horas de Nova York até o Rio de Janeiro, e depois mais duas horas até Salvador para ir à praia, se em três horas ele pode estar em Cancun-México, nas águas do Caribe? “Talvez porque as praias brasileiras sejam fantásticas!” Mas as águas do Caribe possuem areias brancas e finas e água mais quente que as do Nordeste brasileiro, além de excelente infraestrutura, onde ele poderá falar inglês, se cansar menos na viagem, gastar menos...

Por outro lado, existe um crescente número de europeus (principalmente portugueses, espanhóis e alemães) que está vindo ao Brasil. Isso se deve a um crescimento natural dos fluxos turísticos, mas também por uma campanha de marketing da EMBRATUR direcionada a esses públicos e à melhoria e ampliação da malha aérea entre Brasil e Europa. Os destinos preferidos desses turistas estão no Nordeste, a pouco mais de oito horas de voo de cidades como Lisboa e Madri. Ou seja, é um turista mais experiente, que já conhece outros países e quer ampliar horizontes. Neste caso, a distância pode não influenciar muito.

A Nova Zelândia, para pegar um exemplo mais distante, recebe por ano cerca de 2,5 milhões de turistas internacionais. Verificando no mapa, é possível ver a Nova Zelândia como um país distante. Distante de onde? De tudo! A três horas de voo da Austrália, 16 horas do Brasil (com escala na Argentina ou Chile) a 18-20 horas de Londres. No entanto, seus turistas são, em sua maioria, de lazer, e não de negócios.

Mas a Nova Zelândia vende um produto atual no segmento do turismo mundial, qual seja: a experiência turística!

Experiência em turismo é o grande mote. O turista de lazer quer cada vez mais desafiar seus limites, com risco, mas com segurança (ver LOES, João. Férias perigosas. *IstoÉ*. 15/10/2008, p. 70-2). Existem várias teorias para explicar esse comportamento. Alguns dizem, inclusive, que é falta de uma razão para viver ou coisas da sociedade de consumo. Talvez seja apenas o gosto pelo novo. Neste aspecto, a Nova Zelândia sabe se vender muito bem no turismo internacional.

Com albergues de primeira qualidade, desde prédios com dez andares (veja o *X Base* no centro de Auckland em www.stayatbase.com) até pequenos albergues familiares que possuem quatro quartos com duas camas cada; com um marketing turístico claramente definido (turismo de aventura e de natureza para atrair jovens); facilidades de reservas dos produtos (tudo pode ser comprado e reservado com segurança pela Internet); variedade de atrativos e produtos surpreendentes; e, com a venda da “experiência turística”, a Nova Zelândia tem o título de maior destino de turismo de aventura do mundo.

Não por acaso, uma das maiores empresas de turismo lá se chama *Kiwi Experience* (www.kiwiexperience.com). *Kiwi* é o nome da ave símbolo do país e também do nativo da Nova Zelândia, ou seja, é uma empresa que vende a experiência neozelandesa. Os esportes de aventura elevam ao máximo essa questão. O turista não compra simplesmente um salto de *bung jump*, mas sim os “dez segundos mais fantásticos de sua vida!”. Experiência pura.

Em 2007, a empresa que ganhou o prêmio do governo neozelandês de turismo foi a *Nzone* (www.nzone.biz), que vende a experiência de saltar de paraquedas de uma altura de 5 mil metros sob um lago formado pelo degelo da neve das montanhas nas quais, ao centro, está a pequena cidade de Queenstown – a capital mundial dos esportes radicais. “Ou você faz, ou não faz”, é o *slogan*. Aliás, até para um estudioso do turismo é difícil compreender o que ocorre em Queenstown: a água do lago da cidade é límpida, não há lixo nas ruas, os turistas estão por todos os lados e impactos ambientais

são reduzidíssimos. Uma cidade com 30 mil habitantes e dezenas de restaurantes, cafés, albergues, hotéis, atrações turísticas, estações de esqui, cinemas, teatros, trilhas, parques... um exemplo. Todos esses fatores são os que colocam esse distante país no rumo do turismo internacional.

Agregar valor ao produto turístico é essencial. Vender vivências e experiências que marcarão positivamente a vida da pessoa para o resto da vida é uma grande jogada de marketing turístico. A Espanha também faz isso de maneira competente com roteiros como o Caminho de Santiago de Compostela.

O Caminho de Santiago (veja mais em www.caminhodesantiago.com) foi criado por peregrinos católicos que cruzavam o norte da Espanha na busca do túmulo do apóstolo São Tiago. Os primeiros indícios do caminho remetem aos anos 700 da era cristã. Durante a primeira metade do século XX, o caminho ficou um pouco esquecido (Primeira e Segunda Guerras Mundiais), mas, a partir disso, houve um movimento para sua recuperação.

Existem vários caminhos que levam a Santiago de Compostela, mas o mais famoso é o caminho francês, que sai da fronteira com a França e corta o norte da Espanha. São aproximadamente 800 quilômetros que podem ser percorridos a pé, a cavalo e de bicicleta. Há quem faça o caminho de carro, mas esse não pode ser considerado um peregrino. Para percorrer a pé os 800 quilômetros leva-se em média 30 dias, caminhando quase 27 quilômetros por dia.

Esse tipo de turismo pode ser motivado por vários fatores: religioso, autoconhecimento, treinamento físico, cultural, gastronômico e modismo, dentre outros. Ao longo de todo o caminho, existem albergues da juventude que, a custos módicos, hospedam o peregrino. Os valores giram em torno de 5 a 12 euros por noite por pessoa em quartos coletivos. O menu do peregrino (vinho, água, uma carne, pão, arroz e batata) custa dez euros, mas é possível cozinhar nos albergues que oferecem todos os artefatos de cozinha.

São mais de 100 mil peregrinos todos os anos que recebem a *compostela*, ou seja, o documento que comprova que andou os últimos 100 quilômetros do caminho a pé ou fez os últimos 200 quilômetros de bicicleta ou

a cavalo. Quem já fez o caminho diz que a *experiência* é única e que é difícil comparar com outra atividade. Para aquele que caminha sozinho, é um exercício de reflexão, de rever seus valores e de pensar no significado da vida. Para os casais que caminham juntos, é um prova de resistência e tolerância mútua, uma vez que todos os problemas podem acontecer (machucar-se, cansar-se, sentir fome, sentir-se desmotivado, sentir-se motivado etc.). Para os mais diversos grupos e indivíduos que peregrinam, existe uma infraestrutura que atende, sem luxo, às necessidades básicas de comida, segurança, hospedagem, saúde. Pontos de apoio estão a cada sete ou oito quilômetros. Os peregrinos se saúdam no caminho e o clima de partilha contagia todos.

A Espanha aproveita essa primeira motivação religiosa e incrementa o seu fluxo turístico. Espanhóis e alemães estão em grande número pelo caminho, seguidos por brasileiros, portugueses, italianos e franceses.

Espelhando-se no *Camino de Santiago*, o Brasil criou o Caminho do Sol (www.caminhodosol.org), que se inicia em Santana do Parnaíba e termina em Águas de São Pedro, no interior paulista. São ações como esta que podem agregar valor ao produto turístico brasileiro e vender algo mais do que uma simples diária em hotel ou assento de avião. São ideias simples que agregam o fator “experiência” ao produto turístico.

2. POR QUE O TURISTA ESCOLHE UM DESTINO, E NÃO OUTRO?

A segmentação dos mercados em turismo é uma estratégia de marketing que visa a atrair um público específico para um lugar específico. É necessário conhecer bem o potencial turístico para assim oferecer produtos que ele teria disposição em consumir.

Difícilmente um agente de viagens irá divulgar o pacote de turismo de aventura em um grupo de orações de uma igreja específica. Para esse grupo, ele pode oferecer uma visita aos santuários e marcos sagrados desta religião. Do mesmo modo, parece não compensar investir na divulga-

ção de um evento de negócios para um grupo de adolescentes. Neste aspecto, quando se conhece o turista que está disposto a viajar, será possível oferecer a ele um produto que lhe agrade e assim ele poderá consumir e experimentar cada vez mais.

Segundo estudos da OMT, não existe país no mundo que não queira segmentar seu mercado turístico. Isso se dá pela simples observância de que se torna cada vez mais difícil os destinos atenderem a todos os públicos que a eles podem se dirigir.

Os fatores que fazem o turista optar por um destino ou outro são inúmeros, e muitas vezes até mesmo subjetivos, impossíveis de ser identificados. Pode ser para visita a amigos e familiares, tratamento de saúde, trabalho, estudo, fuga da vida a rotineira, alívio das tensões do dia a dia, para melhor conhecimento de si... as estratégias de segmentação terão de compreender e analisar esses fatores decisórios das escolhas dos destinos, e o farão de duas maneiras básicas: com a segmentação *a priori* e *a posteriori*. A primeira diz respeito ao que o turista faz e a segunda diz respeito a quem ele é, conforme o Quadro 4.

Quadro 4. Exemplos de segmentação *a priori* e *a posteriori*

	Categoria	Tipos de variáveis
<i>A priori</i>	Demográfica	Idade, sexo, educação, estágio da vida, renda
	Geográfica	Local de residência
<i>A posteriori</i>	Psicológica/ estilo de vida	Anseios, atitudes, valores, características pessoais
	Comportamental	Tipo de comportamento, tipos de informações procuradas e canais de distribuição usados

Fonte: Moscardo *et al.* (2001), *apud* OMT e ETC (2007, p. 6).

O turista, dessa maneira, vai escolher o destino de acordo com quem ele é e de acordo com o que ele faz. É nesse sentido que o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR – empreendeu uma nova campanha de marketing turístico internacional, feita de acordo com os tipos de público que vai recebê-la. Assim, não adianta tentar vender sol e praia para os japoneses, que não gostam disso. O correto é divulgar os atrativos naturais (Foz do Iguaçu, Pantanal, Floresta Amazônica), pois é isso o que lhes interessa. Por outro lado, esses atrativos não interessarão aos turistas portugueses e alemães, que estão voltados para as potencialidades do lazer em cidades e lugarezinhas escondidas do Nordeste, que têm praias paradisíacas.

Nada disso interessará ao turista americano que vem ao Brasil a trabalho. Para eles, é necessário mostrar as potencialidades econômicas do país bem como os atrativos dos grandes centros financeiros, como Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Salvador, dentre outros. A não ser que ele venha fazer negócios e se programe para o lazer, ou traga a família que vai fazer turismo de lazer.

Assim, o governo brasileiro tenta, em uma campanha oficial, mudar o foco do turista na imagem estereotipada que a própria EMBRATUR criou do País nas décadas de 1970 e 1980, de mulher, carnaval, futebol e samba. A imagem de um destino é um dos maiores responsáveis pelo sucesso ou fracasso deste. No caso brasileiro, em específico, essa imagem errônea certamente espantou muitos turistas e trouxe outros turistas não tão desejados até meados da década de 1990.

Para saber mais sobre a imagem do Brasil que a EMBRATUR projetou no exterior, recomenda-se a leitura da dissertação *EMBRATUR: formadora de imagens da nação brasileira*, de Louise Prado Alfonso (2006). Nesta obra, podem ser analisadas as equivocadas publicidades empreendidas no passado sobre o Brasil por este órgão oficial. Recentemente, a EMBRATUR reconheceu esse equívoco, e, como citado acima, vem tentando mudar essa imagem.

Mas o turista também escolhe o destino se nele houver boa infraestrutura, atrativos, coisas para ser ver e conhecer, boa gastronomia e segurança, dentre outros fatores. Um destino com problemas de planejamento

turístico pode não atrair tantos turistas como se previa no início de seu desenvolvimento. O seu acesso pode ser difícil, não há divulgação do destino, há impactos negativos que espantam os turistas, tal como lixo, devastação da natureza etc. Os países que desejam ser turísticos devem enfrentar seus problemas. No Brasil, segundo o Plano Nacional de Turismo 2007-2010, os principais desafios do setor de turismo são os seguintes:

- gestão descentralizada – (que seja compreendida e desenvolvida);
- integração dos atores do turismo;
- estabelecimento de um processo de avaliação e monitoramento;
- consolidação de um sistema de informações e dados sobre o turismo;
- incentivo à pesquisa e à inovação tecnológica;
- práticas de comércio eletrônico;
- atividade turística concentrada no litoral;
- normas e referências para o setor;
- diversificação e ampliação da oferta turística;
- entendimento da complexidade do setor/sistema do turismo;
- predisposição para novos paradigmas;
- carência de infraestrutura básica e turística;
- educação para o turismo de forma integrada e articulada;
- adoção de normas mínimas de qualidade;
- baixa escolaridade da mão de obra empregada no turismo;
- legislação de turismo atrasada;
- falta de fiscalização no setor;
- baixo grau de internacionalização da oferta turística brasileira.

Somente com a superação desses problemas é que o País poderá ter competitividade no acirrado mercado turístico global. Apesar desses desafios, o Brasil dispõe de um grande mercado turístico, que é o próprio brasileiro. São 190 milhões de habitantes e, no mínimo, 90 milhões têm potencial de consumo de bens e serviços turísticos. Um mercado que não deve ser dispensado pelos planejadores da atividade.

Segundo Swarbrooke e Horner (2002), entre os fatores que determinam a escolha de compra de um turista estão: a) *status*, o comportamento, os valores do turismo; b) os estímulos de promoção, tais como publicidade, informações disponíveis e o “boca a boca”; c) as características próprias dos destinos; e d) outras influências.

Para entender como o turista escolhe o destino a visitar, indica-se o texto de Compton (Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, v. 19, n. 3, p. 420-434, 1992), que foi explicado por Lohmann e Panosso Netto (2008).

3. EXEMPLOS DE SUCESSO

O Brasil possui bons exemplos de empreendimentos turísticos que atendem a segmentos e proporcionam experiências memoráveis.

Algumas vezes, a crítica se esquece de dizer que existem bons exemplos de turismo no Brasil. Parece que o brasileiro gosta de ser masoquista e ser criticado ou de criticar o tempo todo suas ações empreendedoras.

É bem verdade que os péssimos exemplos saltam aos olhos com maior realce – vejam-se os casos do empreendimento na Costa do Sauípe (Bahia), já celebrado nos cursos de Turismo do Brasil como exemplo a *não* ser seguido, e o do parque aquático Wet’n Wild, de Salvador, também na Bahia, que fechou por falta de público. Analisando-se bem, percebe-se que, além do problema de falta de planejamento, existe a má gestão de alguns empreendimentos.

Dentre os muitos casos de sucesso do turismo brasileiro, alguns foram selecionados e são descritos abaixo. Repare-se que, além de serem bem planejados e geridos, os destinos em questão focam num segmento de mercado e agregam uma experiência positiva aos envolvidos no processo, os turistas e a comunidade local.

CASO 1 – Cristalino Jungle Lodge

Cuiabá, Mato Grosso, é o ponto de partida. Pegue um avião de uma companhia regional e voe até a cidade de Alta Floresta, divisa com o Estado do Pará. Ande de carro por mais ou menos uma hora em estrada de terra e depois outra meia hora de barco pelos rios Teles Pires e Cristalino. Você está na Amazônia brasileira e acaba de chegar ao vencedor do *World Savers Awards 2008* (categoria preservação), prêmio oferecido pela prestigiada revista americana *Condé Nast Traveler* (www.cntraveler.com).

O empreendimento começou a ser gestado em 1992 e tem por objetivos desenvolver o ecoturismo, estimular as pesquisas científicas e preservar a floresta naquela região, que sofre fortes pressões de madeireiros e pecuaristas. Para isso, em 1997, a área foi transformada em uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), com 7.150 hectares.

Vários são os projetos educacionais e de pesquisa desenvolvidos. A Escola da Amazônia é mantida pela empresa e oferece *workshops* a estudantes secundaristas e universitários sobre a Amazônia. A Fundação Ecológica Cristalino (www.fundacaocristalino.org.br) trabalha no intuito de proteger e preservar a floresta. O projeto Flora Cristalino, feito em parceria com a Royal Botanic Gardens, Kew (Reino Unido), Fauna & Flora International, com o apoio da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT-CUAF) e da Rio Tinto, preocupa-se em investigar a fauna e a flora da região. Várias espécies de plantas e animais, antes não conhecidas da ciência, foram descobertas ali.

A infraestrutura foi construída com o cuidado de preservar o máximo da floresta. São bangalôs e alojamentos de madeira (com água quente de energia solar), tijolos, telhas e palhas com decoração típica da região. As refeições são também características da cozinha brasileira e a energia elétrica, gerada por motor a diesel, vai das 17 às 23 horas. O grande ponto do Cristalino é a torre de observação de 50 metros de altura, que permite ver toda a extensão da RPPN e mais: observar os pássaros. Aliás, a região é conhecida como um dos melhores pontos de observação de pássaros tropicais do mundo, com aproximadamente 570 espécies já catalo-

gadas e observadas. Somam-se a isso as 1,8 mil espécies de borboletas e mariposas.

É, sem dúvida, um lugar que contou com ótimo planejamento, gestão, dedicação e persistência dos proprietários e que propicia ao turista, pesquisador ou estudante a vivência da experiência, palavra-chave em turismo. É isso que mostram os depoimentos encontrados no *site* www.cristalinolodge.com.br/br, sendo dois deles reproduzidos abaixo. As palavras-chave foram “italizadas” propositalmente:

Já estive em florestas tropicais úmidas em todo o planeta, mas nunca *experimentei* vistas tão extraordinárias de pássaros que vivem no dossel. A torre do Cristalino já vale por si só uma visita! Cada ida à torre é diferente e *memorável*. Mas não se esqueça de trazer seu telescópio e tripé! (Dr. Frank Lambert, Guia, 2004).

Uma espetacular *vivência* amazônica é propiciada no Hotel de Selva Cristalino, em Alta Floresta, no Estado do Mato Grosso, onde se chega depois de um breve voo de Cuiabá. [...] Localizada em uma imensa reserva, está conquistando rapidamente a reputação de destino de classe mundial na floresta tropical úmida. (Andrew Whittaker, Birding Brazil – Manaus, Brasil).

A Revista *TAM nas Nuvens*, de outubro de 2008, trouxe uma matéria especial sobre esse destino. É o reconhecimento brasileiro para o empreendimento de sucesso, um caso que deve servir de exemplo e dar orgulho aos profissionais e acadêmicos do turismo nacional.

CASO 2 – Floresta Nacional do Tapajós: turismo de base comunitária e sustentabilidade¹

A Amazônia merece estudos intensos sobre as atividades produtivas que nela são desenvolvidas e a relação dessas atividades com a atividade

1. *Fonte:* Texto desenvolvido por Silvio Lima Figueiredo, professor/pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido – NAEA/UFPA.

turística. O extrativismo vegetal, a pesca e a pequena agricultura de subsistência são entendidos como atividades tradicionais, e são desenvolvidos há muito tempo. Entretanto, as novas atividades são conflitantes com esses modelos tradicionais e aparecem como altamente impactantes, como a construção de hidrelétricas para geração de energia, a pecuária, a mineração e a agricultura, principalmente de soja. O turismo, apesar de seus impactos, possui a característica de poder ser adaptado às atividades mais tradicionais e aos sistemas agroflorestais pensados para áreas protegidas.

Dentro dessa perspectiva, é possível apontar algumas experiências em que o turismo é desenvolvido dentro dos padrões e limites da região e de seus habitantes, como o Município de Silves (AM) e a Reserva de Desenvolvimento Sustentável de Mamirauá (AM). A Floresta Nacional do Tapajós (Flona Tapajós), uma unidade de conservação de uso sustentável localizada no Estado do Pará, foi criada em 1974 com uma área de cerca de 600 mil hectares, às margens do rio Tapajós e próxima à cidade de Santarém. Nela são desenvolvidas ações de manejo florestal para a produção de madeira industrial, de recursos florestais não madeireiros, como o couro vegetal, de artesanato e do ecoturismo, organizado e operado pelas comunidades onde a Flona se localiza (ao todo, 28 comunidades). As comunidades de Maguari, Jamarauá, Tauari, Pini, Prainha, Paraíso e Itapuama desenvolvem o ecoturismo associado com outras atividades.

A Flona, como Unidade de Conservação Nacional, possui uma série de características, seguindo o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (UC). O conselho consultivo da unidade demonstra-se atuante, inclusive na definição do crescimento do ecoturismo, orientando e acompanhando o desenvolvimento de programas, projetos e atividade, harmonizando e compatibilizando suas ações. Além disso, as comunidades da UC possuem o controle da visita dos turistas, quer seja por agências de turismo de Santarém, quer por agendamentos com a própria comunidade. Em Jamarauá, por exemplo, os comunitários produzem couro vegetal e artesanato de sementes, que vendem no próprio local aos turistas. É possível, da mesma maneira, agendar refeições em algumas casas da co-

munidade – basicamente o peixe – e realizar visitas monitoradas pelos moradores, que participaram de curso de formação de monitoramento e condução de grupos. Há um sistema de rodízio entre os moradores que conduzem os grupos de turistas, e, das taxas cobradas na visitação, 50% vão para a associação de moradores, e o restante é dividido entre os realizadores das atividades.

As comunidades possuem placas de identificação, folheto com as principais atrações e trilhas de interpretação e placas indicativas dessas trilhas. Em Prainha, é possível acompanhar a produção de artesanato em madeira, bancos e brinquedos, criados a partir de troncos de árvores caídas. Assim, as comunidades conseguem fazer com que os benefícios do turismo possam atingir os próprios moradores e contribuir para o manejo sustentável e comunitário dos recursos da Floresta Amazônica, além de efetivamente realizar o complexo turismo de base comunitária.

CASO 3 – Ilhabela, SP. Preservação e cenários paradisíacos

O canal de São Sebastião isola do continente uma das ilhas de maior beleza natural da costa brasileira (depois de Fernando de Noronha). O acesso se dá exclusivamente por mar (com as balsas, barcos privados e cruzeiros marítimos) ou pelo ar, por meio de helicópteros. A quase totalidade da Mata Atlântica da ilha está preservada, e a ocupação humana acontece ao redor da vila e ao longo de suas praias com alguns condomínios, hotéis e pousadas, restaurantes e lojinhas. Trilhas como a cachoeira da Lage, do Bonete e Anchovas fazem parte de uma lista de 17 trilhas que podem ser percorridas, algumas de difícil acesso e que exigem guias especializados. É um lugar de atividades esportivas náuticas: barcos a vela, mergulho, surfe, *kite surf*, pesca, e também ideal para a prática do rapel e do ciclismo pelas praias. Há pequenas agências locais que alugam barcos e carros com tração nas quatro rodas para percorrer os recantos da ilha. A comunidade, formada pelos proprietários de casas de veraneio, empresários locais, ambientalistas e profissionais interessados na preservação da beleza natural, organiza-se em atividades de proteção à ilha, visando ao

planejamento estratégico das atividades turísticas. O Parque Estadual de Ilhabela, criado em 1977, possui 27.025 hectares (85% da ilha) e protege os picos com mais de 1,3 mil metros de altura, cerca de 250 cachoeiras, rios que serpenteiam pelas montanhas até atingirem o mar e uma floresta plena de vida animal e vegetal. Veja o portal de Ilhabela – www.ilhabela.com.br – ou o *site* do Yatch Club de Ilhabela, com versão em inglês – www.yci.com.br. O Yatch Club, criado na década de 1950, é responsável por abrigar embarcações privadas e ajudar na organização de campeonatos de vela. No verão, navios de passageiros fazem escala na ilha, ficando fundeados ao longo do dia enquanto os passageiros descem em *tenders* até a cidade e se dirigem para as praias mais distantes.

A Praia da Feiticeira, por exemplo, possui um hotel boutique que é um exemplo de boa administração direcionada ao mercado mais sofisticado. Seu *site* www.dpnybeach.com.br possui versões em português, inglês, espanhol e alemão; seu restaurante, Troia, recebeu uma estrela gastronômica do *Guia Quatro Rodas* por três anos seguidos, e a gestão de sua imagem é altamente profissional, conforme dá para perceber já no *site*. Mas a Praia da Feiticeira também possui confortáveis bares com mesas na praia e atendimento adequado, além de áreas livres para as pessoas relaxarem. Ilhabela é, primordialmente, um local de turismo destinado às classes médias e altas. Sua opção de mercado faz-se em virtude da distância de São Paulo, de o acesso ser apenas por mar ou ar e da história de ocupação da ilha, caracterizada por segunda residência de elevado padrão. O fato de ser um destino para barcos a vela e iates também contribui para a segmentação privilegiada do lugar. O importante é que essa opção de mercado seja acompanhada por planejamento ambiental e pela manutenção das boas condições de vida da população nativa.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre as várias ações para melhorar o produto turístico nacional, destacam-se duas que são fundamentais nesse processo e que apenas re-

centemente – 2003 e 2008 – foram implantadas: a criação do Ministério do Turismo e a aprovação da Lei Geral do Turismo.

MINISTÉRIO DO TURISMO²

O turismo passou a fazer parte de um Ministério no Brasil em 1992, quando foi criado o Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, permanecendo com esse nome até o fim de 1998. Em janeiro de 1999, foi criado o Ministério do Esporte e Turismo, que perdurou até dezembro de 2002. Por essas duas ações, percebe-se que a atividade ganhava cada vez mais força e atenção do Governo Federal.

Em termos legais, a Medida Provisória n. 103, de 01/01/2003, posteriormente transformada na Lei n. 10.683, de 28/05/2003, em seu artigo 30, inciso x, criou o Ministério do Turismo, e o artigo 27, inciso xxiii, abordou suas áreas de competência. O artigo 33, inciso ix, transferiu o Conselho Nacional de Turismo do Ministério do Esporte e Turismo para o Ministério do Turismo e o artigo 35 criou o cargo de Ministro de Estado do Turismo. Em 27/03/2003, o Decreto n. 4.653 aprovou a estrutura atual do MTur.

O artigo 27, inciso xxiii, da Lei n. 10.683 estabeleceu os assuntos de competência do novo ministério:

- a) política nacional de desenvolvimento do turismo;
- b) promoção e divulgação do turismo nacional, no País e no exterior;
- c) estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- d) planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo.

Assim, em 2003, pela primeira vez, o turismo ganhou *status* de ministério autônomo, sem estar vinculado a outra pasta, sendo, assim, o orga-

2. Baseado nos *sites* www.turismo.gov.br, www.senado.gov.br e www.brasil.gov.br.

nismo oficial de turismo mais importante do País. Está constituído pelo Ministro do Turismo, Conselho Nacional de Turismo, Consultoria Jurídica, Gabinete do Ministro, Secretaria Executiva, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR. Uma das maiores mudanças ocorreu com a EMBRATUR, que passou a cuidar do marketing externo, não mais se preocupando com questões de normatizações e *marketing* interno.

- **IMPORTANTE**

“O MTur foi instituído com a missão de promover o desenvolvimento do turismo como agente de transformação, fonte de riqueza econômica e desenvolvimento social, por meio da qualidade e competitividade dos produtos turísticos, da ampliação e melhoria de sua infraestrutura e da promoção comercial do produto turístico brasileiro no mercado nacional e no exterior” (Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – uma viagem de inclusão, p. 43).

LEI GERAL DO TURISMO³

Em 17 de setembro de 2008, foi sancionada a Lei n. 11.771 ou Lei Geral do Turismo, que teve seu primeiro formato encaminhado pelo *trade* turístico em 2003. O projeto que virou lei tem por objetivos tratar da política nacional de turismo, definir atuações dos entes federativos, além de prever o desenvolvimento da atividade que está no artigo 180 da Constituição Federal, quando diz que: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”.

3. Os autores agradecem a Tatiana Lima Sarmento Panosso (advogada e especialista em turismo e meio ambiente) por ter escrito o texto sobre a Lei Geral do Turismo.

A lei estabelece normas para a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos. O principal objetivo da lei é orientar as ações sobre a Política Nacional de Turismo, definindo e prevendo as funções de cada ente do poder público.

Na busca em delimitar e caracterizar a área, no artigo 2º encontra-se uma definição de turismo:

Considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.

Parágrafo único. As viagens e estadas de que trata o *caput* deste artigo devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade.

São 49 artigos que disciplinaram a Política e Sistema Nacional de Turismo, com princípios e objetivos que visam, de uma forma geral, a regular o bom desenvolvimento do turismo no Brasil em todos os seus aspectos econômicos, ambientais, sociais, culturais e políticos.

A lei dispõe de um capítulo que esclarece as funções dos prestadores de serviços turísticos de modo amplo e de fácil entendimento, que vão desde a prestação de serviços turísticos, passando por direitos e deveres e finalizando com as penalidades e infrações. Por fim, lembra aos prestadores de serviços que devem se adaptar à lei assim que renovarem seus cadastros.

A lei servirá como um marco para a atividade, pois ela prevê e regula as atividades relacionadas ao fenômeno e abre possibilidades para inclusão e inserção social, cultural e econômica. Antes dessa norma, havia di-

ferentes normas jurídicas para tratar o turismo em esfera estadual, governamental e municipal que serão substituídas por esta até por fazer referência à atualidade. O objetivo agora é padronizar o serviço assim como sua fiscalização.

PARA PENSAR

1. No seu entender, quais seriam as ações do governo brasileiro para colocar definitivamente o País na rota dos grandes fluxos turísticos internacionais? Isso seria possível?
2. Quais seriam as ações e estratégias necessárias para que o brasileiro possa viajar mais em seu País? O governo pode fazer algo nesse sentido? Discuta.
3. Você já viajou ou conhece alguém que viajou em busca de “experiências memoráveis” por meio do turismo? Descreva essas experiências.
4. Você conhece casos de sucesso do turismo brasileiro? Analise um desses casos.

FILOSOFIA E EPISTEMOLOGIA DO TURISMO

CENA DA VIDA TURÍSTICA

O município tinha certo grau de atratividade, mas, durante muito tempo, os prefeitos, os vereadores e o trade turístico estiveram mais preocupados em saber quem ia lucrar com os desvios dos investimentos governamentais no turismo do que com o planejamento da atividade. Porém, com esse novo prefeito, a coisa seria diferente. Jovem estudado, contratou de imediato uma consultoria da Capital para desenvolver o plano de turismo do município. “Agora a coisa anda”, todos falavam. O dono da consultoria havia se formado em uma faculdade que, por falta de alunos, acabou fechando o curso. Conheceu o prefeito em um congresso de estudantes, alguns anos atrás. O consultor nem imaginava que um dia teria esse tipo de serviço, pois quando estudou na faculdade nada em turismo lhe agradava. Até a sua monografia ele comprou em um desses sites da Internet que vendem trabalhos acadêmicos. Mas agora era formado e tinha diploma, além do mais era um profissional e tinha uma empresa. Bem, verdade é que esse seria o seu segundo trabalho na consultoria. O primeiro havia sido o treinamento de cinco recepcionistas para um hotel familiar. A ideia do plano de turismo foi lançada com festa no Salão Paroquial da cidade. Era para estar pronto em oito meses e com prazo de execução de três anos e meio. Os trabalhos não foram desenvolvidos conforme o estipulado no contrato e os pagamentos à

consultoria foram suspensos até que um novo cronograma fosse aprovado. Era impossível ao jovem consultor atender aos prazos, pois, para fazer o inventário, metas, diretrizes etc., tinha antes de ir à biblioteca ou procurar na Internet informações de como tais ações seriam desenvolvidas. E agora, sem os pagamentos da prefeitura, tudo ficara inviabilizado. Lembrou-se dos tempos de estudante e de quanto tempo perdeu em conversas de corredor ou no bar em frente à faculdade enquanto os demais colegas assistiam às aulas. Lembrou-se também de um professor que dizia sempre que tinham de ser críticos do turismo e no turismo, mas ele não era muito apegado a leituras e não gostava daquele papo. Recentemente, o Tribunal de Contas reprovou as contas de dois anos do município. Um dos projetos foi pago em parte, mas não foi executado. Alguém iria ter de explicar o caso.

1. INTRODUÇÃO

A filosofia sempre teve estreita ligação com o método científico e com o avanço da ciência de uma forma geral, porém nem sempre a ciência e a filosofia foram valorizadas como mereciam. Hoje em dia, a filosofia passou a um segundo plano na sociedade e, assim, os valores culturais e sociais carecem de análises e reflexões mais profundas.

As grandes invenções humanas tomaram o palco do espetáculo, e a análise crítica, amparada pela filosofia, passou ao segundo plano das atenções da sociedade. Todavia, a filosofia não morreu, e a cada dia mais o “mundo precisa de filosofia”, conforme afirmou Mendonça (1996). Aproveitando a ocasião, pode-se afirmar que “o turismo também precisa de filosofia”.

As ciências expõem resultados que podem ser imediatamente avaliados, e que a filosofia “apenas” dá sustentação a esse conhecimento. Por exemplo, para propor uma análise cuidadosa da globalização na sociedade, o cientista utilizará a filosofia, uma vez que terá de trabalhar com os conceitos de verdade, hipótese e erro que são todos oferecidos pela filosofia. Entretanto, ao expor seu resultado, ele não fará menção ao papel da

filosofia em seu estudo, uma vez que ela não foi o objeto de sua pesquisa. Assim, pode-se oferecer um número infinito de exemplos nos quais se observa que a filosofia é a base da pesquisa, mas, como não expõe resultados diretos, não é valorizada como deveria. Tudo isso considerando que a filosofia é uma reflexão primeira sobre o homem e o mundo, que se preocupa com as questões fundamentais da existência humana, tais como a ética, o sentido da vida, a verdade científica, a lógica, os problemas metafísicos, ontológicos e transcendentais, dentre outros.

O ato de viajar é, muitas vezes, relativizado pelos turistas e pelos próprios estudiosos e empresários da área. Se os estudos filosóficos fossem utilizados nas reflexões turísticas, certamente todos poderiam obter melhor proveito das viagens. O filósofo inglês De Botton (2000, p. 17) chegou a afirmar:

Se nossa vida fosse dominada por uma busca da felicidade, talvez poucas atividades fossem tão reveladoras da dinâmica dessa demanda – em todo o seu ardor e seus paradoxos – como nossas viagens. Elas expressam – por mais que não falem – uma compreensão de como poderia ser a vida, fora das restrições do trabalho e da luta pela sobrevivência. No entanto, é raro que se considere que apresentem problemas filosóficos – ou seja, questões que exijam reflexão além do nível prático. Somos inundados de conselhos sobre os lugares *aonde* devemos ir, mas ouvimos pouquíssimo sobre *por que* e *como* deveríamos ir – se bem que a arte de viajar pareça sustentar naturalmente uma série de perguntas nem tão simples nem tão triviais, e cujo estudo poderia contribuir modestamente para uma compreensão do que os filósofos gregos denominaram pelo belo termo de *eudaimonia* ou desabrochar humano.

Neste aspecto, uma das questões que vêm afligindo os pesquisadores do turismo desde meados do século XX está a configuração, ou construção, de uma epistemologia que se propusesse a explicar as bases do conhecimento turístico por meio de uma teoria que articulasse as suas (multi) facetas.

Quais são os fundamentos do turismo? Como validar o conhecimento em turismo? Quais são as teorias válidas em turismo? Como produzir conhecimento em turismo? Essas perguntas exigem respostas que necessariamente passarão pela reflexão filosófica e pela construção epistêmica. Na ausência de tais reflexões, a academia de turismo sente carência de pesquisas científicas que de fato tragam algo de novo para o avanço do campo do conhecimento.

Até agora não ocorreu o estabelecimento de tal teoria. Segundo Comic (1989, p. 6), a explicação dada é que, quando se questiona a razão de ser do turismo, adentra-se no campo da filosofia, e os filósofos não estudam o turismo porque estão preocupados com outros “problemas fundamentais”. Além do mais, muitos pesquisadores do turismo olham o fenômeno apenas do ponto de vista de suas ciências de formação acadêmica, fator que ocasiona limitações na sua interpretação e, conseqüentemente, parcialidade no conhecimento produzido.

A rejeição da filosofia aos estudos turísticos ocorre, na visão de Comic (1989, p. 6), “porque esta deve se preocupar com os mais profundos problemas, e o turismo poderia representar sua vulgarização e redução para uma pseudofilosofia” e porque o turismo é visto como algo ‘insignificante’, não merecendo a reflexão filosófica”. Somente afastando-se desses pontos de vista é que o pesquisador poderá avançar nessa discussão.

No entanto, é inegável que vários autores desenvolveram “ensaios” sobre a temática. Esses ensaios constituem-se em “degraus” que servem de base para que o conhecimento avance. Antes de prosseguir, é necessário, entretanto, discutir sobre o que se entende por epistemologia.

2. EPISTEMOLOGIA

Essa primeira reflexão indica que a análise feita segue por um caminho filosófico, na busca de interrogar sobre as bases que constituem as análises do fenômeno turístico. Não é simplesmente uma exposição de resultados, mas muito mais um exercício de reflexão epistemológica.

Nos últimos dez anos, com o aumento dos cursos de Turismo no Brasil e no mundo, a produção em conhecimento na área aumentou significativamente. Foram produzidos livros, dissertações e teses com temáticas variadas relacionadas ao turismo, como estudos de caso de planejamento turístico; impactos ambientais; demanda turística; segmentação de mercado; turismo e educação, entre outros.

A produção acadêmica em turismo deveria construir uma teoria do turismo, mas as informações e pesquisas encontram-se desconectadas, impossibilitando o avanço significativo do debate.

Todas as novas pesquisas e os novos cursos geraram outra interrogação na academia de turismo: qual a validade desse conhecimento produzido? Em outras palavras: qual é a garantia que existe para dizer que esse conhecimento em turismo pode ser utilizado na prática e qual é a garantia de que ele não é um conhecimento falho?

Ao se formularem essas perguntas, os pesquisadores da área estão procurando saber a validade epistemológica de tal conhecimento – tema que passou a fazer parte dos congressos e das aulas nos cursos de Turismo. Mas, para debater sobre o tema “epistemologia aplicada ao turismo”, é necessário muito mais do que um conhecimento superficial sobre o assunto, pois é impreterível uma abordagem mais profunda, fundamentada na filosofia, mais especificamente na filosofia da ciência, que atinja a essência da discussão e que não paire apenas sobre seus aspectos superficiais. Eis aqui mais uma justificativa para o uso da filosofia nos estudos turísticos.

A epistemologia é também conhecida como teoria do conhecimento ou gnosiologia. Sua origem está no grego, onde *Gnosis* (*gnwsiv*) = conhecimento, ciência e *Logia* (*logia*) = estudo, discurso ordenado. A epistemologia, conforme conhecemos hoje nos círculos acadêmicos, nasceu junto com a ciência moderna, no século XVI.

Japiassu (1979, p. 16) explicou que por epistemologia “podemos considerar o estudo metódico e reflexivo do saber, de sua organização, de sua formação, de seu desenvolvimento, de seu funcionamento e de seus produtos intelectuais”.

A epistemologia não surgiu como uma disciplina filosófica, mas como “um modo de tratar um problema nascido de um pressuposto filosófico específico, no âmbito de determinada corrente filosófica, que é o idealismo” (ABBAGNANO, 1999, p. 183). Ela estuda a realidade das coisas, ou seja, o mundo externo ao ser humano. Parte de dois pressupostos: que o conhecimento é uma categoria do espírito (intelecto) e que o objeto imediato do conhecimento é a ideia ou a representação, que está na consciência do sujeito pensante (*idem*). A epistemologia busca verificar o que é válido no conhecimento de determinado fenômeno. É importante ressaltar que essa “realidade das coisas” se refere ao sentido filosófico, que busca o fim último das questões da natureza (sua razão de ser e essência), e não somente os aspectos superficiais (seus acidentes e externalidades).

Por ser um modo de verificar os fundamentos conceituais, ou seja, a validade do que se conhece em uma determinada área, a epistemologia aplica-se a todas as disciplinas acadêmicas que conhecemos. Em cada disciplina, existe um método específico, ou vários, para tal verificação; por isso existe a epistemologia do direito, a epistemologia da filosofia, da psicologia, e assim por diante. Entretanto, não se pode ainda dizer que existe uma epistemologia do turismo, pois a mesma ainda está em fase de elaboração, como se pretende explicitar aqui.

Um dos itens abordados pela epistemologia é a aquisição do conhecimento. Neste aspecto, são três as principais vertentes: o empirismo, o racionalismo e o criticismo.

O *empirismo* afirma que a origem do conhecimento é a experiência. Para os empiristas, as sensações são o campo de partida para a concepção de ideias, e somente pelo contato do intelecto com o mundo externo poderia o conhecimento ser produzido.

David Hume (1711-1776) foi um dos principais expoentes desta corrente filosófica. Para ele, não existe metafísica nem ciência com fundamento em leis causais. Seu pensamento é essencialmente crítico, só existem sensações, por isso afirmou que todo conhecimento é baseado em sensações. Com Hume, o empirismo atingiu seu mais alto grau de desenvolvimento.

Os *racionalistas*, por sua vez, não acreditam que a experiência seja a forma única de conhecimento, e colocam a razão como preponderante no processo cognitivo. Para o racionalismo, os fatos são importantes nesse processo, mas não são fonte de todos os conhecimentos e apenas eles não oferecem condição de certeza.

O maior filósofo da linha racionalista foi René Descartes (1596-1650), autor do clássico *Discurso do método*. Nessa obra, dividida em seis partes, Descartes expôs quatro regras ou preceitos que devem ser seguidos para que uma pesquisa seja considerada válida e verdadeira: primeiro, colocar a dúvida; segundo, dividir o objeto de estudo; terceiro, iniciar a pesquisa do mais fácil para o mais difícil; e quarto, revisar os resultados para ter certeza que não se está omitindo nada.

Descartes também é autor da célebre frase *cogito ergo sun* (“penso, logo existo”), e é aqui que ele considera que se encontra a sua primeira verdade, a sua certeza maior. Assim, seu método se origina primeiro na mente do ser pensante com a intuição, e não na experiência, como afirmam os empiristas.

O *criticismo*, de sua parte, pretende ser uma visão que supera esse conflito razão-experiência. Os adeptos dessa corrente propõem um estudo mais detalhado e meticuloso do ato de conhecer, sempre colocando o problema na percepção conjunta do “sujeito-objeto”.

O nome criticismo vem da *Crítica da razão pura*, obra do filósofo alemão Emanuel Kant (1724-1804). Para Kant, a “razão humana não é somente ‘razão teórica’, ou seja, capaz de conhecer, mas também ‘razão prática’, ou seja, razão capaz de determinar também a vontade e a ação moral” (REALI & ANTISERI, 1990, p. 906).

Partindo do problema do conhecimento científico, a epistemologia

[...] indaga sobre as afirmações científicas; por isso mesmo ela é uma reflexão crítica de estilo filosófico, sobretudo do que a ciência faz. Ela é, por conseguinte, uma Filosofia da Ciência. Ela indaga sobre os critérios de cientificidade e sobre o método científico. Delimitar o campo das ciências experimentais e das não experimentais, avaliar criticamente a na-

tureza e o valor do conhecimento científico, analisar e discutir seus princípios, bem como os elementos metodológicos usados na sua construção, discutir a linguagem usada na ciência etc. estão entre as tarefas da epistemologia (CARNIELLI, 1998, p. 195-96).

Além das indagações acima destacadas, a epistemologia levanta, dentre outras, as seguintes questões: o que podemos conhecer? Como podemos conhecer? Por que conhecemos algumas coisas e não outras? Como adquirimos o conhecimento? O conhecimento é possível? Pode o conhecimento ser verdadeiro? São indagações que vão fundo naquilo que condiciona a ciência que produz conhecimento e os conteúdos do pensamento no ato da produção desse conhecimento.

A aplicação da epistemologia nos estudos turísticos é de extrema importância, uma vez que ela pode auxiliar na explicação do fenômeno turístico e, ao mesmo tempo, fornecer bases científicas seguras para os pesquisadores de turismo.

A epistemologia tem adquirido cada vez mais importância na produção do conhecimento na atualidade, e com o turismo não é diferente. Dentre os causadores desse fato, estão os seguintes: primeiro, a necessidade de novas pesquisas na área que respondam a novos problemas criados pela prática do turismo; segundo, o aumento da importância do “fazer turismo” em todo o mundo, devido a fatores ligados ao estresse diário, problemas familiares, globalização, competitividade acirrada em todos os campos de atuação profissional; terceiro, o aumento das publicações na área do turismo em nível mundial; e quarto, o aumento dos cursos superiores, técnicos e de pós-graduação em Turismo.

Partindo do pressuposto de que não existe uma epistemologia do turismo, argumenta-se que sua “criação” – melhor seria dizer seu estabelecimento ou sua aplicação – é imprescindível. Quando se fala que é importante uma epistemologia do turismo, quer dizer que é necessário aplicar esse modo de interpretação (validação/teste) no (do) conhecimento construído que temos do turismo. Exemplo hipotético: o pesquisador “A” desenvolve um estudo sobre a potencialidade turística e a capacidade de

carga de uma praia fluvial qualquer. Sua conclusão é que o destino apresenta índice “y” de atratividade e suporta “x” turistas. O pesquisador “B” vai analisar as bases teóricas que fundamentaram esse trabalho e descobre que a metodologia utilizada pelo pesquisador “A” para medir a potencialidade do local não pode ser aplicada em áreas naturais, pois ela foi desenvolvida para ser aplicada apenas em localidades cujo principal atrativo é a cultura material e não aceita variável dessa natureza. O pesquisador “B” questionou sobre a validade do conhecimento produzido por “A”. Entretanto, ainda assim, ele não “fez” uma epistemologia do turismo, mas apenas verificou que a metodologia empregada não era ideal. Para “fazer” uma epistemologia do turismo, “B” deveria ainda questionar, à luz da razão, não somente os resultados demonstráveis, mas também as bases da teoria que fundamentou a criação da metodologia aplicada no referido estudo.

A epistemologia aplicada ao estudo do turismo, segundo Tribe (1997), tem importância fundamental. Primeiro, porque ela promove uma revisão sistemática do que é legítimo no conhecimento do turismo, como já apontado anteriormente; segundo, porque não há concordância sobre o mapa ou os limites dos estudos turísticos, e a epistemologia pode ajudar para que tais limites sejam estabelecidos.

Jovicic (1988), partindo da afirmação de que a prática do turismo é muito mais avançada do que a teoria que aborda essa prática, também argumentou em favor do estabelecimento de uma teoria do turismo, que deverá passar, obrigatoriamente, por uma descrição epistemológica. Para esse autor, tal descrição teria viés fenomenológico e seria a “mais apurada e objetiva explanação do turismo como um fenômeno especial, a mais precisa e clara das definições do objeto da pesquisa em turismo” (Jovicic, 1988, p. 3). Com essa proposta, considerou que aumenta a possibilidade de entendimento da ideia básica do turismo: onde o turismo começa e onde ele termina.

3. ABORDAGENS

Ao se falar de uma epistemologia do turismo, não se está falando, necessariamente, de uma ciência do turismo, mas é inegável que, com

essa argumentação, a sequência da ideia é perguntar sobre tal aspecto. Sobre isso é necessário dizer que se enganam aqueles que pensam que o turismo já se constitui uma ciência. O conceito moderno de ciência é amplo e pode variar de autor para autor. As *hard sciences* (conceito que diferencia as ciências naturais e físicas das ciências humanas e sociais) historicamente possuem um *status* “mais elevado” de ciência por causa de seus objetos de estudos e métodos utilizados. Mas tal fator não deve ser um limitador para as ciências humanas e sociais (das quais o turismo faz parte). Se o termo ciência for pensado de acordo com a definição das *hard sciences*, então o turismo nunca chegará a ser uma ciência. Mas, se for adotado o conceito de ciência das áreas humanas e sociais, com as novas visões pós-modernas do conhecimento, então o turismo pode um dia ser considerado uma ciência. Depende do ponto de vista da análise adotada. Uma visão rápida sobre as várias definições de ciência pode ser consultada nas obras de Lungarzo (1991), de Horgan (1998) e de Santos (2004).

Uma importante reflexão sobre a dificuldade de se construir uma ciência turística é feita por Boullón (2002, p. 20):

Para se elaborar uma teoria científica, primeiro é preciso que haja uma série de hipóteses, que constituem o ponto de partida das cadeias dedutivas, cujos últimos elos devem passar pela prova da experiência. Completando-se uma série de hipóteses, satisfatoriamente comprovadas, teremos a possibilidade de dizer que esse conjunto de ideias (nascidas do intelecto e da informação, e, além disso, organizadas sistematicamente) pode constituir os princípios gerais de uma determinada disciplina do saber. Na ciência, todo princípio geral deve ser exato, mas também flexível, de tal maneira que o sistema ideológico possa evoluir quando novas evidências demonstrarem a existência de algum erro no conhecimento e na interpretação da realidade.

Seguindo seu raciocínio, Boullón afirmou que não se conhece nenhum pesquisador que tenha alcançado essa sistematização do conheci-

mento turístico. Tal afirmação leva à conclusão de que o fato de o turismo se tornar uma ciência é uma realidade ainda a ser alcançada.

O fato de o turismo não ser aceito como uma ciência não é problema. Ao lermos os vários autores mundiais que tratam da produção do conhecimento em turismo, percebemos que há três grupos com opiniões distintas sobre esse tema. Há um grupo otimista que acredita que, pela produção científica existente, o turismo já pode ser considerado uma ciência. Existe um segundo grupo, também otimista, porém mais cauteloso em suas afirmações, que acredita que o turismo está a caminho de se tornar uma ciência, mas que, para isso acontecer, a pesquisa na área deve ser intensificada, com o objeto abordado e o método de pesquisa utilizados mais bem definidos. E há o terceiro grupo de pesquisadores, que percebem o turismo como uma atividade humana que é estudada pelas mais diversas disciplinas científicas e que não é e nunca será uma ciência.

A argumentação de Boullón remete a Thomas S. Kuhn, que, em seu maior trabalho, *A estrutura das revoluções científicas*, dentre os vários temas abordados, trata de como ocorrem as mudanças de paradigmas (que podem ser traduzidos aqui por “alicerces”) das ciências e de como são construídas tais ciências. Apesar de ilustrar seu trabalho com exemplos da física, da química e da biologia, suas reflexões podem ser aplicadas também ao campo das ciências sociais e, assim, por analogia, ao turismo.

A palavra-chave para entender o pensamento de Kuhn é *paradigma*. Platão empregava o termo paradigma no sentido de modelo; Aristóteles considerava paradigma como exemplo (ABBAGNANO, 1999, p. 742). Kuhn empregou esse termo em vários sentidos, o que chegou a causar confusão entre seus leitores.

Para Kuhn (2001, p. 219) “um paradigma é aquilo que os membros de uma comunidade científica partilham e, inversamente, uma comunidade científica consiste em homens que partilham um paradigma”. Dencker (1998, p. 33), amparada pela teoria kuhniana, ofereceu uma definição mais clara de paradigmas, como “visões de mundo; conceitos e valores que orienta as investigações, pois permeia toda a cultura e, por conseguinte, as investigações científicas”.

A construção de um modelo, ou paradigma, aceito por uma comunidade, dá-se de forma lenta e, quando ocorre, nega quase por completo o paradigma considerado até então. “Para ser aceita como paradigma, uma teoria deve parecer melhor que suas competidoras, mas não precisa – e de fato isso nunca acontece – explicar todos os fatos com os quais pode ser confrontada” (Kuhn, 2001, p. 38). Geralmente, o novo paradigma é descoberto ou criado por um pesquisador jovem, ou por um grupo de pesquisadores que duvidam do paradigma vigente.

Ainda segundo Kuhn (2001, p. 33), com o desenvolvimento da ciência, “hoje em dia esse padrão é familiar a numerosos campos de estudo criadores e não é incompatível com invenções e descobertas significativas”. Explicando: hoje em dia, cada ciência tem o seu ou os seus padrões (paradigmas, modelos, fundamentos) criados por seus pesquisadores, e que servem de orientação para estes mesmos pesquisadores. Assim, compreende-se a explicação de Kuhn, segundo a qual paradigmas seriam conceitos teóricos e valores aceitos por uma comunidade científica que aplica tais conceitos e valores em suas pesquisas. Portanto, seriam as conquistas científicas obtidas que são universalmente reconhecidas por seus pares e que fundamentam, por um período de tempo, o avanço da ciência.

Para exemplificar, Kuhn (2001) disse que, antes de Newton, todo cientista que fosse estudar a óptica física deveria construir seus fundamentos de estudo, pois ele não se sentia obrigado a aceitar um paradigma posto, uma vez que o mesmo ainda não existia, ou, se existia, não tinha grande aceitação entre seus pares.

Com o turismo ocorre quase o mesmo. Há algumas teorias, mas os pesquisadores não se sentem obrigados a aceitá-las, e então partem para estudos independentes a fim de formular seus próprios fundamentos. Esse é o caso de autores como Fuster (1971), que propôs um estudo funcionalista do turismo; Leiper (1979), Sessa (1985), Lainé (1985) e Beni (2001), que ofereceram uma abordagem estruturalista fundamentada na Teoria Geral de Sistemas, gestada por L. Von Bertalanffy; Jafari e Ritchie (1981), que adaptaram o estudo interdisciplinar ao turismo; e Molina

(1991) e Centeno (1992), que sugeriram a fenomenologia para o estudo do turismo, apenas para citar alguns.

Echtner e Jamal (1997, p. 876-7), após analisarem a perspectiva de Kuhn, afirmaram que o turismo ficará restrito a ser um tópico especializado de pesquisa. Isto é, continuará sendo uma área de estudos dentro de cada disciplina. E foram além: “O turismo não é somente um fenômeno pré-paradigmático, mas ele também pertence a várias e incomensuráveis áreas de estudo. Isso não é uma posição viável para aspirar a uma nova disciplina”.

Nesse ponto é interessante fazer a delimitação entre disciplina e campo de estudo. A disciplina é algo que pode ser ensinado e aprendido. Ela tem o seu objeto de pesquisa específico, e seu método de pesquisa leva à obtenção de resultados satisfatórios quanto a testes lógicos e de validação. A disciplina estuda uma parte da realidade, e tem todas as ferramentas para tal processo.

O campo de estudo, por sua vez, não possui método próprio de pesquisa, e seu(s) objeto(s) não se apresenta(m) ainda com os limites definidos, como é o caso do turismo. Além do mais, quando há um problema a ser resolvido no campo, o mesmo passa a ser abordado por diversas disciplinas, que aplicam os seus métodos próprios para sanar o problema. Por exemplo, no caso de um destino turístico precisar mudar a sua imagem junto ao mercado estrangeiro, investimentos em campanhas de marketing serão feitos, como também reaparelhamento da infraestrutura básica e turística, educação e treinamento para a população local e promulgação de leis relativas à segurança dos turistas. Somente nesse pequeno exemplo foram envolvidos o marketing, a engenharia, a pedagogia, o direito e outro grande número de disciplinas e campos que não aparecem diretamente.

Resumindo: campo é o objeto de estudo e disciplina é a forma de estudo. Mas não é apenas o turismo que se encontra no patamar de campo de estudo. Apenas para ilustrar, a informática, a ecologia, a saúde pública, o marketing, a publicidade e o jornalismo encontram-se nesse mesmo patamar.

Jafari e Ritchie (1981) e Jafari (2005a, 2005b) trataram o turismo como campo, mas avançaram e propuseram a abordagem interdisciplinar do fenômeno. Para eles, o turismo deve estar vinculado a um centro de estudos do qual devem emanar as disciplinas ligadas diretamente ao turismo, as quais estão vinculadas, por sua vez, ao departamento originário de cada uma delas, como demonstra a Figura 1.

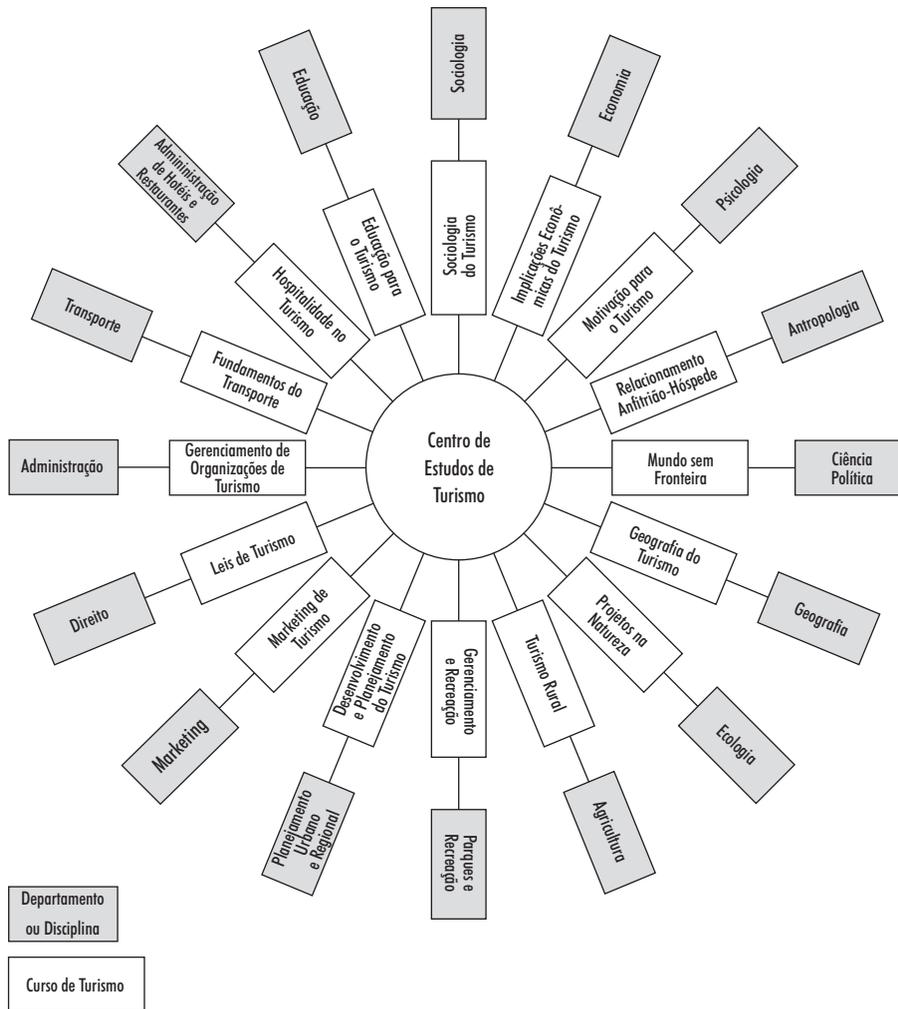


Figura 1. Modelo de produção do conhecimento em turismo

Fonte: Adaptada de Jafari (2005a).

Segundo Jafari e Ritchie, por ser tema de estudo de diversas disciplinas, o turismo pode usar da interdisciplinaridade e partir para a formação de um corpo teórico que responda a seus problemas de base e que seja aceito pela comunidade acadêmica.

Em outro artigo, Jafari (1994) avançou na consideração sobre o aspecto científico (por isso disciplinar) do turismo. Para ele, o turismo está trilhando o caminho percorrido pela antropologia. Referindo-se às ciências já estabelecidas, afirmou:

Cabe destacar que os “pais fundadores” de cada disciplina tinham diferentes especializações e/ou antecedentes. Os pontos mais importantes de sua produção intelectual gradualmente se afirmaram em torno de uma posição comum, a partir da qual surgiu cada disciplina. Com o passar do tempo, o jovem corpo de conhecimento foi alimentado e ganhou cada vez mais altura. Esse processo foi acompanhado pelo reconhecimento público, especialmente nos centros de educação superior, em cujo fértil terreno se plantaram as primeiras sementes. A antropologia é uma das ciências que atravessou esse processo, que posteriormente a levou a converter-se em uma ciência [...] Essa breve descrição poderia aplicar-se para ilustrar a situação que está atravessando o turismo neste momento (JAFARI, 1994, p. 9).

No texto citado, Jafari (1994) revestiu-se de historiador das ciências e apresentou a sua maneira de entender o trajeto dos estudos acadêmicos do turismo, que eram divididos em quatro etapas em 1994, às quais foi acrescentada mais uma em 2005 (JAFARI, 2005b), e que ele denominou plataformas. São elas:

- 1^a plataforma defensora – o bem – na qual os estudiosos e o mercado destacam apenas os pontos positivos do turismo;
- 2^a plataforma de advertência – o mal – destaca os aspectos negativos do turismo, tanto sociais como econômicos, culturais e ambientais;

- 3^a plataforma de adaptação – o como – destaca a importância de formas alternativas para o turismo, como o turismo verde, o turismo indígena, o turismo responsável, o turismo branco, e assim por diante;
- 4^a plataforma baseada no conhecimento – o porquê – originária direta das três plataformas anteriores, encontra-se, principalmente, nos meios acadêmicos. Vê o turismo com necessidade de bases científicas e que mantenha laços com as demais plataformas. Considera o turismo de forma holística e tem como objetivo criar um corpo teórico forte;
- 5^a plataforma que advoga o turismo como fenômeno público – o público – considera que o turismo tornou-se importante e relevante nos meios acadêmicos, governamentais, nos meios de comunicação, na economia, no desenvolvimento sustentável e em uma grande gama de atividades humanas. É a plataforma baseada no processo de evolução do turismo.

Quando ao processo de tornar o turismo mais científico, Jafari (2005b, p. 5) encerrou sua reflexão afirmando:

O turismo transformou-se de uma atividade puramente de negócios, da época do pós-Segunda Guerra Mundial, para sua atual plataforma multidisciplinar, com um exército de pesquisadores que tem contribuído no processo de estabelecer bases científicas para o fenômeno. Esse avanço rápido e intenso concretizou-se graças à migração de vários pesquisadores para esse campo, trazendo seu conhecimento de origem, proporcionando um ímpeto de sentido e direção para as pesquisas. A massa resultante de conhecimento não é livre de limitações, muitas delas naturalmente delineadas pelo turismo em si.

Entretanto, já é tempo de mudar o tradicional fluxo unilateral de informações para um sistema de duas vias, para também exportar o conhecimento produzido aos outros campos acadêmicos (e para as instâncias práticas). O turismo precisa referenciar-se nas disciplinas que contribuí-

ram para formar seu *status* científico. Mais precisamente, ele precisa estabelecer impressões ou ligações periféricas com esses outros campos. Precisamos parar de olhar para nós mesmos, de falar apenas com nossos pares: privatização de pensamentos e ações, na melhor das hipóteses. Em vez disso, temos de dirigir nossas atenções para construir pontes com outras áreas e se abrir ao público.

Apesar de ser um dos mais expressivos estudiosos e trabalhar há muito tempo pela cientifização do turismo, Jafari sofreu dura crítica de Tribe (1997) em relação à sua busca de uma ciência do turismo e em relação ao modelo interdisciplinar proposto por ele e Ritchie (Figura 1). Amparado por teóricos da filosofia das ciências, Tribe (1997) “avançou” no modelo interdisciplinar desses autores e propôs um novo esquema de interpretação do turismo que, segundo ele, nunca chegará a ser uma disciplina.

Tribe (1997) concordou com a importância da abordagem interdisciplinar nos estudos turísticos, mas percebeu deficiências no modelo de Jafari e Ritchie. Para ele, a mistura de departamentos e disciplinas pode causar confusão. Uma solução seria colocar, no círculo de dentro, os problemas de estudo (isto é, os objetos de estudo) e, no círculo de fora, os métodos de análise (isto é, a abordagem disciplinar). E considerou ainda:

[...] enquanto sociologia, economia e psicologia representam disciplinas, parques e recreação, educação, hotelaria e agricultura, não. Parques e recreação, transporte e educação, no momento, representam alguma coisa a ser estudada, e não um modo de estudo. Por isso elas pertencem ao círculo central (TRIBE, 1997, p. 649).

Com essa passagem, ocorre a crítica ao nivelamento entre áreas de estudo de diferentes “graus” científicos feito por Jafari e Ritchie (1981).

Tribe não viu o turismo como um campo de estudo, mas como dois campos. O campo do turismo I seria o estudo dos aspectos comerciais do turismo (CT1) do qual a “identidade é emprestada da maturidade crescente do campo dos negócios, que tem tentado agora criar um território par-

ticular. O aspecto comercial do turismo divide um território similar com o estudo dos negócios, mas em um contexto turístico” (TRIBE, 1997, p. 649). Esse campo inclui marketing turístico, leis turísticas e gestão do turismo. O campo do turismo 2 seria o dos aspectos não comerciais do turismo (CT2). É mais atomizado e necessita que uma outra base faça a sua ligação com o turismo. Ele aborda áreas como impactos ambientais, percepções turísticas, capacidade de carga e impactos sociais.

Por meio da soma dos aspectos comerciais do turismo (CT1) e dos aspectos não comerciais do turismo (CT2), Tribe criou o campo do turismo (CT), representado pela seguinte expressão: $CT = CT1 + CT2$. (No original em inglês: *Tourism Field (TF)*: $TF = TF1 + TF2$.)

Por essa análise, Tribe propôs um novo modelo na compreensão do turismo, demonstrado na Figura 2. No círculo de fora, estão as disciplinas e as subdivisões disciplinares que estudam o turismo com suas ferramentas particulares. No centro do círculo, estão os dois campos do turismo. Entre o círculo de fora e o círculo do meio, há uma área na qual a teoria e os conceitos do turismo são refinados – essa área leva o nome de “banda k”. É aí que o conhecimento do turismo é criado. Ela representa a interface das disciplinas com os campos do turismo. Segundo o autor, quando a economia entra em contato com o turismo, nasce o estudo do efeito multiplicador do turismo, por exemplo. Portanto, a banda k representaria o local da atividade multidisciplinar e interdisciplinar (TRIBE, 1997).

Dentre as inúmeras ponderações, Tribe concluiu sua reflexão afirmando que o turismo não será uma disciplina, muito menos uma ciência. Para ele, a pesquisa para tornar o turismo uma disciplina deveria ser abandonada, uma vez que é provável que seus estudos permaneçam na fase pré-paradigmática apontada por Thomas Kuhn, sem que isso possa ser considerado um problema. Ou seja, o turismo deverá continuar sendo uma não ciência.

Para tornar o turismo uma disciplina, entretanto, não basta boa vontade. Resta saber se essa proposta, quando estiver mais amadurecida pela academia, passará pela prova da falseabilidade proposta por Karl Popper.

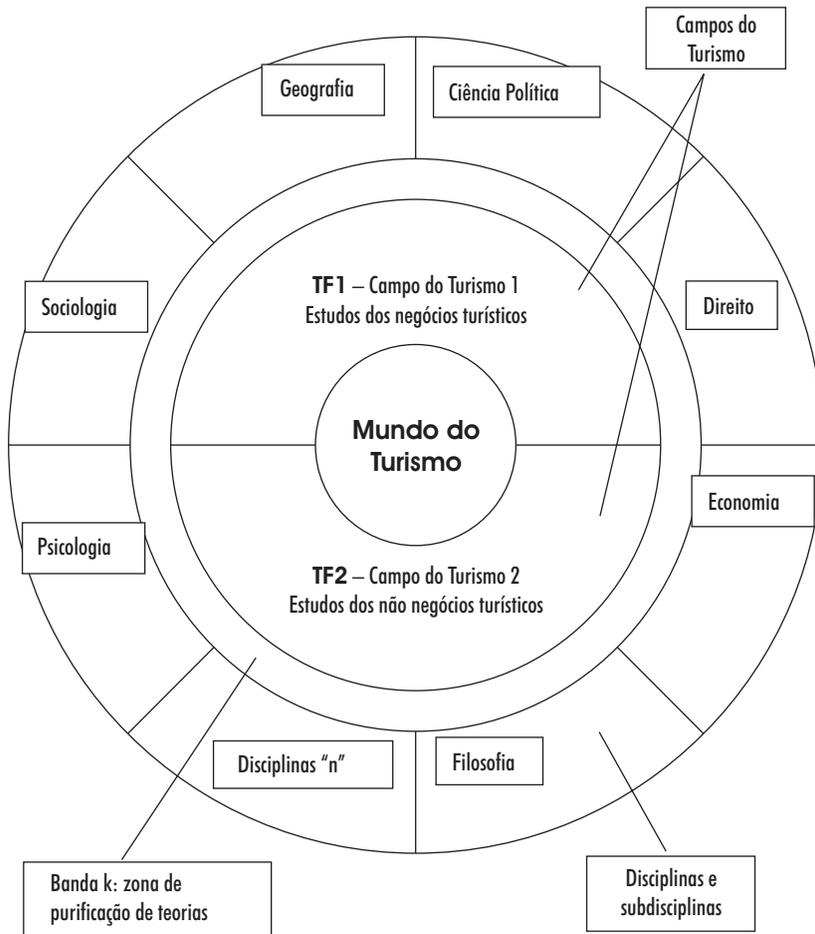


Figura 2. Criação do conhecimento em turismo na visão de John Tribe

Fonte: Adaptada de Tribe (1997).

Segundo Popper, a ciência não avança em “saltos” que negam toda a teoria anterior, mudando-se assim a crença para uma nova teoria, como sugeriu Kuhn. Para Popper, o princípio do avanço e da validade de uma ciência é a falseabilidade. O cientista deve expor seu pensamento e esperar por críticas que o obriguem a reformular as partes falhas; somente assim o conhecimento avança. “O ponto decisivo de racionalidade, segundo

Popper, é a atitude crítica, a atitude pela qual posso estar errado e você certo e, juntos, podemos nos esforçar para chegar mais perto da verdade” (NEWTON-SMITH, 1997, p. 31).

Para Popper, a ciência tem caráter racional porque está aberta às críticas empíricas “e porque ela permanece pronta a rejeitar qualquer dessas teorias, caso a crítica tenha êxito, não importa quão impressionantes foram as realizações da teoria do passado” (WORRAL, 1997, p. 92). Seu esquema mais conhecido de explicação do avanço do conhecimento é assim representado:

$$P1 \rightarrow TT \rightarrow EE \rightarrow P2$$

Onde:

P1 = problema inicial;

TT = teoria proposta para resolver o problema;

EE = processo de eliminação de erro pelo qual passa a teoria;

P2 = problema revisto que se origina do processo de ensaio e erro.

Pode-se dizer que foi a esse processo que Tribe (1997) submeteu a teoria de Jafari e Ritchie (1981). Note-se que a fase P2 não é uma situação final, mas uma situação inicial para uma nova tentativa de maior aproximação da verdade. Isso leva a crer que a conclusão de Tribe pode (e deve) ser criticada e revisada, provocando um novo avanço no conhecimento.

É por esse processo que o conhecimento em turismo deve passar. Deve ser analisado, criticado e melhorado; só assim poderá almejar *status* científico. Importa dizer que o que está escrito neste livro também está à espera de análise crítica, para que, no futuro, tenha maior êxito.

Também se sabe que “só pode haver ciência, no sentido estrito do termo, expressa, ou seja, que represente seus objetos num sistema simbólico” (GRANGER, 1994, p. 52). Entretanto, onde está esse sistema simbólico no turismo? Ainda não há consenso sobre a definição dos termos “turista”, “turismo”, “visitante”, entre outros, o que dificulta o entendi-

mento dos trabalhos acadêmicos e do uso das teorias na prática. Nesse ponto, o princípio de falseabilidade de Popper é aplicado, pois o problema de terminologias do turismo constitui-se numa superação epistemológica a ser alcançada.

4. FASES TEÓRICAS DO TURISMO

Panosso Netto (2005), tendo por fundamento a teoria dos paradigmas científicos, elaborada por Thomas S. Kuhn, identificou três grupos básicos de autores que procuraram explicar teoricamente o turismo. Ressalta-se, porém, que a “linha” divisória entre uma fase e outra é tênue e se torna complexo e incerto classificar cada uma delas, pois muitas vezes determinado autor pode estar em uma área de transição entre uma fase e outra, como é o caso de Krippendorf (1985) que, partindo do sistemismo, avançou em direção a uma proposta mais social do turismo; ou o caso de Molina (1991) que, em seus estudos, ora transitou pelo campo do sistemismo, ora transitou pelo campo da fenomenologia.

A primeira fase é a *pré-paradigmática*, pois é composta por autores que foram os primeiros a sugerir uma análise teórica do turismo, sem estarem fundamentados na Teoria Geral de Sistemas. Os nomes mais proeminentes desse grupo são Luiz Fernández Fuster (1971), Walter Hunziker, K. Krapf, A. J. Burkart e S. Medlik (1974), Jafar Jafari e Brent Ritchie (1981).

Entre a fase pré-paradigmática e a fase paradigmática, há uma área de transição de teorias, pois ali estão autores como Salah-Eldin Abdel Wahab (1977) e Raymundo Cuervo (1967), que introduziram a proposta de se analisar o turismo tendo como base a Teoria Geral de Sistemas.

A segunda fase é composta por autores que utilizaram a TGS nos estudos turísticos, a qual se constituiu, como se entende aqui, em um paradigma, qual seja o *Paradigma Sistema de Turismo*. Alguns representantes dessa fase são Salah-Eldin Abdel Wahab (1977), Raymundo Cuervo (1967), Neil Leiper (1979), Alberto Sessa (1985), Mario Carlos Beni (2001) e Roberto Boullón (2002), dentre vários outros. Considera-se que a abordagem

sistêmica é um paradigma nos estudos turísticos porque a visão sistêmica tem grande difusão, abrangência e utilização nos estudos dessa área e, até o presente momento, é a teoria que melhor explica a dinâmica do turismo, apesar de ainda conter elementos que dificultam a compreensão.

Após a fase Paradigma Sistema de Turismo, há a área de transição de autores que se situam entre a segunda fase e a terceira fase. Essa área é formada por autores – Jost Krippendorf (1985), Sergio Molina (1991), Maribel Osorio García (2005) e Alfredo Ascânio (1992) são alguns exemplos – que estão (ainda) fundamentando seus estudos na Teoria Geral de Sistemas, mas que já demonstraram em seus trabalhos propostas mais avançadas que se configuram quase como novas abordagens do turismo.

A terceira fase teórica é intitulada *novas abordagens*. Diferencia-se das duas primeiras porque propõe análises diferentes e inovadoras do turismo. Alguns autores dessa fase propõem esquemas e interpretações que visam a superar o Paradigma Sistema de Turismo, seja por meio da reformulação da Teoria Geral de Sistemas aplicada ao turismo, seja por meio da tentativa de recolocar o homem no centro da discussão do turismo. Esse grupo é formado por autores como Jafar Jafari (1995), John Urry (1996), John Tribe (1997) e Marcelino Castillo Nechar (2006). A Figura 3 ilustra essas três fases com as duas áreas de transição.

Nas abordagens discutidas, fica claro que ainda não há um consenso acadêmico do turismo sobre qual a melhor teoria para estudar o fenômeno. Na realidade, uma teoria que aborde todos os aspectos do turismo ainda não foi criada. O que existe são aproximações que se tornam importantes, pois juntas, avançando, criticando e sofrendo críticas, construirão a “escada” que levará a uma interpretação mais completa do fenômeno turístico.

Destaca-se, por sua vez, uma questão que ficou em evidência: o turismo deve ser estudado como um campo ou como uma disciplina? Se for estudado como um campo, o turismo ficará sempre “preso” aos limites de disciplinas científicas como a economia, o direito, a filosofia, a sociologia, a psicologia e outras mais. Maiores estudos são necessários para identificar as possibilidades de se elevar o turismo ao *status* de disciplina, o que até o presente momento não aconteceu.

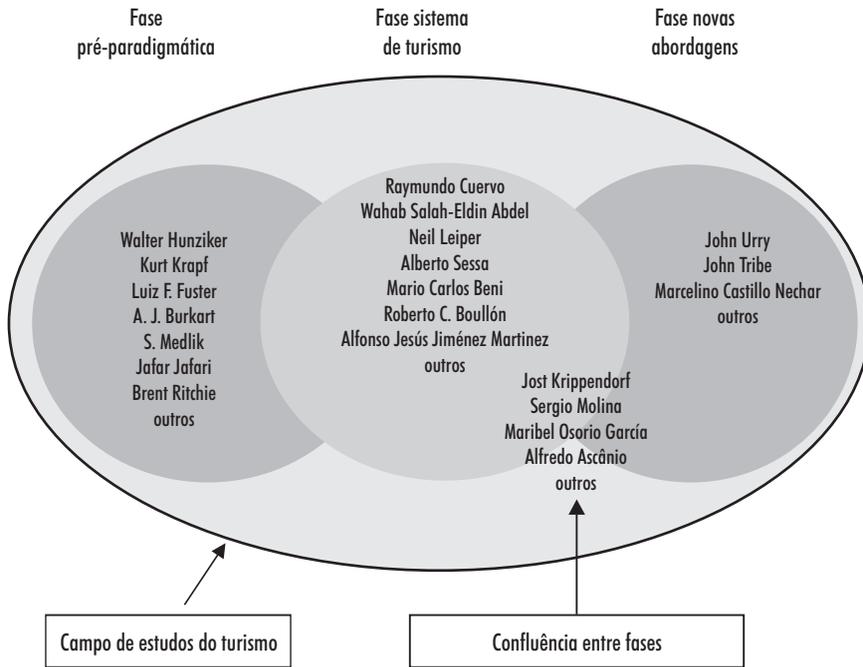


Figura 3. Fases teóricas do turismo

Fonte: Panosso Netto (2005).

Cabe aqui questionar se a disciplina intitulada Teoria Geral do Turismo, que existe nos cursos de Turismo, geralmente no primeiro ano, tem denominação correta. Talvez o mais correto fosse chamá-la de Fundamentos do Turismo ou de Introdução aos Estudos Turísticos, pois, como se pode perceber, não existe uma “Teoria Geral do Turismo”, mas sim abordagens teóricas com base na filosofia, sociologia, economia etc., que tentam explicar o fenômeno, mas que ainda não conseguiram responder às principais questões sobre os fundamentos epistêmicos do turismo, e que também não chegaram a um consenso entre os estudiosos. Sobre esse assunto sugere-se a consulta ao livro *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*, de Lohmann e Panosso Netto (Aleph, 2008).

5. INDICADORES DE AVANÇOS

Para avançar na discussão de uma epistemologia do turismo, são necessários grupos de estudiosos articulados e que abordem os mais referidos aspectos desse campo de estudo. Nesse sentido, apesar do pensamento contrário de alguns críticos brasileiros, notadamente de áreas afins à do turismo, os estudos em turismo no Brasil avançaram significativamente nos últimos 15 anos.

O Brasil tornou-se um líder nas pesquisas em turismo na América Latina. O México é o outro grande líder nos estudos turísticos, pois o primeiro curso de turismo das Américas surgiu na cidade de Toluca, na Universidad Autónoma do Estado do México (www.uaemex.mx), em 1958. Além do mais, a Editora Trillas (www.trillas.com.mx), sediada na Cidade do México, é uma das maiores editoras na publicação sobre turismo em língua espanhola, iniciando suas publicações nessa área no início dos anos 1980. No Brasil, os estudantes de turismo das décadas de 1980 e 1990 utilizavam com muita frequência os livros dessa editora. Foi assim que autores como Cardénas, Molina, Acerenza e Boullón tornaram-se conhecidos no Brasil. Portanto, vê-se que não é muito fácil superar um país com mais de 50 anos de estudos científicos em turismo.

Argentina e Chile também têm produção acadêmica em turismo, mas, em termos de quantidade de livros publicados e de investigadores, são inferiores a Brasil e México.

Há várias ações e fatores que indicam que existem significativos avanços na investigação em turismo no Brasil, tais como explicitados a seguir.

LIVROS PUBLICADOS

Desde 1990, 27 editoras brasileiras publicaram 453 livros de turismo. Sem dúvida, uma quantia reduzida diante da importância do turismo mundial; por outro lado, é o maior número de publicações de um país da América Latina (PANOSSO NETTO, 2007). As editoras que publicaram três ou mais livros de turismo no Brasil, desde 1990, são as apresentadas na Figura 4:

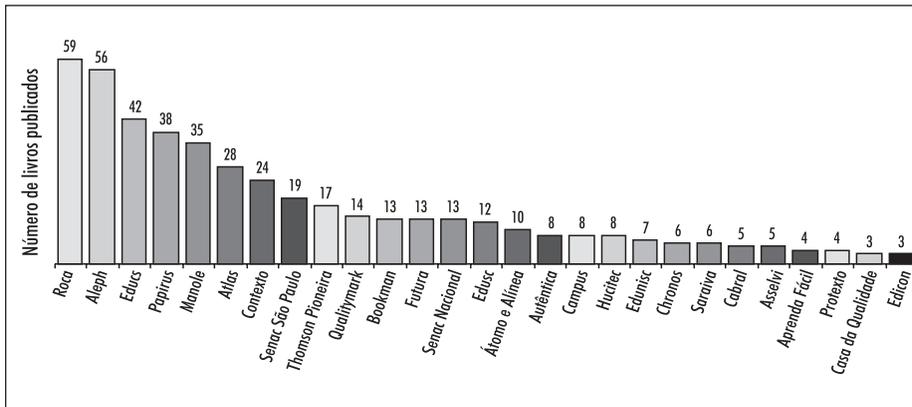


Figura 4. Gráfico. Editoras e quantidade de livros publicados

Fonte: Panosso Netto (2007) – Dados coletados entre 1ª e 31 de maio de 2007.

PERIÓDICOS

O número de periódicos científicos de turismo chega a 20 no Brasil, todavia apenas o *Turismo em Análise*, editado pela ECA/USP, possui classificação A Nacional pelo Qualis da CAPES (www.capes.gov.br/avaliacao/qualis). O segundo periódico melhor classificado é o *Turismo: Visão e Ação*, da UNIVALI, com classificação B Nacional.

Os periódicos que mantêm sua publicação atualizada – não considerando aqui sua qualidade editorial, conteúdo ou meio de publicação (impresso ou virtual) – estão relacionados abaixo¹.

- *Caderno Virtual de Turismo* (www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs)
- *Licere* (www.eeffto.ufmg.br/licere/home.html)
- *Pesquisas em Turismo e Paisagens Cársticas* (www.sbe.com.br/turismo.asp)

1. Os autores agradecem à professora doutora Mirian Rejowski por ter informado a relação completa dos periódicos.

- RBTUR – *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* (<http://rbtur.org.br/index.php/revista>)
- *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo* (www.ebape.fgv.br/revistaoit)
- *Revista Brasileira de Docência, Ensino e Pesquisa em Turismo* (www.facec.edu.br/seer/index.php/docenciaensinoepesquisae-turismo)
- *Revista Brasileira de Ecoturismo* – (RBECotur) – *Brazilian Journal of Ecotourism* (www.physis.org.br/rbecotur)
- *Revista Cultura e Turismo* (www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/index.php)
- *Revista de Economia, Administração e Turismo* – REÚNA (Centro Universitário UNA)
- *Revista de Turismo* (www.turismo.pucminas.br/r2n3)
- *Revista Eletrônica de Turismo* (www.revista.inf.br/turismo)
- *Revista Global Tourism* (www.periodicodeturismo.com.br)
- *Revista Hospitalidade* (www.editoraanhembi.com.br)
- *Revista Itinerarium* (<http://seer.unirio.br/index.php/itinerarium>)
- *Revista Nordestina de Ecoturismo* (www.arvore.org.br/seer/index.php/ecoturismo)
- *Revista Patrimônio: Lazer e Turismo* (www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/index.php)
- *Revista Turismo* (www.revistaturismo.com.br)
- *Revista Turismo e Desenvolvimento* (Editora Átomo e Alínea)
- *Revista Turismo em Análise* (<http://143.107.93.222/ojs/index.php/turismo/index>)
- *Revista Turismo: Visão e Ação* (www.univali.br/revistaturismo)

CURSOS DE GRADUAÇÃO E CURSOS TECNOLÓGICOS

O número de cursos de graduação em Turismo no Brasil, que em 1994 não passava de 50, saltou para mais de 700 em 2007. No entanto, o crescimento quantitativo não foi acompanhado de um crescimento qua-

litativo, e agora os cursos atravessam uma crise, pois há grande oferta de vagas que não são preenchidas nas instituições de ensino particulares. As IES particulares estão diminuindo o número de vagas em turismo, e caminhando para apenas formarem os alunos já matriculados e desativarem seus cursos. Por outro lado, ocorre uma expansão dos cursos de graduação em Turismo nas universidades públicas, como o novo curso de Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP), o curso de Turismo da Universidade Estadual Paulista (UNESP), *campus* de Rosana, os cursos de Turismo da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), de Aquidauana e de Bonito, o curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense, o curso de Turismo da Universidade Federal do Vale do Jequetinhonha, o curso de Licenciatura em Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, entre outras.

Os Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETS) também ajudam a ampliar a discussão ao oferecer cursos técnicos na área da hotelaria, eventos e turismo.

CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

O número de programas de pós-graduação *stricto sensu* em Turismo hoje chegam a nove, sendo oito mestrados e um doutorado, nas instituições relacionadas a seguir:

Mestrados

- Turismo e Hotelaria da UNIVALI (1998) – Universidade de Vale do Itajaí (Balneário Camboriú – SC)
- Cultura e Turismo (2000) – Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus – BA)
- Turismo (2001) – Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul – RS)
- Hospitalidade (2002) – Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo – SP)

- Turismo e Meio Ambiente (2003) – Centro Universitário de Ciências Gerenciais UNA (Belo Horizonte – MG)
- Turismo – mestrado profissional (2007) – Universidade de Brasília (Brasília – DF)
- Turismo (2008) – Universidade Federal de Rio Grande do Norte (Natal – RN)

Doutorado

- Doutorado em Administração e Turismo (2006), da Universidade do Vale do Itajaí (Balneário Camboriú – SC)

EVENTOS CIENTÍFICOS

Eventos científicos servem para apresentação de resultados de pesquisas atuais e para a integração dos pesquisadores. São três os eventos com foco principal em turismo no Brasil que receberam o Qualis A da CAPES, ou seja, a qualificação máxima de um evento científico nacional. Outro foi classificado como Qualis B. São eles:

- Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (Qualis A1);
- Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SEMINTUR (Qualis B1);
- Seminário Internacional de Turismo – SIT (Qualis B2);
- Encontro Nacional de Turismo com Base Local (evento que não está mais no Qualis CAPES, mas que, pela avaliação anterior, tinha classificação B).

Destaca-se também o simpósio “Formação e Atuação Profissional em Turismo, Lazer e Hospitalidade” que foi realizado na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP) nos dias 27 e 28 de abril de 2009, e que teve como objetivo principal reunir docentes e

pesquisadores das áreas de Turismo, Lazer e Hospitalidade interessados na discussão sobre os paradigmas que devem permear a formação (por meio do ensino, da pesquisa e da extensão) nestas áreas em face das novas realidades da ciência, tecnologia e inovação.

Participaram desse evento docentes, coordenadores de curso, pesquisadores, estudantes de pós-graduação e profissionais ligados à educação em turismo, lazer, hospitalidade e áreas afins. Os resultados foram significativos e levaram os organizadores e participantes a redigir uma carta de ação para que os problemas apontados sejam solucionados e ações para a elevação da qualidade do ensino em turismo, lazer e hospitalidade sejam tomadas imediatamente. Maiores informações estão em www.abbturisp.com.br/faptur.html.

CRIAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

Criada em 8 de novembro de 2002 com o principal objetivo de incentivar e divulgar a pesquisa científica em turismo no Brasil, a ANPTUR (www.anptur.org.br) realiza anualmente o Seminário da ANPTUR (Qualis A). Sua criação é um reflexo da preocupação dos programas de pós-graduação *stricto sensu* com a qualidade das pesquisas em turismo. Sua sede atual é em São Paulo.

A ANPTUR é a principal associação científica de turismo do Brasil. Apesar do pouco tempo de sua criação, tem alcançado excelentes resultados na área acadêmica. Fundou, em 2007, a *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, que publica, em formato digital, artigos científicos de acesso livre. Em 2008, por iniciativa dos professores Guilherme Lohmann e Mirian Rejowski, instituiu sua lista de discussão (<http://groups.google.com.br/group/ANPTUR-lista>) utilizando a ferramenta do Google, que reúne pesquisadores, professores, acadêmicos, escritores, consultores e estudantes de pós-graduação, a maioria brasileiros. No início de agosto de 2009 a lista já contava 267 membros cadastrados.

6. APAGANDO AS LUZES

Para superar as limitações das teorias do turismo, serão necessários muitos estudos desenvolvidos por pesquisadores que se interessem pelo tema e que estejam dispostos a enfrentar leituras árduas, geralmente no campo da filosofia, lógica, epistemologia e das ciências sociais de um modo geral. Inspiração (e transpiração), indução e dedução, no sentido mais estrito dos termos, também são necessárias.

Para encerrar, abaixo estão relacionados alguns pontos fundamentais que não se deve perder quando se analisa e estuda o turismo:

- turismo não é ciência no sentido estrito do termo, mas deve ser estudado com rigor científico;
- saber a validade do conhecimento científico que está sendo usado como fundamento na pesquisa é fundamental para o investigador;
- o turismo deve ser estudado, na medida do possível, com o amparo das mais diversas disciplinas;
- o aspecto que mais se destaca no turismo é o econômico, mas a economia não deve se sobrepor às outras disciplinas no estudo do turismo;
- os reducionismos nas análises do turismo devem ser evitados;
- o papel da filosofia no turismo é fundamental para que se compreenda esse fenômeno como algo da natureza humana;
- para o aprimoramento das investigações turísticas é necessária uma superação epistêmica sobre o conhecimento produzido na área.

PARA PENSAR

1. Discuta a importância da filosofia para a compreensão do turismo como fenômeno contemporâneo.

2. Estabeleça a relação entre epistemologia e conhecimento científico em turismo.
3. Em seu entender, quais são os paradigmas nos quais o estudo do turismo está baseado atualmente?
4. Discuta se é ou não importante elevar os estudos turísticos ao *status* de ciência.
5. Você concorda com a divisão das teorias do turismo em fases teóricas, conforme proposto no texto? Justifique sua resposta.
6. Quantos artigos você já leu publicados por uma das revistas científicas citadas neste capítulo? Procure por temas que são do seu interesse e leia-os.

REGULAMENTAÇÃO PROFISSIONAL EM TURISMO

CENA DA VIDA TURÍSTICA

Um professor universitário de Turismo conta: *Fui convidado para fazer uma palestra em uma semana de turismo de uma faculdade particular. Meu tema seria a regulamentação da profissão do bacharel em turismo. Eu falaria contrário à regulamentação. Na mesma mesa estava outro professor de Turismo, formado na década de 1970, que falaria a favor da regulamentação. Cada um de nós teria 25 minutos para fazer sua explanação e justificar nosso ponto de vista. O outro professor começou. Eu me preparei, pois o debate prometia. Ele disse: “Temos de ter a regulamentação da profissão de turismólogo, pois assim todos vocês (referindo-se aos mais de 200 alunos de turismo presentes) terão emprego! É isso o que eu tinha para falar”. E encerrou sua apresentação. E eu, no mesmo instante: “Se fosse fácil assim, o Lula assinaria um decreto dizendo que no Brasil ninguém mais pode ficar desempregado!!!!”. A plateia veio abaixo.*

1. INTRODUÇÃO

Os cursos superiores e de nível médio em Turismo surgiram, no Brasil, no início da década de 1970. Foi uma opção particular nacional por-

que, em outros países do mundo, “turismo” está geralmente vinculado a outras áreas do conhecimento, como geografia, economia ou administração e, em sua maioria, são cursos de nível médio ou tecnológico (no Brasil, os cursos de tecnologia – os tecnólogos – são considerados de nível superior pelo Decreto (presidencial) n. 2.208, de 17/04/1997, artigo 3º). Essa opção educacional manteve-se e foi aprofundada nos últimos anos. Em meados da década de 1990, com a expansão dos cursos superiores viabilizada pela política educacional do Ministro da Educação Paulo Renato de Souza (Governo Fernando Henrique Cardoso) e mantida no Governo Lula, o número dos cursos de Turismo aumentou para cerca de 400 em todo o País.

O setor acadêmico é uma importante vertente do turismo. A área acadêmica cresceu significativamente desde meados da década de 1990. Houve uma expansão quantitativa de cursos (técnicos, tecnológicos e bacharelados) que, infelizmente, não foi acompanhada por um incremento de qualidade. Na verdade, o segmento de cursos de Turismo foi o que mais cresceu no Brasil, mas outras áreas também tiveram crescimento significativo. O Quadro 5 reflete a comparação entre o início da década de 1990 e o início do ápice do aumento da oferta de cursos de Turismo, em 2002.

Quadro 5. Número de cursos – Ensino superior (graduação) no Brasil

Áreas	1991	2002	% de crescimento
Turismo	28	396	1.314,3
Comunicação Social	82	478	482,9
Engenharia	149	809	443,0
Fisioterapia	48	255	431,3
Ciência da Computação	59	272	361,0
Matemática	118	539	356,8
Ciências Biológicas	92	411	346,7
Administração	333	1.413	324,3
Farmácia	49	187	281,6

Áreas	1991	2002	% de crescimento
Direito	165	599	263
Fonoaudiologia	29	98	237,9
Nutrição	41	138	236,6
Veterinária	33	109	230,3
Química	58	182	213,8
Educação Física	117	356	204,3
Arquitetura	56	162	189,3
Enfermagem	106	275	159,4
Secretariado Executivo	27	69	155,6
Pedagogia	406	996	145,3
Ciências Contábeis	262	641	144,7
Física	56	133	137,5
Geografia	155	350	125,8
História	198	419	111,6
Psicologia	102	213	108,8
Agronomia	54	112	107,4
Odontologia	82	159	93,9
Letras	379	692	82,6
Filosofia	73	116	58,9
Serviço Social	70	111	58,6
Economia	177	266	50,3
Processamento de Dados	98	143	45,9
Medicina	80	115	43,8
Biblioteconomia	33	47	42,4
Ciências	246	272	10,6
Educação Artística	96	102	6,3
Ciências Sociais	40	41	2,5
Estatística	25	25	0,0
Desenho Industrial	31	30	-3,2
Estudos Sociais	147	33	-77,6

Fonte: INEP/MEC.

Quadro 6. Número de cursos de graduação presenciais ligados ao turismo (de 2001 a 2006)

Grande área	Área detalhada	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Gerenciamento e Administração	Administração de Eventos	–	–	–	2	2	3
	Administração em Turismo	4	4	8	8	7	7
	Administração Hoteleira	12	7	6	5	9	9
	Gestão do Lazer	1	–	1	7	9	8
Hotelaria, Restaurantes e Serviços de Alimentação	Gastronomia	2	5	9	14	25	34
	Hotelaria	29	34	43	52	64	67
	Hotelaria e Restaurantes	1	2	3	1	–	–
Viagens, Turismo e Lazer	Eventos	–	2	3	7	17	26
	Lazer e Turismo	2	2	2	4	7	7
	Planej. Org. Turismo	–	–	1	–	3	3
	Recreação e Lazer	1	3	5	7	8	5
	Turismo	302	377	430	461	476	486
	Turismo e Hotelaria	17	18	30	51	54	55
	Viagens e Turismo	–	1	–	–	–	–
Total de curso de Turismo		371	455	541	619	681	710
Total de cursos		12.155	14.399	16.453	18.644	20.407	22.101

Fonte: Carvalho (2008), que adaptou dados do MEC/INEP/DEAES, 2008.

Em 2006, segundo Carvalho (2008), existiam no Brasil 486 cursos de Turismo. Somando todos os cursos da área de turismo (Administração de Eventos, Administração em Turismo, Administração Hoteleira, Gestão do Lazer, Gastronomia, Hotelaria, Hotelaria e Restaurantes, Eventos, Lazer e Turismo, Planejamento e Organização do Turismo, Recreação e Lazer, Turismo, Turismo e Hotelaria, Viagens e Turismo), esse número chega a 710 cursos. São números estimativos. Em um país com a dimensão territorial do Brasil, onde universidades podem criar cursos sem autorização do Ministério da Educação e cursos podem ser descontinuados também sem autorização, é difícil ter um número preciso de cada curso, mas pode-se ter estimativas aproximadas.

Analisando-se o Quadro 5, percebe-se que os cursos de Turismo tiveram um crescimento cerca de duas vezes e meia maior que o segundo curso em expansão (Comunicação Social). O Quadro 6 mostra um “inchaço” no número de cursos, que pode justificar, pelo menos em parte, muitos dos problemas existentes como perda de qualidade (a maior parte desses cursos não tem condições de garantir um aprendizado minimamente eficiente), esvaziamento dos cursos, saturação do mercado, professores mal qualificados para o cargo, pois houve oferta de emprego e banalização da área.

O setor de pesquisa também teve um crescimento considerável, porém melhor organizado, pois a área de pós-graduação é estruturada pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, ligada ao Ministério da Educação. Sete programas de mestrado e um de doutorado foram implantados com o tema principal ligado ao turismo, sem contar os programas de pós-graduação *stricto sensu* em outras áreas, como administração, lazer, meio ambiente, geografia, economia que também pesquisam temas na área de turismo.

Esses dados indicam que está em construção um edifício teórico sobre a problemática do turismo. As universidades e os centros de pesquisa precisam ter seu trabalho constantemente acompanhado e apoiado pela comunidade. A seriedade intelectual exige critérios muito claros por parte

da comunidade acadêmica e da sociedade civil em geral, para evitar desvios e atitudes dúbias em relação à produção do conhecimento.

A falta de qualidade nos cursos superiores em geral, e de Turismo em particular, foi analisada em um texto intitulado *A importância da educação para o turismo*, publicado por Luiz G. G. Trigo, no livro *Turismo: teoria e prática*, de Beariz Lage e Paulo Milone (São Paulo: Atlas, 2000), onde fica evidente que esse “inchaço” dos cursos teria vida curta e consequências funestas para a área, implicando o fechamento de cursos em grande escala nos próximos anos. Foi exatamente o que aconteceu a partir de 2005. Vários cursos superiores de Turismo foram descontinuados por falta de alunos e, por outro lado, muitos cursos foram abertos em instituições de ensino superior públicas, estaduais e federais, garantindo um novo patamar de qualidade na área ao privilegiar a pesquisa, o ensino de qualidade e o contato da área de turismo com áreas afins (meio ambiente, gestão, geografia, estudos sobre a sociedade etc.). Nessa nova fase do turismo, onde a área se insere em um contexto maior da hospitalidade, gastronomia, entretenimento, eventos, varejo, cultura etc., fica também evidente que uma suposta regulamentação da profissão de turismólogo perdeu o sentido e o significado nessa nova configuração educacional e no mundo do trabalho.

A regulamentação é uma bandeira ultrapassada. Na década de 1980, houve uma grande movimentação nacional para que a profissão fosse regulamentada. No Congresso dos Bacharéis de Turismo realizado em 1983, em Brasília, foi entregue uma solicitação ao presidente da Câmara dos Deputados, Deputado Ulisses Guimarães, para que encaminhasse a aprovação do projeto de regulamentação. O projeto, aprovado pelo Poder Legislativo, foi vetado pelo então Presidente João Batista Figueiredo, no final de 1983. Para se ter uma visão mais completa do histórico das tentativas de regulamentação da profissão, consulte-se o livro *Turismo: formação e profissionalização*, da professora Marlene Matias (São Paulo: Manole, 2002). A única categoria “regulamentada” na área é a de guia de turismo (Lei n. 8.623/93, regulamentada pelo Decreto n. 946/93), e, mesmo assim, não

aparece no *site* do Ministério do Trabalho e Emprego como categoria devidamente regulamentada.

Ao longo dos últimos anos, a discussão sobre a regulamentação profissional em turismo deixou de ser prioridade para o setor e, muito esporadicamente, volta ao debate em virtude de iniciativas de alguns políticos, estudantes ou professores. Esse assunto é ignorado pelo setor empresarial e pela maior parte da academia. Mas algumas pessoas entendem que é preciso continuar a discutir a questão, motivo pelo qual surgiu esta reflexão a respeito. Em uma sociedade democrática e pluralista, os assuntos precisam ser discutidos – sempre que houver necessidade ou interesse – mesmo que por grupos minoritários.

2. AS PROFISSÕES REGULAMENTADAS NO BRASIL

O Ministério do Trabalho e Emprego publicou, em 2002 (não houve nova atualização desde então), uma edição atualizada da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). A primeira edição data de 1982; a segunda edição é do ano de 1994. Isso significa que houve uma preocupação governamental em atualizar as informações sobre a dinâmica profissional no País. Foi uma iniciativa necessária em virtude das profundas mudanças ocorridas no mundo do trabalho ao longo das décadas de 1980 e 1990 e do surgimento de novas profissões nas mais diversas áreas, especialmente oriundas das novas tecnologias ou da ampliação do setor de serviços, característica das sociedades pós-industriais.

Na atual listagem da CBO, existe uma relação das profissões regulamentadas no Brasil. Para efeito de referência, publicamos um resumo dessa listagem (a profissão de guia de turismo não aparece no *site*, provavelmente por não ser considerada formalmente regulamentada).

Quadro 7. Profissões regulamentadas no Brasil

Profissão	Ano da norma regulamentadora
Administrador	1965
Advogado	1994
Aeronauta	1984
Arquivista/Técnico de arquivo	1978
Artista/Técnico em espetáculo de diversões	1978
Assistente social	1993
Atleta de futebol	1976
Atleta profissional de futebol	1976
Atuário	1969
Bibliotecário	1962
Biólogo	1982
Biomédico	1982
Contabilista	1946
Corretor de imóveis	1978
Corretor de seguros	1964
Despachante aduaneiro	1980
Economista	1951
Economista doméstico	1985
Educação física	1998
Empregado doméstico	1972
Enfermagem	1973
Engenharia de segurança	1973
Engenheiro/Arquiteto/Agrônomo	1966
Estatístico	1965
Farmacêutico	1960
Fisioterapeuta e Terapeuta ocupacional	1969
Fonoaudiólogo	1969
Geógrafo	1981
Geólogo	1962

Profissão	Ano da norma regulamentadora
Guardador e Lavador de veículos	1975
Jornalista ¹	1969
Leiloeiro	1932
Leiloeiro rural	1961
Massagista	1961
Medicina veterinária	1968
Médico	1957
Museólogo	1984
Músico	1960
Nutricionista	1978
Odontologia	1964
Orientador educacional	1968
Psicologia	1962
Publicitário/Agenciador de propaganda	1965
Químico	1956
Radialista	1978
Relações públicas	1967
Representantes comerciais autônomos	1965
Secretário – Secretário executivo e Técnico em secretariado	1985
Sociólogo	1980
Técnico em prótese dentária	1979
Técnico em radiologia	1985
Técnico industrial	1968
Zootecnista	1968

Fonte: Ministério do Trabalho/Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em www.mteco.gov.br/cbsite/pages/home.jsf.

1. Com a desregulamentação da profissão de jornalismo, em junho de 2009, fica claro que a política atual, no Brasil e em boa parte do mundo, é a de manter apenas a regulamentação das profissões relacionadas a risco imediato para as pessoas (saúde, engenharia, direito). Áreas complexas e com diversos campos de atuação, como informática, marketing, meio ambiente ou turismo, deverão continuar desregulamentadas.

Essas 53 profissões regulamentadas, algumas subdivididas em áreas correlatas, oferecem um quadro geral de uma tentativa de se organizar corporativamente alguns setores do mundo do trabalho. Note-se que as últimas profissões regulamentadas datam de 1998. O ato de regulamentar ou garantir proteção para determinados profissionais é muito antigo. No mundo ocidental, desde as antigas guildas e as corporações medievais, alguns grupos tentam se proteger e profissionalizar seu segmento por meio de controles, regras, estatutos etc.

3. AS ORIGENS DA REGULAMENTAÇÃO NA ANTIGUIDADE

Na obra de Antonio Santoni Rugiu (*Nostalgia do mestre artesão*. Campinas: Autores Associados, 1998), segundo comentário do Prof. Ilacyr Luiz Guadazzi, encontra-se a informação de que as sociedades dos artesãos surgiram para congregar profissionais ligados a uma arte ou um ofício. Elas conseguiram, das autoridades, prerrogativas especiais como o “direito de livre trânsito”, “direito de estudar e ensinar” e o importante “direito de vender sua produção ou conhecimento”. As origens dessas corporações de ofícios estão envoltas em ares místicos, surgindo por meio de confrarias ou irmandades no final da Idade Média (século XII) e consolidando-se no século XIV. No início do século XIX, elas começaram a perder forças quando o desenvolvimento das artes, da ciência e das novas práticas comerciais tornaram inviável o sistema de corporações de autoproteção. Em um passado ainda mais remoto, encontram-se os colégios criados por Numa Pompílio (segundo rei de Roma, 715-672 a.C.), que foram posteriormente transformados em colégios de artífices e abolidos em 378 d.C., no período em que o cristianismo passou a dominar Roma. A partir dessa época, os milenares conhecimentos passaram para outros grupos, como os Comacini, na Itália; os Corps d’Etat e Campagnonnage, na França, que reuniam escultores, pedreiros, telhadores e marceneiros; os Canteiros, ou pedreiros alemães; as Guildas inglesas e os Grêmios mercantis, do século XV, por toda a Europa.

Para garantir sua unidade, autonomia e seus interesses, essas entidades adotavam cerimônias de iniciação para os aprendizes, saudações e sinais de identificação entre os membros, além de uma série de normas para disciplinar o relacionamento dentro e fora dos grupos. A maçonaria, por exemplo, teve em suas origens a influência dessas corporações medievais, o que remete ao misticismo que permeava essas organizações. Na fase de declínio dessas corporações, já não havia mais mistérios e segredos profissionais a serem guardados, apenas os privilégios e conquistas conseguidos ao longo dos séculos e que se perdiam, aos poucos, diante do capitalismo industrial que surgia com novos desafios de mercado, novas formações sociais e inúmeras fontes inéditas de conhecimentos na história da humanidade. O mundo começava a se tornar mais complexo e competitivo.

4. DO PASSADO AO FUTURO – AS SOCIEDADES PREOCUPADAS COM O TRABALHO

Entre as práticas corporativas medievais e as novas relações de trabalho pós-industriais dos países desenvolvidos, há uma imensa variedade de outras configurações no mundo do trabalho, percebida por meio da história. Ainda no início do século XXI, em 2009, o governo federal brasileiro atuou, e continua atuando, para combater o trabalho escravo em regiões mais distantes do Norte e Nordeste do País. Na África, em vários países mais pobres do mundo islâmico e no interior da Ásia, subsistem distintas relações de trabalho (familiares, tribais, serviços, semiescravas etc.). O Brasil, em geral, possui sindicatos organizados, uma legislação trabalhista – a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que data do primeiro governo de Getúlio Vargas –, que precisa ser urgentemente atualizada, e uma rede de relações trabalhistas bastante complexa e organizada. Em resumo, o Brasil não é dos países mais retrógrados no que se refere à legislação trabalhista, mas está longe de ser um exemplo de modernidade comparável à União Europeia ou à América do Norte, por exemplo.

Nesse contexto, surgem algumas ideias mais antigas que remetem ao corporativismo medieval, entre as quais se insere a tentativa de se regulamentar profissões que não precisam ser necessariamente regulamentadas, mas sim ter áreas de atuação organizadas de forma eficiente. Mas o texto voltará a esse ponto mais adiante. É necessário, inicialmente, situar o universo mais abrangente no qual o turismo se insere.

5. O CAMPO DO TRABALHO RELACIONADO AO TURISMO

Turismo relaciona-se com um campo mais amplo que envolve hotelaria, gastronomia, hospitalidade, lazer, entretenimento, meio ambiente, mídia, cultura em geral. São atividades do setor de serviços, exatamente o setor que, juntamente com as chamadas “novas tecnologias”, caracterizam as chamadas sociedades *pós-industriais*, ou da *informação*, da *experiência*, do *conhecimento*, do *acesso* ou o nome que se queira dar a elas, de acordo com o teórico escolhido entre as dezenas que analisam as formações sociais contemporâneas. Esses setores não precisam necessariamente de “regulamentação”, mas sim de organização que garanta um alto nível de formação profissional, segurança e qualidade às suas atividades. Algumas atividades podem ser regulamentadas de alguma forma, porém os profissionais precisam de competência expressa por eficiência e eficácia no exercício de seu trabalho, e não uma burocrática e ineficaz “regulamentação da profissão”. Inserção e sucesso profissional não são garantidos pela regulamentação e nem mesmo por um curso superior. Muitos cursos básicos ou médios podem oferecer um alto nível de competência para os profissionais. Evidentemente que, nos níveis de alta gerência, planejamento estratégico, análises setoriais e operações mais sofisticadas, exige-se conhecimento adquirido em um nível superior.

O cerne da questão da regulamentação não é meramente político, como querem fazer entender algumas tendências escoradas em conceitos e métodos pré-industriais ou mal inseridas em ideologias da era industrial, como o marxismo ortodoxo ou o liberalismo convencional. O âmago da

problemática atual é *social, econômico e filosófico*. *Social* porque envolve um imenso segmento formado por novos profissionais que estão em fase de formação/capacitação e profissionais mais antigos que precisam sistematicamente de atualização, reciclagem e acompanhamento para compreender a complexidade das mudanças; *econômico* porque o setor de serviços, no qual essas novas profissões se inserem, está em expansão acentuada e exige novos padrões de qualidade, de métodos e procedimentos. Essa exigência acontece nos modelos capitalistas desenvolvidos do Ocidente, nos modelos dos países islâmicos em processo de desenvolvimento (Emirados Árabes Unidos, Bahrein, Kuwait, Arábia Saudita, Líbia etc.), nos países asiáticos (mais desenvolvidos ou em desenvolvimento, como a Índia), ou na experiência do “socialismo de mercado” protagonizada pela República Popular da China. Nenhum desses países realiza seu desenvolvimento com base em ideologias ultrapassadas ou em modelos capitalistas viciados em aspectos nefastos como clientelismo, corporativismo, nepotismo ou a simples ignorância de como funcionam as sociedades modernas. Basta observar as taxas de crescimento de vários países asiáticos ao longo da década de 1990 (até 1997, ano da crise financeira asiática) e nos primeiros anos do século XXI, para perceber que seu crescimento é maior que o desenvolvimento brasileiro. China, Índia, Japão, Cingapura e Coreia do Sul têm apresentado índices de desenvolvimento bastante relevantes.

Finalmente, a questão também é *filosófica* porque já existem, desde a década de 1980, exaustivos estudos sobre as novas configurações sociais e a implosão de metadiscursos que se esgotaram ao longo da história, como o positivismo, o marxismo ortodoxo, a psicanálise. O arcabouço teórico que formou a pós-modernidade e todas as tendências críticas, contra ou a favor da pós-modernidade, não pode ser ignorado pelos críticos mais lúcidos e atualizados que se preocupam em equacionar de maneira consistente a problemática contemporânea do mundo do trabalho. Não existem, em nenhum centro de pesquisa sério no planeta, estudos que ignorem os novos paradigmas científicos e filosóficos, quando tratam dos serviços denominados pós-industriais ou das configurações sociais atuais. As instituições internacionais de pesquisas relacionadas ao turismo, como

a Aiest, AMFORHT, ATLAS, OMT e WTTC, consideram sistematicamente as pesquisas e metodologias pós-industriais em seus trabalhos. É preciso que se valorize a seriedade metodológica e a honestidade intelectual para que o jogo intelectual não se torne estéril ou esvaziado de conteúdos epistemológicos relevantes. A universidade precisa manter a sua liberdade diante de governos, partidos, igrejas, empresas privadas e outras organizações. Não significa que a academia deva se isolar, mas sim que não pode se promiscuir na fogueira das ansiedades, das ideias descartáveis, oportunistas ou “de moda”, muito menos tentar manter-se apoiada em sistemas de pensamento que já se esgotaram ao longo da história. Liberdade e seriedade intelectual são saudáveis.

Os Estados Unidos são um país sistematicamente preocupado com as mudanças sociais e profissionais, gerando, em suas universidades e em centros de pesquisa ligados ao governo ou ao mundo corporativo, inúmeros relatórios, pesquisas e textos sobre a situação presente e futura do mercado de trabalho, sempre mantendo o saudável espaço de liberdade diante dessas instituições. Aliás, os maiores críticos dos norte-americanos são exatamente alguns norte-americanos (Gore Vidal, Michael Moore, Joseph Stiglitz, Al Gore). Outras organizações, como a Organização Internacional do Trabalho (www.ilo.org/public/spanish – *site* em espanhol) e a Organização para o Desenvolvimento e Cooperação Econômica (*Organization for Economic Co-operation Development* – www.oecd.org), possuem várias análises sobre o assunto. A OIT elaborou documentos sobre a legislação para o trabalho e a OECD elaborou vários textos sobre a necessidade da educação para fortalecer os processos de trabalho no mundo atual. Todos eles podem ser consultados nos referidos *sites*.

6. OS DESAFIOS DAS NOVAS PROFISSÕES

O ministério norte-americano equivalente ao Ministério do Trabalho brasileiro denomina-se United States Department of Labour. Esse órgão governamental publicou, por meio de seu setor de estatísticas trabalhis-

tas, um documento sobre as profissões do futuro (www.bls.gov). A análise refere-se aos Estados Unidos, mas as tendências apontadas podem ser válidas, em maior ou menor grau, para outros países desenvolvidos ou em desenvolvimento que tenham características econômicas similares, como o Brasil.

As profissões mais promissoras concentram-se no setor terciário (ou de serviços), que tem passado por um processo consistente e duradouro de crescimento, à medida que substitui o setor secundário (industrial) da economia. Os segmentos do setor terciário que mais estão se desenvolvendo nos Estados Unidos são os seguintes:

Segmento	% de crescimento entre 2002-2012
Serviços de educação e saúde	31,8
Serviços profissionais e <i>business</i>	30,4
Informação (Internet, <i>software</i> , portais)	18,5
Lazer e hospitalidade	17,8
Comércio e transporte	14,1
Atividades financeiras	12,3
Área governamental	11,8
Outros (exceto governo)	15,7

Fonte: www.bls.gov/oco/oco2003.htm (consulta em abril 2008).

O setor terciário está sobrepujando fortemente o setor secundário da economia nos Estados Unidos. O emprego nas indústrias de bens está relativamente estagnado desde o início da década de 1980. Em linhas gerais, o setor deve crescer 3,3% no período entre 2002 e 2012, com as seguintes variações:

Segmento	% de crescimento entre 2002-2012
Construção	15,1
Indústria manufatureira	-1
Agricultura, pesca, caça, atividades florestais	-2
Mineração	-11,8
Obs. 1: o decréscimo do crescimento (números negativos) indica claramente a tendência de estagnação do setor industrial no que se refere à população economicamente ativa (PEA) e sua participação do produto interno bruto (PIB) do País, em contraste com o crescimento acentuado do setor de serviços.	
Obs. 2: evidentemente, a crise econômica de 2008-009 influenciará esses dados.	

Fonte: www.bls.gov/oco/oco2003.htm.

Os dados do Departamento do Trabalho dos Estados Unidos, que valem para outros países desenvolvidos da Europa, Ásia e Oceania e até mesmo para muitos países em desenvolvimento na América Latina, mostram de forma clara que a caracterização pós-industrial das sociedades é uma tendência que já possui três ou quatro décadas e se mantém constante. Isso significa que o século XXI será marcadamente pós-industrial e movendo-se para uma economia de educação, bem-estar pessoal e social, entretenimento, informação e atividades relacionadas ao mundo virtual. Qualquer estudo sobre a realidade do mundo do trabalho contemporâneo precisa levar em conta esses dados objetivos. Mas as análises de mercado, nas instâncias não conservadoras e conscientes dos problemas globais, precisam também considerar a inclusão social, a desigualdade crescente entre países ricos e pobres, a problemática da globalização, as questões ambientais, o terrorismo internacional, as injustiças sociais, a necessidade da ética e a importância da multiplicidade cultural. O conhecimento deve comprometer-se com as questões sociais, culturais, econômicas e políticas. A ciência não possui uma “neutralidade” absoluta, nem enquanto pesquisa “pura” (especialmente nas ciências humanas) nem enquanto pesquisa aplicada. O fundamental é que a ciência não fique atrelada ou

pretensamente fundamentada em paradigmas ideológicos, dogmáticos ou sectários. Ideologia não é ciência; os “dogmas” não podem estar ligados à metodologia científica sob pena de invalidá-la; o sectarismo remete à subjetividade característica de subgrupos xenófobos, racistas, sexistas ou preconceituosos em geral.

7. A JUNÇÃO EDUCAÇÃO-TRABALHO NO MUNDO ATUAL

Os núcleos dessa discussão sobre formação profissional, educação em geral e mercado de trabalho, podem ser identificados nos seguintes temas:

1. emergência das novas tecnologias (informática, telecomunicações, transportes, biotecnologia etc.) nas décadas 1970-1980 e permanente desenvolvimento da capacidade de processamento, armazenamento, transmissão e gerenciamento das informações ao longo dos últimos anos, não existindo previsão de quando essa tendência evolutiva tecnológica deverá se estabilizar;
2. ampliação do segmento de serviços e especialização acentuada em seus diversos subsegmentos;
3. valorização da ética, sustentabilidade, inclusão e justiça social como contraponto a um desenvolvimento desequilibrado e a uma globalização excludente;
4. necessidade cada vez maior do conhecimento para garantir a inserção de pessoas em todos os segmentos do mercado de trabalho, da agricultura ao entretenimento, passando pela indústria e por serviços especializados (educação, saúde, gestão pública e privada, OSCIPs).

O problema nuclear do turismo internacional é justamente a garantia de altos índices de desempenho e qualidade, eficiência e eficácia, possibilitados por bons programas de educação e treinamento. Os países que

possuem melhores índices de qualidade em seus serviços turísticos são justamente os países que têm investido em educação e formação profissional, como a União Europeia, a América do Norte, os países asiáticos em geral e alguns poucos países islâmicos (dos quais os Emirados Árabes Unidos estão despontando como referência turística no Oriente Médio). Em nenhum país do mundo existe uma profissão de “turismólogo” ou similar regulamentada, mas a qualidade dos serviços é mantida graças à regulamentação de algumas atividades profissionais, a um eficiente e rápido sistema legal de proteção ao consumidor, ao alto nível de consciência e ética profissional e a um sistema educacional sólido desde o nível básico. Evidentemente, esses países ainda possuem políticas fiscais razoáveis, ausência de burocracia estatal e políticas de desenvolvimento que garantem aportes de capital nacional e estrangeiro, situação bem diferente da vivida pelo Brasil no período entre o final do século XX e início do XXI.

Nas sociedades atuais, o conhecimento e a educação são responsáveis por boa parte de qualquer possibilidade de sucesso individual ou coletivo. Dados do United States Department of Labour demonstram isso claramente:

Desemprego e ganhos para trabalhadores com 25 anos de idade ou mais, de acordo com o grau de instrução		
Taxa de desemprego (2007)	Grau de instrução	Média de ganhos (US\$ em 2007) semanais
1,4%	Doutorado	1.497,00
1,8%	Mestrado	1.165,00
2,2%	Bacharelado completo	987,00
3,8%	Superior incompleto	683,00
4,4%	Nível médio	604,00
7,1%	Nível médio incompleto	428,00

Obs.: com a crise atual – 2007/2008 – esses dados podem ser alterados.

Fonte: www.bls.gov/emp/emptab7.htm (consulta em novembro de 2008).

Os dados levam a conclusões evidentes: quanto maior a escolaridade, maiores os ganhos médios e menor a possibilidade de ficar desempregado. Outras inferências podem ser tiradas desses números, como melhores índices de desempenho profissional e qualidade na prestação dos serviços ou no processo industrial dependem de uma formação profissional séria, continuada e de qualidade. Muitas outras tabelas correlatas poderiam ser consultadas por meio de pesquisas nas diversas fontes relacionadas ao mundo do trabalho, e a maior parte delas levaria às mesmas conclusões. Este é o motivo pelo qual deve existir uma preocupação constante no Brasil com a qualidade e o compromisso dos programas educacionais, públicos ou privados, escolares ou corporativos. A formação profissional e a existência de legislação regulamentadora geral, que proteja os direitos do consumidor e organiza as ofertas no mercado, podem auxiliar no desenvolvimento das áreas de serviços. Isso é muito mais que uma simples “regulamentação” profissional burocrática e “viciada”, muito comum em um país onde as leis são constantemente burladas e os corporativismos preocupam-se apenas em proteger seus interesses particulares, deixando o bem comum e a sociedade em geral como presas de seus interesses mesquinhos.

José Pastore já comentava que:

Nos Estados Unidos e na Europa há também uma infinidade de profissões regulamentadas. Os seus profissionais só podem exercê-las mediante comprovação de competência e licença de trabalho – é o credenciamento profissional. Por exemplo, um electricista para abrir uma firma de prestação de serviços nos Estados Unidos tem de passar por um exame realizado por uma comissão de âmbito estadual para confirmar a sua competência. [...] No caso citado há, sem dúvida, uma reserva de mercado de trabalho para os profissionais credenciados. O que me intriga, no Brasil, é a presença da regulamentação e a ausência do credenciamento. Entre nós, a garantia da reserva do mercado é mais importante que a competência na profissão. Por que tanta regulamentação? Nesse processo tem destaque o interesse dos que, no fundo, querem regulamentar

uma profissão para poder organizar os conselhos profissionais e, por meio deles, recolher polpudas contribuições. Há conselhos que cobram R\$ 400 mil por ano de uma categoria que possui 500 mil profissionais, gerando uma receita de R\$ 2 bilhões anuais sem pagamento de impostos. (*O Estado de S. Paulo*, 03/08/1999 ou www.josepastore.com.br).

Será que queremos esses maus hábitos anticívicos para o setor de turismo? Em outro artigo, Pastore complementou que:

[...] o Brasil é um país repleto de regulamentações, fiscalizações e conselhos, carecendo, porém, de mecanismos que zelam pela qualidade e competência dos profissionais. Bem diferente é a situação dos Estados Unidos, da Europa e do Japão. As regulamentações existem para proteger o consumidor, em especial nas áreas de segurança e saúde. E isso vale, inclusive, para os profissionais de nível médio (eletricistas, mecânicos, vidraceiros etc.) que são submetidos a exames nos quais devem demonstrar sua competência para obter o seu respectivo credenciamento ou certificado profissional. Naqueles países, a ênfase é no zelo profissional; no Brasil, é na reserva de mercado, na concessão da carteirinha e, sobretudo, na arrecadação de polpudas contribuições (*O Estado de S. Paulo*, 17/08/1999 ou www.josepastore.com.br).

8. RECOMENDAÇÕES FINAIS

Com base nessas considerações, fica evidente que a solução para a profissionalização do turismo no Brasil não passa, necessariamente, por uma simples e burocrática “regulamentação”. Ela é insuficiente para resolver todos os problemas da área.

É preciso entender que o turismo é muito mais do que o senso comum ou o pensamento convencional pensam a seu respeito.

1. O turismo é um agente ativo do processo de globalização, com todos os pontos positivos e negativos que esse processo comporta, influenciando e sendo influenciado por ele.
2. O turismo faz parte de uma série de serviços complexos, multifacetados e sofisticados, presentes nas sociedades pós-industriais, como hospitalidade, entretenimento, gastronomia, cultura, lazer, esportes etc.
3. O turismo depende de conhecimento e padrões elevados de qualidade que, por sua vez, só são possíveis se houver pessoas que possuam preparo intelectual e técnico suficiente para manter esses padrões.
4. O turismo depende de um pensamento aberto, dinâmico e global. Quem trabalha com turismo não pode ser preconceituoso, racista ou xenófobo.
5. O Brasil precisa continuamente se abrir para o mundo, evitar nacionalismos prejudiciais e se inserir, de maneira crítica e madura, no processo de globalização.

Em um mundo cada vez mais interligado e conectado, os estudantes e profissionais em turismo precisam aprender com os grandes humanistas da história e ser mais internacionalizados. O nacionalismo exacerbado é pernicioso ao humanismo em geral e ao turismo em particular. Nesse ponto, o socialismo preconizado por Karl Marx, Engels e Lênin sempre defendeu o internacionalismo. Marx era um alemão que viveu no Reino Unido e estudou a economia política internacional de sua época, conseguindo erigir um edifício teórico-conceitual que sobreviveu por mais de um século. Ernesto Che Guevara só entendeu as contradições e os problemas de sua época ao viajar de motocicleta pelo continente latino-americano. Fidel Castro fez seus estudos nos Estados Unidos. As classes dirigentes chinesas incentivam seus jovens a estudar na Europa, nas Américas ou em outros países da Ásia-Oceania. A União Europeia só se desenvolveu plenamente depois que controlou os sentimentos isolacionistas de seus países membros e se voltou para um cenário internacional mais am-

plo. O Brasil esteve muitas vezes na contramão da história ao dificultar os contatos com os outros países, inclusive com a América Latina. Uma timidez mal disfarçada, um mal-estar difuso dificulta a abertura do País para o mundo.

Nosso nacionalismo sadio é muitas vezes mal compreendido e algumas vezes se presta a esconder a mediocridade. O verdadeiro sentimento de orgulho nacional é muito diferente dessa tacanhice. Ele se expressa, de maneira saudável, por exemplo, nas obras de escritores como Ariano Suassuna, Guimarães Rosa, Josué Montello, Jorge Amado e outros tantos artistas de várias áreas. Nesses casos, o sentimento nacional é tão profundo e bem elaborado que se tornou universal, ou seja, reflete e pode ser compreendido por outros povos em outras línguas. Esse orgulho nacional deve ser exemplo para todos, mas como porta que se abre para o mundo, e não como alçapão que nos isola dos outros povos.

O turismo pode – e deve – ser uma fonte vivificadora dessas relações humanas culturais, políticas e econômicas, nacionais e internacionais. Somos o novo, algo inédito em um mundo que se transforma. Precisamos de teorias e práticas realmente inovadoras, pois trabalhamos com realidades diferentes. Não podemos nos prender ao lodo estéril das ideologias mortas e nem aos tumores malignos dos tribalismos excludentes.

Promover a viabilidade do turismo no Brasil significa superar problemas históricos, estruturais e conjunturais, e lutar por uma consciência maior das pessoas sobre a importância dos serviços em uma sociedade pós-industrial. Essa temática já foi discutida em vários textos nas áreas de economia, sociologia e administração ao longo das últimas décadas em todo o mundo, mas ainda não atingiu o nível de consciência prática no mundo do trabalho brasileiro, seja em nível da iniciativa privada, seja pública.

Os maiores entraves ao desenvolvimento do turismo hoje, no Brasil, são o *preconceito* e a *ignorância*. O preconceito existe em alguns pesquisadores de outras áreas do conhecimento, que insistem em analisar o turismo como atividade de menor importância ou restrita aos hábitos burgueses de consumo. A ignorância envolve desde o desconhecimento dos

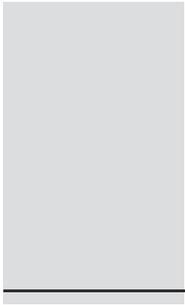
conteúdos necessários para se planejar e operacionalizar a área de viagens, turismo e segmentos afins até a falta de contatos acadêmicos e culturais que possam aprimorar práticas e serviços nos mais diversos setores que envolvem o turismo. A ignorância possibilita ainda a prática predatória ou inadequada da atividade turística. Muitos pretensos profissionais que se apresentam como “consultores” são meros especuladores, despreparados para atuar nessa atividade profissional e, às vezes, beneficiam-se da ignorância local para “vender” seus projetos e soluções fáceis. Aliás, as áreas de meio ambiente, administração, marketing, turismo e autoajuda são férteis na proliferação de posturas superficiais ou levianas revestidas de pretensa autoridade “científica”. É proveitoso ler as críticas que Thomaz Wood Jr. fez da administração em seus textos na revista semanal brasileira *Carta Capital* ou em seu livro *Chega de pop management*.

A área de turismo no Brasil pode ter um futuro promissor, mas depende de fatores estruturais e conjunturais. A questão de qualidade e eficiência em serviços no País é um cenário maior que envolve a problemática do turismo e da hospitalidade, e precisa ser elaborada nas diversas instâncias: empresarial, técnica, política, cultural, econômica, ecológica e social. Ao longo da década de 1990, a área cresceu e se fortaleceu consideravelmente, mas ainda resta um longo caminho a ser percorrido. O futuro depende de todo um esforço coletivo, social e individual, no sentido de garantir o constante aperfeiçoamento setorial. Fomos uma nação pífia ao longo do século XX e perdemos várias oportunidades históricas. Nas últimas duas décadas, conseguimos várias conquistas econômicas, sociais, culturais e políticas. Agora, precisamos escrever os outros capítulos de nossa história do século XXI. Que façamos um bom texto.

PARA PENSAR

1. Discuta com seus colegas quais são os argumentos favoráveis e quais são os contrários à regulamentação da profissão do bacharel em turismo.

2. Em seu entender, qual será o futuro da educação em turismo em nível de graduação no Brasil?
3. A pós-graduação é importante em turismo? Em que aspecto?
4. Um curso de Turismo deve ensinar a parte prática e a parte teórica. Como equilibrar esses dois itens?
5. O fato de a profissão de turismólogo não ser regulamentada no Brasil atrapalha o bom desenvolvimento do trabalho deste profissional? Discuta.
6. Qual é a relação do profissional do turismo com áreas como lazer, recreação, hospitalidade, entretenimento e gastronomia?
7. Quais são os principais desafios do profissional em turismo na atualidade?
8. A profissão de turismólogo, ou equivalente, é regulamentada em algum lugar do mundo?



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PUBLICAÇÕES

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. Trad. Alfredo Bosi. 3. ed. rev. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ALFONSO, Louise Prado. 2006, p. 150. *EMBRATUR*: formadora de imagens da nação brasileira. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas: UNICAMP.

ALI, Tariq. *Confronto de fundamentalismos: cruzadas, jihads e modernidade*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

AMARO, Rolim Adolfo. *Cartas do comandante*. São Paulo: Negócio, 1998.

AMERICAN EXPRESS. *The annual review of travel*. 1992.

AMFORT/ECA/USP. *Turismo: grande desafio dos anos 1990*. II Seminário Latino-Americano. São Paulo: AMFORT/ECA/USP, 1991.

ANUÁRIO EXAME TURISMO. Abril de 2007.

ASCANIO, Alfredo. Turismo: la ciencia social de los viajes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 1 (3): p. 185-97, 1992.

ASCHER, Nelson. *Folha de S. Paulo*, 29/12/2002, p. 13.

AVIESPÃO – Órgão informativo da AVIESP. Campinas. Vários números.

BARRETTO, Margarita. *Planejamento e organização do turismo*. Campinas: Papirus, 1991.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 4. ed. rev. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. *Revista Host*, n. 23, 2007.

BERGEN, Peter L. *Guerra santa S.A.: la red terrorista de Osama Bin Laden*. Barcelona: Grijalbo, 2001.

BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC, 2002.

BRASIL. Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional de Turismo 2003-2007*. Brasília: MTur, 2003.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional de Turismo 2007-2010*. Uma viagem de inclusão. Brasília: MTur, 2007.

BURKART, A. J.; MEDLIK, S. *Tourism: past, present and future*. Londres: Heinemann, 1974.

CARNIELLI, Adwalter Antonio. Filosofia da ciência. In: OLIVEIRA, Admardo Serafim de et al. *Introdução ao pensamento filosófico*. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1998. p. 189-201.

CARVALHO, Mariana Aldrigui. Os números do ensino superior em turismo e hospitalidade no Brasil – 2001a 2006. *Anais*. v Seminário ANPTUR. Belo Horizonte, 2008.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *O fim do milênio*. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

_____. *O poder da identidade*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CENTENO, Rogelio Rocha. *Metodología de la investigación aplicada al turismo: casos prácticos*. México-DF: Trillas, 1992.

CLANCY, Tom. *Rainbow 6*. Rio e Janeiro: Record, 2000.

_____. *A soma de todos os medos*. Rio de Janeiro: Record, 1993.

CLOUGH-RIQUELME, Jane; RÁBAGO, Nora Bringas (Eds.). *Equity and Sustainable Development: reflections from the US-Mexico Border*. Boulder: Lynne Rienner Publishers, 2006.

COMIC, Dorke K. Tourism as a subject of philosophical reflection. *Revue de Tourisme*. AIEST, n. 2, 1989, p. 6-13.

CROMPTON, J. Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, v. 19, n. 3, p. 420-34, 1992.

- CUERVO, Raymundo. *El turismo como médio de comunicación humana*. México-DF: Departamento de Turismo do Governo do México, 1967.
- DAVIES, R. E. G. *Transbrasil – an airline and its aircraft*. McLean, VA: Paladwe Press, 1997.
- DE BOTTON, Alain. *A arte de viajar*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. 2. ed. São Paulo: Futura, 1988.
- ECHTNER, Charlotte M.; JAMAL, Tazim B. The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of Tourism Research*. Grã-Bretanha: Pergamon, v. 24, n. 4, 1997, p. 868-83.
- FOLHA DE S. PAULO, 03/11/2006, p. 8.
- _____. 05/10/2007, p. c2.
- _____. 08/04/2007. p. c1.
- _____. 17/01/2008, p. c8.
- _____. 25/10/2007, p. A3.
- _____. 29/01/1998, Especial 1.
- FUSTER, Luis Fernandez. *Teoría y técnica del turismo*. 2. ed. Madri: Nacional, 1971, tomo I.
- GARCÍA, Maribel Osorio. 2005. *El análisis del turismo desde la perspectiva de los sistemas funcionales*. Tese (Doutorado em Ciências Social) – Universidad Iberoamericana. México-DF: Universidade Iberoamericana.
- GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert. *Turismo: princípios, prática e filosofia*. 8. ed. Bookman: Porto Alegre, 2000.
- GORE, Al. *Uma verdade inconveniente*. Barueri, SP: Manole, 2006.
- GRANGER, Gilles-Gaston. *A ciência e as ciências*. São Paulo: UNESP, 1994.
- HOBBSAWN, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HOFFMAN, Bruce. *A mano armada: historia del terrorismo*. Madri: Espasa, 1999.
- HORGAN, John. *O fim da ciência: uma discussão sobre os limites do conhecimento científico*. Trad. Rosaura Eichenberg. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- HUNTINGTON, Samuel. *O choque de civilizações e a recomposição da ordem mundial*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.
- INFRAERO. Folheto *Sistema aeroportuário e as funções de cada órgão*. Sem data.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. *Situacionista: teoria e prática da revolução*. São Paulo: Conrad, 2002.

JAFARI, Jafar. (a) Tourism research: revamping old challenges for *integrative* paradigms. *Anais: VII Congreso Nacional y I Internacional de Investigación Turística*. Guadalajara, México. Outubro de 2005.

_____. (b) Bridging out, nesting afield: powering a new platform. *The Journal of Tourism Studies*. vol. 16, n. 2, p. 1-5, dez. 2005.

_____. La cientifización del turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Buenos Aires: CIET, v. 3, n. 1, p. 7-36, 1994.

_____. Structure of tourism: three integrated models. In: WITT, Stephen F.; MOUTINHO, Luiz. *Tourism marketing and management handbook*. Inglaterra: Prentice Hall International, 1995, p. 5-17.

JAFARI, Jafar; RITCHIE, J. R. Brent. Toward a framework for tourism education – problems and prospects. *Annals of Tourism Research*. Grã-Bretanha: Pergamon, v. 8, n. 1, p. 13-34, 1981.

JAPIASSU, Hilton. *Introdução ao pensamento epistemológico*. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

JOVICIC, Zivodin. A plea for tourismological theory and methodology. *Revue de Tourisme*, n. 3, p. 2-5, 1988.

KRIPPENDORF, Jost. Le tourisme dans le système de la société industrielle. In: SESSA, Alberto. *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Roma: Agnesotti, 1985. p. 167-84.

KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

LAINÉ, Pierre. Utilisation de la théorie des systèmes pour l'aménagement touristique. In: SESSA, Alberto. *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Roma: Agnesotti, 1985. p. 185-94.

LAPIERRE, Dominique; COLLINS, Larry. *O quinto cavaleiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. São Paulo: SENAI, 1997.

LEIPER, Neil. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*. Grã-Bretanha: Pergamon, v. 6, p. 390-407, 1979.

LIMA, Julio Segismundo Collares Álvares Pereira. Desregulamentação do transporte aéreo e surgimento das empresas aéreas de baixo custo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga

- Godoi *et al.* (Eds.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005. p. 603-30.
- LIPOVETSKI, Giles; CHARLES, Sébastian. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- LLOSA, Mário Vargas. *Folha de S. Paulo*. 05/08/2001, p. B10.
- LOES, João. Férias perigosas. *IstoÉ*, 15 de outubro de 2008, p. 70-2.
- LOHMANN, Guilherme. Transporte para turistas: conceitos, estado da arte e tópicos atuais. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi *et al.* (Eds.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005. p. 641-69.
- LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LUNGARZO, Carlos. *O que é ciência*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- MATIAS, Marlene. *Turismo: formação e profissionalização*. São Paulo: Manole, 2002.
- MCINTOSH, R. W.; GOELDNER, C. R.; RITCHIE, B. *et al.* *Turismo: princípios, práticas e filosofia*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MENDONÇA, Eduardo Prado de. *O mundo precisa de filosofia*. 11. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1996.
- MOLINA, Sergio. *Conceptualización del turismo*. México: Limusa, 1991.
- NECHAR, Marcelino Castillo; GARCÍA, Maribel Osório. (Orgs.). *Ensayos teóricos-metodológicos del turismo: cuatro enfoques*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México, 2006.
- NEWTON-SMITH, W. H. Popper, ciência e racionalidade. In: O'HEAR, Anthony (Org.). *Karl Popper: filosofia e problemas*. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Fundação Editora da UNESP/Cambridge, 1997. p. 21-40.
- NIELSEN, Christian. *Turismo em mídia: o papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto, 2002.
- NIETZCHE, Friedrich. *A genealogia da moral*. São Paulo: Centauro, 2007.
- O ESTADO DE S. PAULO. São Paulo, vários números.
- OLIVEIRA, Alessandro Vinicius de. Um balanço de 15 anos de política de flexibilização do transporte aéreo brasileiro: tendências e propostas para conciliar livre mercado com metas sociais e ainda evitar gargalos de infraestrutura. *Turismo em Números*, São Paulo.
- OMT. *Introdução à metodologia da pesquisa em turismo*. São Paulo; Roca, 2005.

OMT; ETC. *Handbook on tourism market segmentation: maximising marketing effectiveness*. Madri: OMT, 2007.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Análise da produção bibliográfica de turismo do Brasil – 1990-2007. *Anais*. IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. São Paulo, agosto de 2007.

_____. *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. São Paulo: Aleph, 2005.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Perfil do bacharel em turismo com título de doutorado no Brasil. In: *Anais do V Seminário ANPTUR 2008*. Belo Horizonte: ANPTUR/Aleph, 2008.

POPPER, Karl. *A sociedade aberta e seus inimigos*. São Paulo: EDUSP, 1974.

RAMONET. *Le Monde Diplomatique*. Janeiro, 1995.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. *História da filosofia: do romantismo até nossos dias*. v. 3. São Paulo: Paulinas, 1991. (Coleção Filosofia)

REVISTA DA FOLHA. 19 de outubro de 2008, ano 17, n. 839.

REVISTA EXAME – São Paulo: Abril, vários números.

REVISTA FLAP INTERNACIONAL – São Paulo, vários números.

REVISTA HOST, número 23, dezembro 2007/janeiro 2008. São Paulo.

REVISTA TAM. Números 43 e 44, setembro e outubro de 2007.

REVISTA VEJA. São Paulo: Abril, vários números.

RICUPERO, Rubens. *O Brasil e o dilema da globalização*. São Paulo: SENAC, 2001.

RUGIU, Antonio Santoni. *Nostalgia do mestre artesão*. Campinas: Autores Associados, 1998.

SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). *Conhecimento prudente para uma vida decente*. São Paulo: Cortez, 2004.

SASAKI, D. L. *Pouso forçado*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SESSA, Alberto. La scienza dei sistemi per i piani regionali di sviluppo turistico. In: _____. *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Roma: Agnesotti, 1985. p. 53-107.

_____. *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Roma: Agnesotti, 1985.

SOLHA, Karina Toledo. Órgãos estaduais de turismo no Brasil. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi *et al.* (Eds.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005. p. 39-47.

SOROS, George. *Globalização*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

- SOUZA, Luís. Mudanças necessárias nos céus do país. *Turismo em Números*, São Paulo: SINDETUR, ano 6, n. 60, p. 22-7, 2007.
- STIGLITZ, Joseph E. *A globalização e seus malefícios*. São Paulo: Futura, 2002.
- SWARBROOKE, John & HORNER, Susan. *O comportamento do consumidor em turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- TEGGIEN, Eduardo Haro (ed.) *et al. Pensamiento crítico vs. pensamiento único*. Madri: Le Monde Diplomatique, edición española, 1998.
- THE ECONOMIST (UK). Várias edições especiais anuais entre 1993 e 2003.
- TRIBE, John. The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*. Grã-Bretanha: Pergamon. v. 24, n. 4, p. 638-57, 1997.
- TRIBE, John; AIREY, David. *Educação internacional em turismo*. São Paulo: São Paulo: SENAC, 2008.
- TRIGO, Luiz G. G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papirus, 1998.
- _____. *Viagem na memória*. São Paulo: SENAC, 2000.
- _____. *América e outras viagens*. Campinas: Papirus, 2002.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi; e PANOSSO NETTO, Alexandre. *Reflexões sobre um novo turismo: política, ciência e sociedade*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi *et al.* (Eds.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.
- UNIÃO EUROPEIA. Vários folhetos e relatórios. Bruxelas: 1999/2003.
- URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC/Studio Nobel, 1996.
- VARIG – *uma estrela brasileira*. Rio de Janeiro: Action Editora, 1997.
- WAHAB, Salah-Eldin Abdel. *Introdução à administração do turismo*. Trad. Luiz Roberto de Moraes Junqueira. São Paulo: Pioneira, 1977.
- WARDLAW, Grant. *Terrorismo político: teoria, tática y contramedidas*. Madri: Ediciones Ejercito, 1986.
- World Travel and Tourism Review*. Wallingford, UK: CAB International, 1991.
- WORRAL, John. “Revolução permanente”: Popper e a mudança de teorias na ciência. In: O’HEAR, Anthony (Org.). *Karl Popper: filosofia e problemas*. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Fundação Editora da UNESP/ Cambridge, 1997, p. 91-123.
- WTTC. Progress and priorities 2008/2009.

SITES

<http://143.107.93.222/ojs/index.php/turismo/index>

<http://mapas.ibge.gov.br/>

<http://online.onetcenter.org>

<http://rbtur.org.br/index.php/revista>

www.abbtursp.com.br/faptur.html

www.abrasce.com.br

www.actagrau.org.br

www.aeronews.com.br

www.aeronews.com.br

www.alshop.com.br

www.anptur.org.br

www.arvore.org.br/seer/index.php/ecoturismo

www.baderna.org

www.bls.gov

www.brasil.gov.br

www.broadleft.org

www.caminhodesantiago.com

www.caminhodosol.org

www.ciel.org

www.citizen.org

www.cntraveler.com

www.conradeditora.com.br

www.corporatewatch.org

www.cristalinolodge.com.br/br

www.davidsuzuki.org

www.ebape.fgv.br/revistaoit

www.editoraanhembi.com.br

www.eeffto.ufmg.br/licere/home.html

www.eu.int/comm/eurostat

www.facec.edu.br/seer/index.php/docenciaensinoepesquisaemturismo
www.foe.org
www.forumsocialmundial.org.br
www.fundacaocristalino.org.br
www.g77.org
www.google.com.br
www.greenpeace.org
www.ibge.com.br
www.ictsd.org
www.ifatca.org
www.ifg.org
www.iisd.org
www.ilo.org
www.imf.org
www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs
www.josepastore.com.br
www.kiwiexperience.com
www.luiztrigo.blogspot.com
www.mtecbo.gob.br/regulamentacao.asp
www.mtecbo.gov.br
www.noticias.uol.com.br
www.nzone.biz
www.oecd.org
www.oecd.org/country/0,3377,en_33873108_36016449_1_1_1_1_1,00.html
www.oxfam.org
www.paixaoporvoareservir.com.br
www.panda.org
www.periodicodeturismo.com.br
www.physis.org.br/rbecotur
www.revista.inf.br/turismo
www.revistaturismo.com.br

www.sbe.com.br/turismo.asp

www.senado.gov.br

www.sierraclub.org

www.southcentre.org

www.staybase.com

www.textilweb.com

www.thegff.com/Publisher/Article.aspx?id=75959

www.trillas.com.mx

www.turismo.gov.br

www.turismo.pucminas.br/r2n3

www.twinside.org.sg

www.uaemex.mx

www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/index.php

www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/index.php

www.univali.br/revistaturismo

www.weforum.org

www.wikipedia.org

www.worldbank.org

www.world-tourism.org

www.wttc.org

www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/progress_and_priorities_2008.pdf

www.wvi.org

FILME

Eu sou a lenda. Direção de Francis Lawrence. Warner Bros. Picture, 2007.

TIPOLOGIA: Utopia – Regular [texto]
Copperplate Gothic – Bold [entretítulos]
PAPEL: Alta Alvura 75 gr/m² [miolo]
Supremo 250 gr/m² [capa]
IMPRESSÃO: Paym Gráfica [agosto de 2009]