

**REALIDADES, PERSPECTIVAS E DESAFIOS DO
PLANEJAMENTO E DA GESTÃO TERRITORIAL DOS ESPAÇOS
TURÍSTICOS NO SÉCULO XXI**

**REALITIES, PERSPECTIVES AND CHALLENGES OF THE PLANNING
AND TERRITORIAL MANAGEMENT OF TOURIST SPACES IN THE 21st
CENTURY**

**REALIDADES, PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS DE LA PLANIFICACIÓN Y DE
LA GESTIÓN TERRITORIAL DE LOS ESPACIOS TURÍSTICAS EN EL
SIGLO XXI**

Magno Vasconcelos P. Junior

Doutor em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental pela Universitat de Barcelona.
Professor Visitante da Universidade Estadual do Maranhão – UEMA.
magnoj5@hotmail.com / <http://orcid.org/0000-0002-1611-8180>

Júlia Kátia Borgneth Petrus

Doutora em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental pela Universitat de Barcelona.
Professora do Departamento de Geociências da Universidade Federal do Maranhão –
DEGEO/UFMA.
jpetrus@hotmail.com / <http://orcid.org/0000-0002-7593-7995>

Recebido para avaliação em 12/05/2019; Aceito para publicação em 15/09/2019.

RESUMO

A atividade turística é um dos maiores setores econômicos do mundo, ou seja, o mercado do fluxo de pessoas se tornou um dos setores mais rentáveis, o que produz, em um sistema capitalista, oportunidades de instituições financeiras e das indústrias de bens e serviços explorarem esta economia em prol de aumentar seu próprio capital, sem o interesse pelo espaço que fomenta o turismo. A abordagem realizada neste artigo é a da exploração de conteúdo secundário, utilizando-se da interpretação para alcançar à análise do tema. É nesta perspectiva que o presente trabalho demonstra o panorama atual do turismo brasileiro e o novo cenário gerado pelos interesses do capital global que vem sendo desenvolvido pelas políticas governamentais adotadas para fomentar essa atividade no país, seguindo, muitas vezes, modelos problemáticos, que geram uma massificação turística em decremento do bem-estar dos autóctones.

Palavras-chave: Turismo Contemporâneo; Turismo Massivo; Espaço Turístico.

ABSTRACT

Tourism is one of the largest economic sectors in the world. In other words, the flow of people has become one of the most profitable sectors, which, in a capitalist system, produces opportunities for financial institutions and for the goods and services industries to exploit this economy for the goal of increasing their own capital, without interest in tourism-space. The approach taken in this article is the exploration of secondary content, using interpretation to reach the theme analysis. It is in this perspective that the present work demonstrates the current panorama of Brazilian tourism and the new scenario generated by the interests of global capital that has been developed by public policies

adopted to foster this activity in the country, often, following problematic models that generate a tourist massification in decrease of the welfare of the native ones.

Keywords: Contemporary Tourism; Mass Tourism; Tourist Space.

RESUMEN

La actividad turística es un de los sectores económicos más grandes del mundo, o sea, el mercado de lo flujo de las personas se convierte en un sector más rentable, lo que produce, en un sistema capitalista, oportunidades para que las instituciones financieras y las actividades de bienes y servicios exploten esta economía, con el fin de aumentar su propio capital, sin el interés en el espacio que promueve el turismo. El enfoque adoptado en este artículo es la exploración de contenido secundario, utilizando la interpretación para lograr el análisis del tema. En esta perspectiva, el presente trabajo muestra el panorama actual del turismo brasileño y el nuevo escenario presentado por los intereses del capital global que ha sido desarrollado por las políticas aplicadas para promover esta actividad en el país, a menudo siguiendo modelos problemáticos que generan una masificación turística, disminuyendo el bienestar de los pueblos autóctono.

Palabras clave: Turismo Contemporáneo; Turismo de Masas; Espacio Turístico.

INTRODUÇÃO

Para poder entender a projeção do turismo do século XXI, consideramos importante fazer um pequeno repasso pela história desta atividade. O turismo contemporâneo que conhecemos está associado ao desenvolvimento de três grandes acontecimentos: do Estado liberal, da Revolução Industrial e da globalização.

O Estado liberal ou liberalismo permitiu o surgimento de novas ideologias sociais, de homem livre, racional, de igualdade de direitos e a livre expressão de opinião. Ademais, iniciou a chispa da liberação econômica, do mercado livre e do direito mais amplo à propriedade privada. Tais acontecimentos ajudaram no aumento de serviços oferecidos nas cidades, bem como a liberdade de imprensa, que possibilitou a divulgação deles, fato este que motivou a implementação de viajantes a esses destinos. É neste sentido que “a constituição do Estado Liberal favorece o surgimento do turismo enquanto prática, inserida no mundo capitalista em constituição e em sua dialética” (MAGALHÃES, 2011, p. 4).

A Revolução Industrial no XIX proporcionou um progresso tecnológico sem precedentes na história do meio de locomoção: transforma o veículo de tração animal em um a vapor, facilitando e permitindo a acessibilidade ao deslocamento de pessoas e fazendo com que haja um crescimento quantitativo de turistas internacionais que buscam, em seu tempo livre, diversão, cultura, religião ou esportes. Para Acerenza (2002, p. 68) citado por Nóbrega (2011, p. 5):

O período compreendido entre a segunda metade do século XVIII e a primeira metade do século XIX marca outro momento significativo na evolução do turismo. A transformação econômica e social decorrente da Revolução Industrial e o conseqüente surgimento de uma classe média e próspera, com novos gostos e necessidades, especialmente no que diz respeito às férias, e favorecida, além disso, pelos rápidos aperfeiçoamentos dos transportes, fez com que aumentasse o número de pessoas que viajassem por prazer.

A globalização, hoje, é um dos principais pilares dos diversos tipos de turismo, seja ele com fins de ócio, negócio, prazer, aventura, pessoal, religioso, ou de saúde, entre outros. Também é responsável pelo turismo de massa, pela degradação dos espaços e do lado escuro que pode trazer. À globalização será dada mais ênfase em seguida, já que é um tema atual do turismo.

Uma forma simplificada de turismo é afirmar que ele nasce quando uma pessoa decide se deslocar temporariamente do lugar de residência a outro lugar, com o fim de desfrutar ou conseguir uma satisfação pessoal.

Para que isso ocorra, existem várias condições a que o indivíduo se submete para poder realizar o desejo de ser turista.

Devemos citar, em primeiro, em âmbito individual, a disposição de renda e tempo livre e, portanto, o turismo é, nos primeiros momentos, uma atividade de uma minoria elitizada. Em segundo, meio de transporte que permite a mobilidade espacial, que seja factível tanto em termos de tempo e de dinheiro ao turista. Em terceiro, são necessários os agentes (particulares ou empresas) que facilitam o deslocamento e a recepção nos lugares de destino, ao proporcionar os serviços que permitirão a viagem e a estância, como as empresas de transportes, as agências de viagens, os tours, as empresas hoteleiras ou de residências turísticas.

Contudo, Souza Júnior e Azevedo Ito, no seu artigo Turismo e Espaço: uma leitura geográfica da interferência da atividade turística no processo de (re)organização sócio-espacial do município de João Pessoa-PB, publicado na *Scripta Nova*, configura o conceito da OMT:

Oliveira (2001:36), fazendo uma adaptação ao conceito de turismo desenvolvido pela Organização Mundial de Turismo, define este como um “conjunto de resultados de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural, produzidos numa localidade, decorrentes da presença temporária de pessoas que se deslocam do seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos”. Citando McIntosh, Oliveira (2001:39) associa ainda o turismo como sendo uma “ciência, arte e atividade capaz de atrair, transportar e alojar visitantes, com o objetivo de satisfazer suas necessidades e a seus desejos” (SOUZA JÚNIOR; AZEVEDO ÍTO, 2005, [s/p]).

Pires (2002, p. 162) citado por Souza Júnior e Azevedo Ito (2005, [s/p]), refere que a paisagem é um elemento essencial para o turismo:

Se a razão de ser do turismo (...) é o deslocamento ou movimento voluntário das pessoas de um lugar para outro no espaço, então o turismo pode ser concebido como uma experiência geográfica na qual a paisagem se constitui como elemento essencial.

Essa primeira concepção do turismo não se preocupava com a valorização do espaço geográfico relacionados ao desenvolvimento das atividades turísticas, essa ideia passa a tomar forma pelos geógrafos marxistas que começam a estudar os impactos produzidos nas organizações espaciais pelo deslocamento de pessoas a certas regiões.

As discussões sobre o turismo, desde então passam a ter relevância referente (re)produção dos espaços, ademais com a intensificação dessa atividade favorecida pela globalização, ou seja, o turismo à escala mundial transforma fortemente o espaço local, gerando conflitos de interesses entre atores que habitam o espaço com os agentes modificadores. Sendo assim, o consumo pelo espaço se tornou objeto de investigação da sociedade contemporânea, uma sociedade mais crítica com o desenvolvimento sem planejamento que pouco se importar com o crescimento local.

TURISMO GLOBALIZADO

Quando se fala de globalização, a primeira coisa que vem à mente é a internacionalização do Estado, provocada pela mutação da economia local em prol da adaptação à economia internacional. Este fenômeno que marca o início do século XX, mas com maior pujança no XXI, provocando uma mudança panorâmica dos grandes empreendimentos, das instituições financeiras e indústrias, contempla uma nova oportunidade de ampliar seu capital de forma produtiva. Dessa forma, “não tardaram em perceber o potencial de negócios que o homem que viajava representava” (NÓBREGA et al., 2011, p. 5).

A força econômica contemporânea global ajuda a impulsionar a saída de habitantes de suas regiões para experimentarem, a milhas de distância, novas etnias, ideias, culturas e meios de comunicação. Este processo coloca o turismo entre os maiores fluxos de capital do mundo: em 2016 representou 7% das exportações mundiais de bens e serviços (UNWTO, 2016).

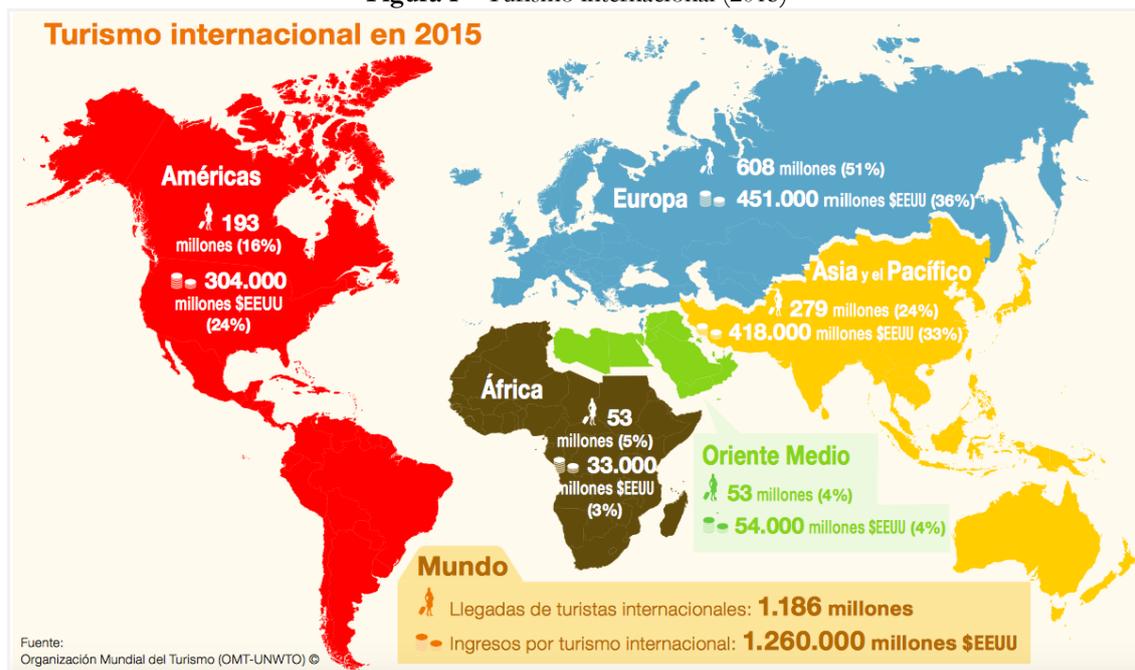
Desde a chegada do turismo à escala mundial, esse setor vem experimentando continuamente uma expansão e diversificação de suas atividades, tornando-se um dos

maiores setores econômicos do mundo. É desta forma que o turismo como categoria mundial de exportação ocupa o terceiro lugar na balança comercial mundial e somente perde para os setores de combustível e alimentação.

Pode-se observar, na ilustração elaborada pela Organização Mundial do Turismo (Figura 1), que a maioria dos turistas, no ano de 2015, escolheu como destinos favoritos Europa e América do Norte; somente a Europa representa 51% do fluxo turístico mundial. Os países como França, Estados Unidos, Espanha e China lideram as primeiras posições de destino internacional, tanto por chegada de turista como por ingresso de capital (UNWTO, 2016).

O fluxo de pessoas pelo mundo se tornou um dos setores mais rentáveis, fato este em que, muitas vezes, se corre o risco de reduzir a análise do turismo simplesmente a um sistema econômico, deixando de ser percebido como um fenômeno social amplo, complexo e contraditório, que afeta a todos, melhor dizendo, a todas às camadas sociais.

Figura 1 – Turismo internacional (2015)



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT-UNWTO).

Este fluxo global produz diversos efeitos diretos e indiretos para o local de destino; afeta, como exemplo, os setores econômico, político, cultural, como também a sociedade e o espaço. Todavia, na maioria das vezes, os discursos políticos e os planos estratégicos adotados observam apenas o setor econômico como uma solução promissora para a região receptora do turismo, sem se importar com outros efeitos, que podem ocasionar a

massificação do fluxo de pessoas, principalmente as consequências negativas relacionadas com o sociocultural e o espaço da região.

É nesta concepção que o turismo globalizado passou a ser um atrativo para os governantes, que percebem o espaço como uma oportunidade de promover o desenvolvimento em seus países, tornando-os destinos turísticos, na confiança de que haverá melhoras para a economia, como o aumento da geração de emprego, arrecadação de impostos, geração de divisas, entre outras: “é por essa razão que o turismo representa uma atração considerável a muitos governos do Terceiro Mundo” (MACEDO et al., 2011, p. 439).

No entanto, nem sempre a melhora da economia significa maior qualidade de vida. Atualmente, é necessário que o turismo trabalhe em consonância com a cultura local, ou seja, o dia a dia da comunidade, e que assim seja analisado em todos os aspectos, socioeconômico e cultural, e seus verdadeiros impactos para a região, com o fim de lograr uma maior participação nos benefícios deste setor por parte da população hospedeira, havendo um equilíbrio local entre o econômico, social e cultural.

PANORAMA DO TURISMO BRASILEIRO

O turismo no Brasil segue uma linha de pensamento parecida com o que foi abordado anteriormente. O Plano Nacional do Turismo – PNT, uma ferramenta do Ministério do Turismo – MTur que serve para direcionar a política que deve ser aplicada no território brasileiro, profere, em seu ambicioso plano, seus objetivos e estratégia para aqueles anos de 2013 a 2016: “sair da sexta para a terceira economia turística do planeta, ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos, exigirá um crescimento anual médio de mais de 8%” (BRASIL, 2013, p. 6). Esta afirmação deixa claro que somente o aumento do fluxo de turista é a principal finalidade do plano de desenvolvimento turístico no Brasil, não se importando com os efeitos produzidos no local de destino dos turistas. Este mesmo Estado que tem como finalidade maior a fluidez turística deve se interessar pela prosperidade das comunidades, das regiões receptoras dos viajantes, elevando o bem-estar dos autóctones.

Discurso este adotado desde a criação do primeiro Plano de Desenvolvimento do Turismo em 1991, porém implantado somente em 1992, incentiva, através dessa ferramenta, o aumento do turismo como meio de impulsionar a economia no país. Certo é que, com as políticas governamentais voltadas para o turismo e juntamente com as melhorias das condições tecnológicas na área de transporte, sendo a locomoção um dos

principais fatores na tomada de decisão do turista, já que é primordial um modo de chegar em seu destino final, ajudou a incrementar quase que ininterruptamente o fluxo de pessoas no país, apenas havendo uma caída no ano de 2001 a 2002, devido ao acontecimento do 11 de setembro, que afetou diretamente a aviação (principal meio de transporte de turista internacional), e em 2009, com o início da crise global (Quadro 1).

Quadro 1 – Chegada de turista no Brasil 1991 a 2015

Chegada de turistas			
Ano	Total	Ano	Total
1991	1.228.178	2004	4.793.703
1992	1.692.078	2005	5.358.170
1993	1.641.138	2006	5.017.251
1994	1.853.301	2007	5.025.834
1995	1.991.416	2008	5.050.099
1996	2.665.508	2009	4.802.217
1997	2.849.750	2010	5.161.379
1998	4.818.084	2011	5.433.354
1999	5.107.169	2012	5.676.843
2000	5.313.463	2013	5.813.342
2001	4.772.575	2014	6.429.852
2002	3.784.898	2015	6.305.838
2003	4.132.847		

Fonte: Ministério do Turismo, 2016. Elaboração dos autores.

A rentabilidade econômica produzida pela atividade turística nos países de terceiro mundo, na maioria das vezes, não é sustentável. A falta de controle das atividades gera um grande número de empregos informais e uma concentração dos lucros a grandes empresários, como o setor hoteleiro, por exemplo. Também existe um grande risco de gerar o turismo de massa, categoria essa prejudicial para o desenvolvimento local, com poucos benefícios líquidos, além de contribuir para a perda da cultura local. É neste sentido que se faz refletir o discurso de Raquel F. Macedo e outros, em “Ecoturismo de base comunitária: uma realidade ou uma utopia”.

(...) é pertinente ressaltar também que a atividade turística antes de ser vista como “tábua de salvação” para os países em dificuldades econômicas, tem que ser analisados os verdadeiros benefícios e de fato para quem estes são gerados (MACEDO et al., 2011, p. 439).

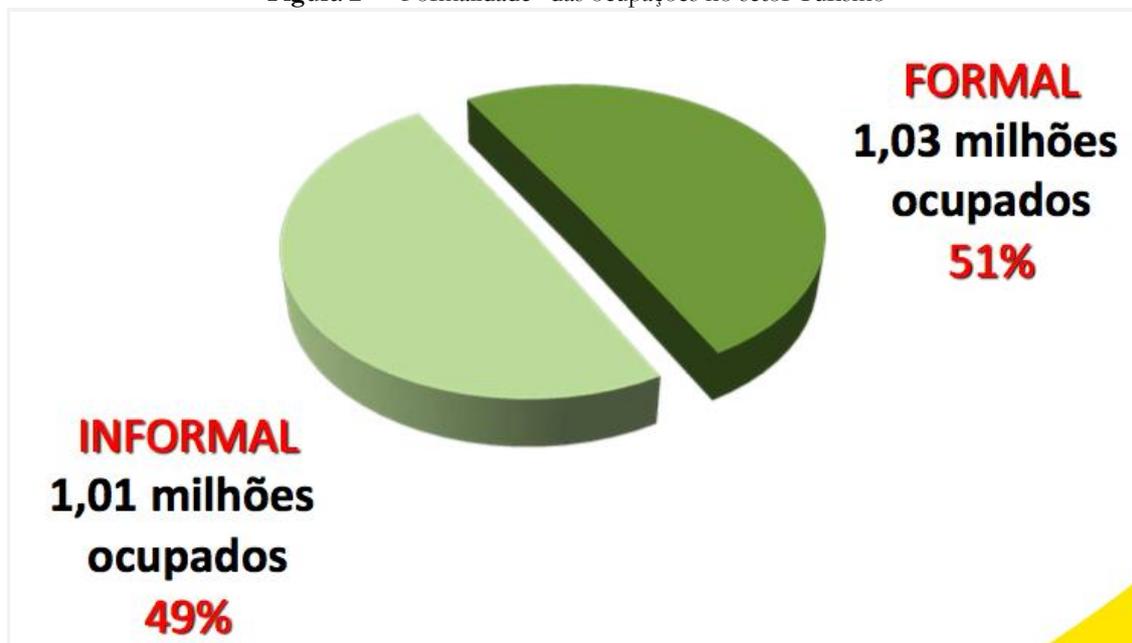
Esta reflexão é pertinente no contexto quando os números apresentam uma realidade contrária aos discursos adotados pelos governantes brasileiros, motivo este gerado pela falta em aplicar na prática um turismo sustentável e de um planejamento mais

detalhado que esteja voltado para a realidade regional e local. Situação esta que ocasiona um desequilíbrio na participação desta atividade, com referência aos cidadãos autóctones.

O sistema de informações sobre o mercado de trabalho do Setor Turismo – SIMT, em parceria com IPEA, MTur e Codeplan/DF¹, realizou uma pesquisa em 2014 sobre o desenvolvimento dessa atividade no setor econômico e, ao relacionar às Atividades Características do Turismo – ACTs², chegaram aos seguintes resultados sobre os empregos gerados pelo turismo:

Os números de ocupações³ gerados pelo setor turístico em 2014 correspondem a 2,04 milhões, ou seja, 2,2% das atividades totais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014); dessas, 1,01 milhões de pessoas praticam atividades informais, ou seja, correspondendo a 49%, e os demais 1,03 milhões praticam atividades formais, sendo 51% (Figura 2).

Figura 2 – “Formalidade” das ocupações no setor Turismo



Fonte: Ministério do Turismo, 2014. Elaboração dos autores.

O setor de alimentação é o que tem a maior participação entre as ACTs. No entanto, também é o setor mais atingido pela informalidade, sendo o único que tem mais trabalhadores informais que formais, sendo informais 53,1% do total das atividades do turismo. Esta situação se estabelece pela escassa fiscalização, oportunidades de empregos, facilidade em produzir e distribuir alimentos e pela sazonalidade do setor turístico, já que

¹ Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Mtur – Ministério do Turismo; Codeplan/DF – Companhia de planejamento do Distrito Federal.

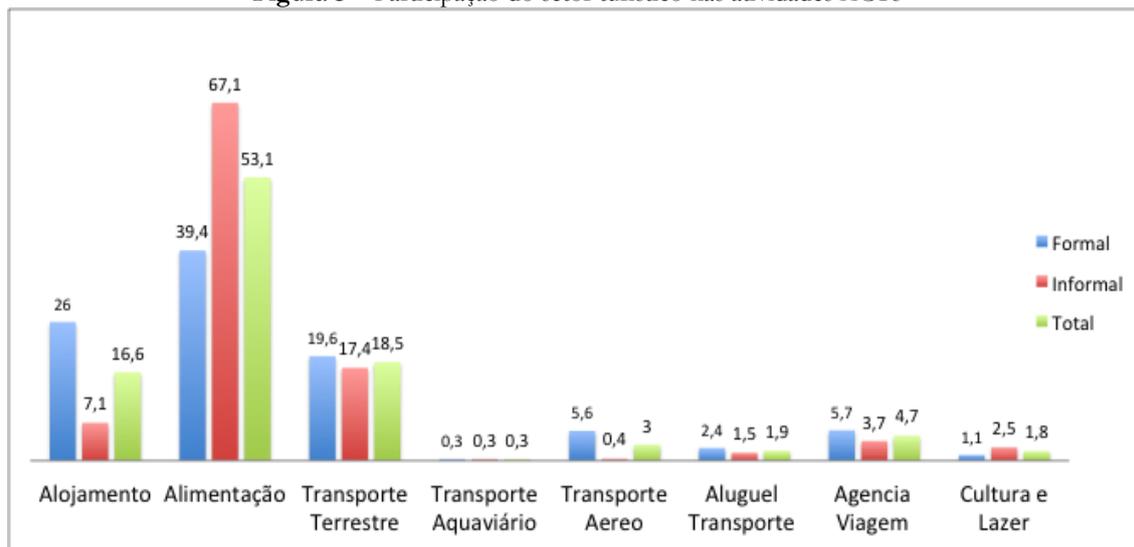
² As atividades que fazem parte da ACTs são: alojamento, alimentação, agência de viagem, transporte aéreo, transporte terrestre, transporte aquaviário, aluguel de transporte, cultura e lazer.

³ Número total de pessoas que trabalham na ACTs, seja de forma formal ou informal.

muitas vezes serve como um incremento de renda familiar em determinados meses, conforme os estados brasileiros, nos meses de junho/julho e novembro/dezembro.

O setor de transporte vem em segundo lugar, com 17,4% de trabalhadores informais, dentro das atividades características do turismo. A irregularidade do transporte contribui para elevar as estatísticas, além de fortalecer um mercado ilegal, que, na maioria das vezes, coloca em risco os turistas e habitantes locais (Figura 3).

Figura 3 – Participação do setor turístico nas atividades ACTs



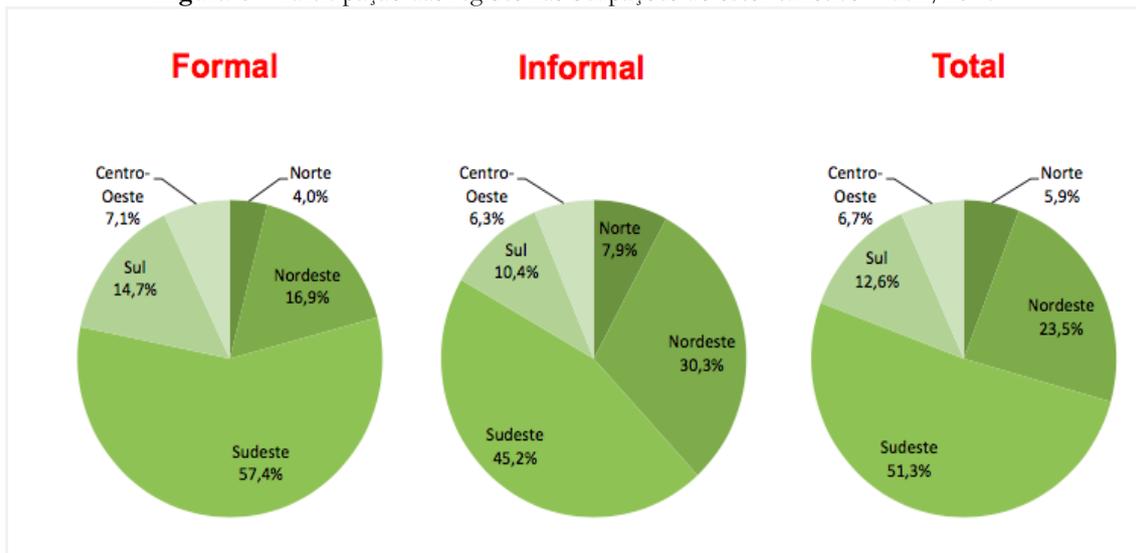
Fonte: Ministério do Turismo, 2014. Elaboração dos autores.

É certo que o setor turístico traz e faz circular receita no país, porém também gera uma concentração dela, o que, associada às condições socioeconômicas precárias que vivencia o país, contribui para um aumento da desigualdade social quanto à distribuição de renda e das condições de acesso a equipamentos, dos quais, incluso, alguns estão destinados somente a turistas, marginalizando a população local.

Quando comparamos esses dados por regionalidade, nota-se um desequilíbrio exorbitante: nas regiões que mais necessitam de geração de emprego em consequência de terem os piores indicadores, como de IDH, nível de pobreza e de desemprego, é onde menos se tem desenvolvido a atividade turística. Entre essas regiões está o Norte, com apenas 5,9% da participação no turismo brasileiro em 2014.

Naquele mesmo ano, pode-se notar no gráfico abaixo (Figura 4), que o Sudeste tem a maior participação no turismo no Brasil, com 51,3%, correspondendo a mais da metade, seguido de longe do Nordeste, com 23,5%. Todavia, o Nordeste é a única região onde o emprego informal supera o formal, tema agravante para o desenvolvimento da região.

Figura 4 – Participação das regiões nas ocupações do setor turístico – dez./2014



Fonte: Ministerio do Turismo, 2014. Elaboração dos autores.

A atividade turística não é ruim para o país, inclusive, acredita-se que o ingresso por essa atividade deve ser desenvolvido, porém deve se repensar como atingir um desenvolvimento mais condizente com a realidade local, buscando sempre construir maior equilíbrio entre a atividade turística, a preservação ambiental e a melhoria das condições de vida das comunidades locais, sendo economicamente viável e socialmente justo. É neste sentido que se considera um turismo sustentável, em que os impactos são mais favoráveis do que negativos, que somente pode ser atingido se houver um plano estratégico minuciosamente detalhado para essas questões.

TURISMO MASSIFICADO EM ESPANHA: o que o Brasil não deve seguir

Observamos anteriormente o panorama brasileiro no setor de turismo, em que está clara a preocupação atual dos governantes em fazer fluir o turismo em termos de número de turistas, fator este problemático quando se considera a quantidade acima da qualidade, já que, na maioria das vezes, o turismo em massa não traz benefícios à comunidade local. Neste sentido, Bertram M. Gordon explica que:

Un pequeño número de turistas que gastan un dinero considerable puede tener más impacto que un número grande gastando menos. Un gran número de espectadores pueden mirar de prisa o unos pocos espectadores pueden tomarse mucho tiempo en contemplar un lugar turístico (GORDON, 2002, p. 137).

O turismo massivo está associado com um turismo de baixa qualidade porque muitas vezes não se interessa pela cultura e desenvolvimento local. Por isso, o termo

turismo massivo é usado de forma pejorativa: são duas palavras e mil e uma imagens negativas. Com certa razão, já que os riscos que pode trazer esse modelo são quase que irreversíveis, como a degradação do ambiente local, perda da cultura local, capitalização do mercado, dependência econômica baseada no turismo, péssimas condições laborais, conflitos com a população local, entre outros. Esta ideia é reforçada pela visão de Ruschmann (1999), que expõe que a explosão da demanda turística e a saturação dos núcleos receptores degradam a natureza e as comunidades locais.

Por suposto que o turismo em massa tem suas vantagens em uma economia em declive, com um alto índice de desemprego, essa atividade, em seu primeiro momento, torna-se vantajosa. A geração de renda, mesmo não sendo bem distribuída, consegue diminuir a greta deixada por um Estado falido, sendo essa a solução mais viável para os governantes.

Dito isso, nos países de primeiro mundo, onde já há uma maior estabilidade socioeconômica, o turismo em massa passa a ser um problema, já que o Estado de bem-estar social é fundamental no cotidiano dos cidadãos, que pressionam diariamente o Estado para intermediar como regulador nas questões sociais.

Na Espanha, onde se experimenta um turismo exorbitante, massivo e devastador, há sérios conflitos com a população local, pois as divergências do uso dos espaços coincidem no dia a dia, afetando o lazer e a cultura local. Além disso, o turismo massivo incrementa a inflação dos produtos e gera a degradação dos equipamentos públicos, entre outros fatores negativos ocasionados por essa modalidade de turismo. Essa insatisfação é transmitida por meio de panfletos, cartazes, protestos, reivindicações e abaixo-assinados, que são visíveis nas principais cidades que acolhem esse turismo massivo, como exemplo a manifestação de janeiro de 2017, em Barcelona (Figura 5).

Figura 5 – Protesto contra o turismo massivo na Espanha



Fonte: Jornais *El universo* e *El diari*, 2017.

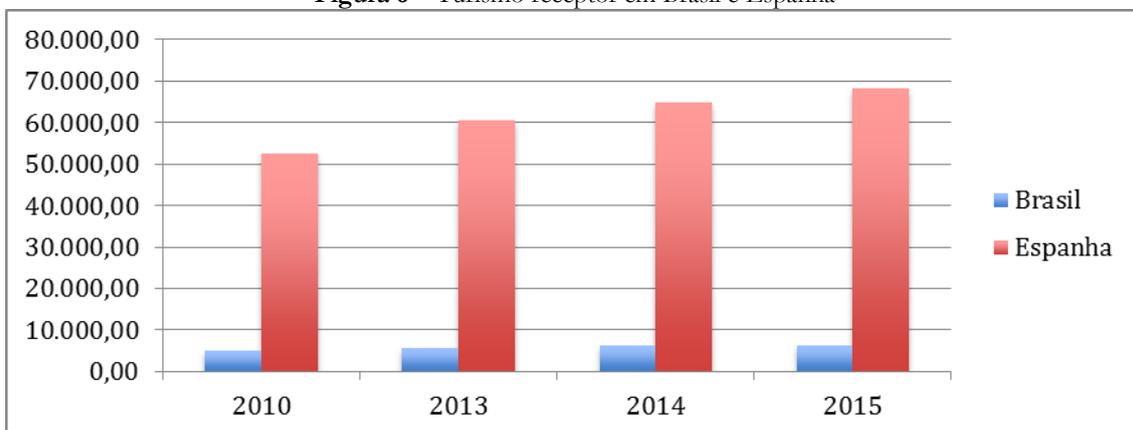
Os manifestantes não estão contra o turismo, estão contra a massificação dele porque os moradores locais vivenciam diversos tipos de conflitos, como exemplo os inúmeros turistas ingleses que vão para Barcelona ficarem bêbados, fazerem festas de despedidas, saindo pelados nas ruas ou fecharem apartamentos com diversas prostitutas. Enfim, praticar constantemente badernas e desordem pública sem nenhum respeito pelas leis locais.

Ademais, a massificação altera a lei do mercado imobiliário: os imóveis se tornam excessivamente caros para a realidade local, sendo vendidos como segunda ou terceira residência para turistas como alemães, dinamarqueses, noruegueses e de outros países nórdicos, para os quais o clima é o fator essencial na tomada de decisão, já que buscam sol e praia.

Nas cidades consideradas de segunda residência, como Mallorca, Menorca e Ibiza, ou seja, as ilhas Baleares, em período de baixa temporada quase não se vê vida, quer dizer que, de outubro a final de maio, poucos moradores locais habitam essas cidades, tornando-as semidesertas, com poucos equipamentos públicos e, até mesmo, poucas atividades privadas funcionando, pois algumas lojas são fechadas. A sazonalidade destas cidades é vultosa.

O Brasil ainda está longe de chegar às dificuldades que a Espanha vem passando com seu turismo massivo. Se compararmos o turismo receptor do Brasil com o da Espanha, é notória a disparidade entre os dois países (Figura 6). A Espanha recebe dez vezes mais turistas que o Brasil e somente na cidade de Barcelona, segundo os números de estabelecimento turístico, houve 11.790.941 turistas no ano de 2016 (BARCELONA, 2016). Este dado sobrepassa o número total de turistas recebido em todo o Brasil.

Figura 6 – Turismo receptor em Brasil e Espanha



Fonte: (UNWTO, 2016). Elaboração dos autores.

Esse panorama apresentado serve para entender o caminho que vem percorrendo o planejamento do turismo brasileiro, o modelo de turismo que está sendo apresentado como uma “tangente” para a economia. Entretanto, é necessário prestar atenção às questões sociais, culturais, locais e colocar em prática modelos mais sustentáveis, com a finalidade de beneficiar ao máximo possível os moradores locais, obviamente sem desviar o olhar da questão econômica dos autóctones.

CONCLUSÃO

A atividade turística vem ganhando cada vez mais força no mercado internacional e é nessa perspectiva que os governantes têm que tomar cada vez mais precaução no desenvolvimento deste setor, já que é uma questão não somente econômica, mas também social e cultural. Pensando neste fenômeno chamado turismo e toda a sua complexidade, propor sustentabilidade, viabilidade econômica e justiça social é um desafio para as instituições internacionais, nacionais e locais, que devem aplicar seus conceitos ao âmbito local de forma dinâmica e participativa. Caso contrário, será apenas mais um discurso falido, que serve apenas para questões políticas.

Para que o turismo não saia do controle e se torne um problema, é necessário ter bem claro, no planejamento nacional, regional e local, qual a carga máxima permitida para aquele território, medida esta que serve para evitar o consumo excessivo do espaço, com o propósito de preservá-lo, conservá-lo e protegê-lo da deterioração e do desaparecimento.

O Brasil deve buscar como exemplo outros países que já têm a atividade turística bastante desenvolvida, como no caso citado neste artigo, a Espanha, e deles apreender os modelos que deram certo e, ao mesmo tempo, tentar evitar o lado negativo que este setor atrai. Criar leis para dizer NÃO a certos “negócios” explorados juntamente com o turismo, como o turismo massivo, turismo de narcotráfico, turismo sexual, turismo de bebedeira⁴, entre outros.

Uma das possíveis soluções seria expandir as possibilidades turísticas por meio da distribuição de infraestruturas, de roteiros turísticos mais amplos, das publicidades, entre outras ferramentas, para que haja uma menor sobrecarga em determinados espaços. A diversificação do turismo ajuda a evitar certos problemas, no entanto, as comunidades locais e o setor turístico devem estar sempre em constante comunicação.

⁴ Esse tipo de turismo está fortemente relacionado com jovens que têm a intenção de passar férias em outras regiões com o intuito de fazerem festas, ficarem bêbados e provocando badernas, causando assim desordem para o local. Exemplo a ilha de Ibiza em Espanha, conhecida pela suas grandes festas no período de verão.

REFERÊNCIAS

BARCELONA, Ajuntament de. Estadísticas de turismo. **Barcelona**: ciudad y entorno. Barcelona: Barcelona turisme, 2016. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/171907_estadistiques_curt_2016_ultima_versio.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano nacional de turismo 2013-2016**. Brasília: [s.n.], 2013.

GORDON, Bertram M. El turismo de massas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. **Historia Contemporánea**, n. 25, p. 126-156, 2002.

MACEDO, Raquel Fernandes de [et al.]. Ecoturismo de base comunitária: uma realidade ou uma utopia. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 9, n. 2, p. 437-448, 2011. Disponible en: <<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.037>>. Acesso em: 15 set. 2019.

MAGALHÃES, Leandro Henrique. Panorama histórico do turismo: do mundo moderno a contemporaneidade. **Obsturpr**, v. 18, 2011. Disponível em: <<http://www.obsturpr.ufpr.br/EPTUR/PANORAMA%20HISTRICO%20DO%20TURISMO.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas básicas de turismo Brasil - Ano base 2015**. Brasília: Ministério do Turismo, 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **SIMT-Sistema de informações sobre o mercado de trabalho do setor turismo**. [S.l.]: Ipea, 2014. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/extrator/simt.html>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça [et al.]. Roteiros (eco) turísticos em áreas protegidas da Amazônia: aplicação do Sistema de Informação Geográfica (SIG) na APA Algodoal/Maiandeuá, Pará, Brasil. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, n. 47 (n. especial EGAL), p. 01-17, 2011.

RUSCHMANN, Doris Van De Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 1999.

UNWTO (Org.). **Panorama OMT del turismo internacional**. 2016. ed. [S.l.]: UNWTO, 2016. Disponível em: <<http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2016>>. Acesso em: 20 set. 2017.

Sites consultados:

<<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/01/28/nota/6019900/protestan-contra-excesivo-turismo-barcelona>>. Acesso em: 5 set. 2017.

<http://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/Vecinos-Barcelona-Rambla-masificacion-turistica_0_606489470.html>. Acesso em: 5 set. 2017.