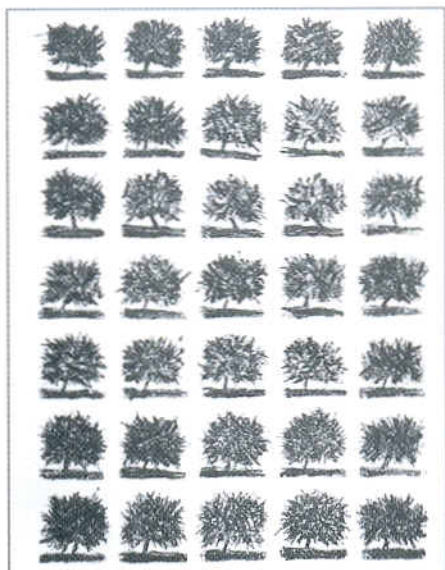


O SÉCULO XXI E O TURISMO



José Henrique da Silva Júnior

Chegamos ao início de um novo século e milênio. Durante a virada, ocorreram os tradicionais balanços e prognósticos setoriais. Estabeleceu-se um autêntico exercício de futurologia. Foram feitas afirmações sobre nosso futuro, principalmente por aqueles que se credenciaram como maiores conhecedores do assunto, dentre eles mães de santo, cartomantes, astrólogos, enfim, especialistas de vários matizes. Foram feitas previsões para as tradicionalíssimas perguntas: o que acontecerá? Quais são as perspectivas disso? Daquilo? Daquilo outro? O que acontecerá com ele? E daí por diante.

Assim, cabe também perguntar: o que acontecerá com a atividade do turismo, no futuro? Essa

pergunta ganhou fôlego e atualidade depois dos atentados terroristas sobre o World Trade Center, em New York, no dia 11 de setembro do ano passado. Foram marcantes episódios que se sucederam naquele mês e que afetaram abrupta e profundamente a atividade turística mundial. Em longo prazo, acredita-se serem passageiros os efeitos diretos e indiretos daqueles atos terroristas sobre a atividade do turismo mundial, que em breve deverá retomar seu caminho tal qual delineado antes daqueles atos. E qual será essa trajetória? Vejamos.

Segundo o Instituto Brasileiro do Turismo – Embratur, o turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações –

Segundo dados da Embratur a indústria do turismo no Brasil será responsável pela entrada de cerca de US\$ 6 bilhões no país, no decorrer dos próximos anos.

compras e vendas de serviços turísticos – efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visitam.

Se tomarmos como verdadeira essa definição, o futuro do turismo mundial estará seguramente garantido, uma vez que as pessoas não deixarão de se deslocar por motivos rigorosamente turísticos. Mesmo diante do temor de novos atentados terroristas, terão que continuar se deslocando para fora de seu entorno habitual, seja por motivo de ócio ou de negócio, e realizando transações de compra e venda. Pode-se dizer, portanto, que o turismo será uma atividade expansiva em médio e longo prazo e, inexoravelmente, haverá de garantir emprego e renda para as pessoas.

Também se pode dizer, em termos específicos, que o desempenho futuro do turismo brasileiro é promissor, mesmo diante da incontestável precariedade da qualidade na prestação de serviços. Segundo dados da Embratur, a indústria do turismo no Brasil será responsável pela entrada de cerca de US\$ 6 bilhões no país, no decorrer dos próximos anos. Também os números oficiais da Organização Mundial do Turismo – OMT apontam que, quanto ao turismo externo, o Brasil manterá o crescimento de cerca de 3,4%, dos últimos anos. Essa previsão se baseia na hipótese de o governo federal manter a sua atitude quanto ao turismo. Segundo a Embratur, foram aplicados US\$8 bilhões pelo governo federal e pelos Estados nos últimos quatro anos. Apenas no Nordeste, sete novos aeroportos foram construídos; 22 mil metros quadrados de patrimônio histórico foram restaurados; 17 projetos de saneamento básico foram executados e 280 quilômetros de estradas foram construídos. A partir dos investimentos públicos, mais US\$6 bilhões serão investidos pela iniciativa privada em novos empreendimentos turísticos a partir de 2002. Na iniciativa privada, ainda segundo a Embratur, 120 mil empregos diretos e 420 mil empregos indiretos serão criados. No setor hoteleiro, cerca de um milhão de empregos já são mantidos, direta ou indi-

retamente, pela indústria do turismo nacional. Para corroborar esse cenário, ainda segundo a OMT, cada US\$7 mil deixados no país repercutirão na manutenção de um emprego, enquanto na indústria automobilística serão necessários R\$170 mil para gerar um emprego. No turismo, apenas R\$40 mil possibilitam um emprego direto num hotel; R\$10 mil empregam uma pessoa num restaurante e R\$50 podem garantir matéria-prima e emprego a um artesão.

Segundo dados da OMT, num período de três anos o Brasil passou da 43ª posição do seu ranking para a 29ª posição. De 13 milhões de desembarques nacionais domésticos nos aeroportos brasileiros em 94, o país passou a 26 milhões de desembarques no ano de 99, com a possibilidade de chegar a 29 milhões no início do novo milênio. Conforme a Embratur, até 2003 deve aumentar para 6,5 milhões o fluxo de turistas estrangeiros, para 57 milhões o fluxo de turistas nacionais e para US\$5,5 bilhões a receita cambial turística, o que deverá gerar 500 mil novos empregos no setor.

Mas, no mundo inteiro, o que acontecerá com o turismo? O que deverá mudar?

Ao se traçar um panorama da atividade turística, constata-se que até agora predominam viagens programadas, planejadas, prolonga-

das e a destinos distantes. São realizadas sob legislações complexas em que se observam barreiras, normas comerciais, alfandegárias e jurídicas, assim como a exigência de vistos e passaportes. Nessas viagens predominam roteiros turísticos tradicionais, com preferência para destinos já maduros, alguns apontados como decadentes, como é caso do Caribe. Nesses roteiros se destaca o Mediterrâneo, ainda um notável e importante destino turístico. Quanto ao perfil, grande parte dos turistas ainda é inexperiente, passiva e não interage com as comunidades e atrações existentes. De modo geral ocorre, em função da atividade, certa degradação do meio ambiente junto ao local escolhido para visitação.

Quais seriam, então, as mudanças previstas?

A única certeza é que mudanças ocorrerão. Tudo vai mudar, principalmente em razão da profunda e acirrada competição que se instalou no âmbito da atividade turística, seja no nível local, nacional ou internacional. Inexoravelmente, isso provocará uma melhoria da qualidade na prestação dos serviços. Basicamente, o turismo passará por profundas e importantes mudanças em direção a novas experiências. A atividade busca um novo perfil de cliente: aquele cujo poder aquisitivo é limitado, que deseja produtos e

***As agências de viagens
deverão se ajustar a este
novo cenário, a uma nova
clientela.***

***Deverão se adaptar ao
uso da Internet, cada vez
mais demandada, para a
comercialização de seus
produtos e como forma de
redução de seus custos.***

serviços de qualidade a custo baixo, é muito exigente, disposto a interagir com as atrações turísticas e não tem experiência de viagem, quanto mais de viagens luxuosas, caras e prolongadas.

Em relação aos agentes econômicos do turismo, as empresas aéreas passarão por um processo de total desregulamentação, abolindo-se o excesso de rigor na legislação hoje vigente. Diante do aumento da competição em todos os níveis de mercado, haverá um crescimento significativo das fusões e alianças entre as empresas. Estas deverão buscar a melhoria do gerenciamento interno, visando a um aumento da rentabilidade financeira. Caminharão na direção do cliente mais exigente e disposto a pagar um preço justo pelo seu assento, cliente que deverá ocupar as classes econômicas dos vôos e ter o

seu conforto aumentado. Quanto aos vôos, estes deverão ampliar os produtos, serviços e distrações a bordo dos aviões, que serão cada vez maiores, como verdadeiros super Jumbos.

Já os cruzeiros marítimos se tornarão mais popularizados, havendo um crescimento do número de leitos para atender a uma clientela nova, também de menor poder aquisitivo, disposta a viajar em cruzeiros, mas sob certas condições que lhe sejam favoráveis. Diante dessas perspectivas e devido à sua popularização, os cruzeiros deverão introduzir a bordo sistemas apropriados ao novo usuário, assim como os sistemas "tudo incluído".

As agências de viagens se ajustarão ao novo cenário e clientela. Deverão adaptar-se ao uso da Internet, cada vez mais demandada, para a comercialização de seus produtos e redução de seus custos. Assumirão um novo papel na comercialização turística e também passarão por um profundo processo de fusões e alianças. Predominarão aquelas com maior potencial, inserção no mercado e sucesso, que deverão perseguir novos e segmentados nichos de mercado.

Quanto aos hotéis, deverá haver um aumento do número de empreendimentos de três e quatro estrelas para atender, também, ao novo perfil de viajante, de menor poder

aquisitivo e mais exigente. Os empreendimentos hoteleiros não deverão focar seus estilos no luxo exagerado, mas na simplicidade e bom gosto, com criatividade e conforto, aliados a uma oferta maior de itens e equipamentos modernos em suas unidades habitacionais.

Por outro lado, essas alterações deverão ocorrer num contexto de maior restrição do tempo disponível para viagens, o que provocará um aumento das viagens regionais e de curta duração e a revitalização de alguns destinos turísticos hoje considerados decadentes. Serão adotados cada vez mais componentes culturais, procurando atender ao aumento da demanda por esse atributo, pois os turistas desejarão agregar cada vez mais conhecimento às atividades de lazer. Assim também deverá aumentar a consciência ambiental e social desse novo turista, que, na busca de destinos em que possa interagir, se preocupará com a sustentabilidade dos recursos naturais, culturais e históricos, sendo, portanto, mais experiente, exigente e ativo. Quanto ao perfil, esses turistas pertencerão à faixa etária entre 45 e 65 anos, serão cada vez mais numerosos, terão mais renda e desejo de viajar.

Um último elemento a se considerar diz respeito à maior novidade a se processar nos próximos anos: a consolidação da África e da Ásia como importantes destinos turísticos mun-

diais, em particular a China, um país com uma população de 1,2 bilhão de habitantes, um mercado imensurável, onde, para se ter uma idéia de suas potencialidades, os seus trabalhadores tiveram, há menos de um ano, o seu primeiro final de semana com direito a repouso semanal remunerado.

Em resumo, neste mundo globalizado, mesmo não sendo pitonisa ou profeta, pode-se dizer, com certa dose de acerto, que à primeira vista, diante da concorrência cada vez mais acirrada, de mercados cada vez mais competitivos, de clientes cada vez mais exigentes, informados e dispostos a interagir com a atração e a comunidade visitada, a atividade do turismo vai passar por profundas e inovadoras transformações, bem como consolidar-se enquanto atividade em expansão e com grandes perspectivas de desenvolvimento.

Referências Bibliografia

- BACALL, Sarah Strachmann. Impactos do turismo nos núcleos receptores: Necessidades de normatização. In: Turismo desenvolvimento local (org.) Adyr Balastreri Rodrigues. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- Benevides, Ireleno Porto. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: Turismo Desenvolvimento Local (org.) Adyr Balastreri Rodrigues. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BENNI, Mário C. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC, 1998.
- CUNHA, Lúcio. Economia e Política do Turismo, Portugal: Ed. Mc Graw Hill 1997.
- EMBRATUR. Política Nacional de Turismo. Principais diretrizes, estratégias e programas. Brasília, 1996.
- EMBRATUR. Política Nacional de turismo, diretrizes e programas - 1996-1999. Brasília, 1996.
- EMBRATUR. Diretrizes do Programa Nacional de Municipalização do Turismo. Brasília: 1998.
- FIGUEIREDO, Myrna Pimenta. Imagens de Belo Horizonte. O turismo como uma estratégia de desenvolvimento. Dissertação de mestrado em administração. UFMG-FACE-CEPEAD, Belo Horizonte, 2001.
- GOELDNER, Charles R. Turismo: princípios, práticas e filosofias. Charles R. Goeldner, J.R.Brent e Robert W.McIntosh. 8ª edição. São Paulo: Editora Bookman, 2002.
- KAHN, H., BROWN, W. & MARTEL, L. Os próximos 200 anos – Um roteiro para a América e o Mundo, Rio de Janeiro, Editora Record, 1972.
- MAGALHÃES, Claudia F. Organização do espaço turístico de municípios mineiros: Uma proposta metodológica. Tese de mestrado. Instituto de Geo-ciências da UFMG Belo Horizonte, 2000.
- OMT (1999). Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestion Municipal. Edición para América Latina y El Caribe - OMT Madrid: 1999.
- _____. Reunión de líderes del turismo mundial sobre os efeitos sociales del turismo. Efectos sociales del turismo. Documento base. Manila, Filipinas: 1997.
- SWARBROOKE, John. Turismo sustentável: meio ambiente e economia, Vol. 2/ John Swarbrooke. São Paulo: Aleph, 2000.
- Revista Carta Capital 04 setembro 2002
- Revista Banco Hoje agosto de 2002 pag 56 a 62.
- Site <http://www.embratur.gov.br>
- Site www.omt.org.com
- YENCKEL, J.T. O turista dos anos 90, traduzido do The Washington Post, O Estado de S. Paulo, Caderno Viagem, 02/02/93.
- YASOSHIMA, José Roberto; Oliveira, Nadja da Silva. Turismo na sociedade pós industrial: Tendências e perspectivas. Congresso Brasileiro de Turismo, Fortaleza, 2001.
-

José Henrique da Silva Júnior é Professor da Face-Fumec – Turismo Especialista em economia e mestrando
