

ARTIGOS

TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: Mitos, Ameaças e Oportunidades*

Bruno Moraes
Edísio Sousa
Fernando Oliveira
Juciara Alves
Samuel Tararan**

RESUMO

Este artigo objetiva discutir a questão das oportunidades de desenvolvimento local propiciadas pelo turismo, bem como os possíveis danos que ele pode causar. A discussão ainda pretende elucidar as conseqüências da atividade turística em localidades pouco desenvolvidas, desmitificar a imagem do turismo como uma solução para todos os problemas e propor uma discussão em torno do planejamento participativo de um nível ótimo de turismo.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento Local; Sustentabilidade; Planejamento Participativo; Oportunidades; Preservação.

Introdução

Qual é a sua sensação ao entrar num zoológico e olhar os animais presos e expostos? O que você pensa quando vê suas celas que tentam imitar os seus respectivos habitats? De alguma forma lhe parece serem estes os meio-ambientes reais? A resposta é óbvia, e por tanto redundante. Pois é este um dos problemas mais graves causados pelo turismo explorado irresponsavelmente: transformar manifestações culturais, sejam históricas ou folclóricas, em “atrações de um zoológico”.

O Brasil é um país de proporções continentais. Nós nos originamos de muitos povos, de lugares distantes e tendo cada um a sua cultura própria, quase sempre bem diferentes. Em um quadro como este é impossível que não se desenvolvam manifestações culturais únicas e isoladas uma das outras. Música, dança, arte, literatura e história prontas para serem exploradas em nome da indústria do lazer. E não há nada que impeça que essa exploração seja feita sem respeito às tradições ou ao valor que este patrimônio tem para a identidade de seu povo.

Certa vez, enquanto conversávamos com um experiente professor de história, sobre o desenvolvimento de um artigo nosso, ele nos contou um fato que narraremos com nossas próprias palavras: Em uma reunião com um grupo de empresários que pretendiam instalar um hotel em Porto Sauipe, litoral norte da Bahia, em certo momento um dos empresários comentou que eles tinham tanto “respeito” pela cultura baiana que pretendiam até instalar um terreiro de candomblé no hotel, visto que os turistas adoram candomblé. Quem conhece um pouco da cultura afro-brasileira sabe que um terreiro não é uma atração circense. A montagem de um terreiro envolve toda uma série de eventos e rituais ligados às plantas e ao culto aos ancestrais. É um templo de uma religião e coisa muito séria para seus crentes. Mesmo assim estes empresários pretendiam criar uma desrespeitosa “representação” de uma das mais significativas heranças da nossa cultura.

Muitos já lucraram com a exploração da cultura e da história de nosso povo. Um bom exemplo disto é o candomblé, “grande atração para o visitante. Todos querem assisti-lo e as agências de turismo incluem-no em seus roteiros. Mas é preciso compreendê-lo e respeitá-lo.” (OLIVEIRA, 1999: 16)

É inevitável que as manifestações folclóricas sejam exploradas pelo turismo. Turismo atrai pessoas e gera renda. Todos em um cidade podem se beneficiar com o turismo, especialmente a Bahia que “tem um produto tão importante quanto o cacau, o petróleo, a mamona e tantos outros. É o seu folclore.” (OLIVEIRA, 1999: 16)

Porem existe um limite entre a exploração benigna e aquela que agride tradições e heranças históricas. A língua, a arte e o passado são os maiores patrimônios de um povo e é neles que estão

* Texto referente ao trabalho interdisciplinar com orientação dos professores MSc Vanessa Cavalcanti, MSc René Pimentel, MSc Paulo Miguez e ESsp Maria Benedita Santos e co-orientação do MSc Carlos Alex Cypriano.

** Bachareis em Administração de Empresas pela UNIFACS.

inscritos a identidade, os valores e os princípios deste povo. São coisas muito sérias e devem ser tratadas com extremo cuidado.

É quase impossível que um povo consiga manter inalterado o seu patrimônio histórico-cultural por muito tempo. Casos como o do povo japonês, que mantém costumes de milênios, é muito raro. A intensidade com que as pessoas tem interagido no mundo globalizado contribui bastante para acelerar esse processo. Porém estas mudanças muitas vezes não são malignas, e sim reflexos da evolução natural das pessoas e dos costumes. Acompanhe o caso abaixo:

“O acarajé, que encontramos, quentinho e dourado, no tabuleiro da baiana, é o mesmo, na forma e nos ingredientes, que os escravos nagôs fritavam no azeite rubro e fervente, para oferecer a Iansã ou a Xangô. Essa comida que se dava aos santos passou, depois, para a mesa dos senhores, mas, na verdade, não se profanou por inteiro e nem se modificou em demasia.” (OLIVEIRA, 1999: 15)

O que percebemos é uma mudança de um costume para outro. Ouve uma criação e não uma destruição. A criação de novos costumes, marcando o surgimento de uma etnia nova e diferente, que não é nem africana, nem européia, nem indígena: é baiana.

O objetivo deste artigo não é o de fazermos alguma espécie de denuncia ou de protesto e sim o de despertar nossas mentes de administradores para a responsabilidade de nossos atos, para o impacto que nossas decisões egoístas podem ter para toda a nossa gente.

Vamos dar início a uma discussão crítica sobre os impactos do turismo sobre localidades pouco desenvolvidas, descrever as oportunidades de desenvolvimento e as ameaças de depredação que ele pode representar e propor uma outra discussão focando o planejamento turístico responsável. Organizamos este artigo em mais duas partes: discutiremos as potencialidades e os riscos do turismo para as regiões subdesenvolvidas e, para finalizar o texto, propomos uma discussão sobre o planejamento participativo do turismo local.

Oportunidades de Desenvolvimento e os Riscos do Turismo

Segundo KRIPPENDORF (1989), a sociedade humana, outrora tão sedentária, pôs-se em movimento. Os homens se aproveitam de todas as oportunidades para viajar. Viajam, pois não se sentem mais a vontade ali onde estão: os locais onde trabalham e onde moram. Ano após ano, semana após semana, milhões de seres humanos tomam a estrada e, no decorrer de suas viagens, consomem a tranqüilidade, o clima, a paisagem e a cultura dos outros.

É sabido que para se desenvolver uma região, primeiro deve ter instalado uma infra-estrutura (estradas, saneamento básico, energia, água), educação (escolas) e um pequeno comércio para se dar início a um ciclo virtuoso de crescimento. Se a cidade ou local, se situa em alguma rota de grande fluxo de pessoas e de mercadorias, o desenvolvimento é certo de vir, basta que se gerencie o que de fato pode ser de utilidade para o crescimento local. Não se encontrando num ponto como o citado acima, a região deverá atrair pessoas de alguma forma, e com elas o dinheiro. Esta é, para muitas localidades, a única forma de alcançar o desenvolvimento. É daí que se observa a importância que o turismo pode ter para o desenvolvimento de uma localidade: o turismo é um criador de demanda externa, um atrator de pessoas (ABLAS, 1991).

O Brasil, com suas dimensões continentais e lugares que conservam a natureza praticamente intacta, apresenta um potencial para o desenvolvimento de um tipo de turismo que deve crescer muito no próximo século: O Ecoturismo. A consequência imediata que se espera de tal característica é o desenvolvimento sustentável de cidades e lugarejos que se encontrem imersos em belezas naturais ou que possuam grande riqueza cultural. O turismo tem o poder de em pouco tempo mudar o perfil econômico e social de qualquer região.

Em Bonito, por exemplo, o seu potencial para o turismo ecológico começou a ser descoberto muito recentemente, em meados dos anos 80, se firmando no início dos anos 90. Conhecido por suas atrações ecológicas, que vão desde mergulho no Rio Formoso e nas cavernas até passeios de bote e caminhadas pela mata, a cidade já tem 43 pousadas e hotéis, dez vezes o número registrado em meados dos anos oitenta (MARCOLINI, 1998: 3.).

Há ainda 14 campings, 23 agências de viagens e 45 guias turísticos. A primeira agência foi aberta em 1985. O desenvolvimento do turismo local, no caso de Bonito, mudou a economia que antes era baseada em mineração de calcário e na agropecuária. Como consequência há o aparecimento de novos postos de trabalho, aumento na arrecadação municipal de impostos, e aumento da renda da população local. Enfim, toda a economia local foi aquecida.

Assim como em Bonito, a região da Chapada Diamantina, na Bahia, apresenta condições especiais de clima, vegetação e relevo. É formada por um dos maiores corredores de fauna e flora do Brasil, com trechos de montanhas, campos gerais, cerrados e florestas cercados de canyons, cachoeiras, rios, poços e cavernas. Trata-se de uma região úmida coberta por variada capa vegetal, ilhada entre imensidões de cerrados e matas. O clima local é responsável pela diversidade biológica do lugar. O pico da região chega a 1400 metros de altitude e funciona como uma barreira à umidade. Achamos necessário para os leitores essa breve descrição do local, para que possam imaginar uma região ímpar em se tratando de beleza natural, que encanta a todos que tem a oportunidade de conhecer. Portanto, não é por acaso que a Chapada Diamantina apresenta diversos projetos de inclusão na rota mundial do turismo ecológico. Algumas cidades como Morro do Chapéu, Jacobina., Miguel Calmon, Wagner, Orolândia, Utinga, Pititiba e Campo Formoso começam a despontar na Bahia como novos “points” desse ecoturismo. Essas cidades, através de uma parceria com a Bahiaturisa (Orgão de Turismo Oficial do Estado da Baía), da Coordenação de Desenvolvimento do Turismo (Codetur) e da Secretaria da Cultura e Turismo do Estado, estão participando do Programa Nacional de Municipalização do Turismo. Inicialmente, os integrantes do projeto tentam identificar as necessidades dos municípios e da população, para por o projeto turístico em prática. Para tanto, os participantes tomam como base em inventários feitos em cada um dos municípios envolvidos no processo, com patrocínio da Secretaria. O importante da iniciativa citada é a descentralização do turismo na região que se concentra basicamente em Lençóis (70 % da Demanda), assim como a melhoria de vida da população local e o desenvolvimento da cidadania.

Todavia, esse êxodo de massas parece estar chegando aos seus limites. Há sinais cada vez mais numerosos de que o turismo, sob a forma atual, não pode ser uma terapia válida. A profunda alteração de valores abala a sociedade industrial moderna, e um número crescente de pessoas começa a tomar consciência de que as carências da vida cotidiana não podem ser compensadas por alguns breves instantes de liberdade, de lazer criativo, de felicidade e autodeterminação durante esses momentos de repouso e férias.

Os habitantes das regiões visitadas, por sua vez, começam também a reagir. Têm cada vez mais a impressão de que esse desenvolvimento os sufoca e, ao mesmo tempo, os exclui. Ainda fazem de todo o possível para que os turistas venham, mas na realidade, gostariam de fazer tudo para impedi-los de vir.

O turismo é uma das maiores e mais lucrativas atividade do mundo. Pode transformar um sitio dispersor em um atrator de pessoas, de pobre em rico, de desconhecido em conhecido. Movimenta bilhões de dólares em todo mundo e milhares de pessoas levam esses bilhões para os lugares que souberem atrair melhor esse recurso. Da mesma forma que isso pode ser bom para a região, também pode ser devastador: as praias que eram fascinantes aos olhos do turista, podem se tornar poluídas e não serem mais tão belas, a floresta e seus inúmeros seres, podem ser extintos, a arquitetura de uma cidade pode ser demolida para dar lugar a construções mais modernas, a cultura e história de um povo podem se perder por ingenuidade das pessoas que não vêem o futuro com cautela e acreditam estar melhorando de vida.

Deve se pensar também, que regiões como Morro de São Paulo, Lençóis e Porto Seguro, naturalmente chamariz de turistas devido a suas belezas diversas, sofreram um “inchaço”. Talvez a única dessas três que ainda não sofre tão fortemente tais problemas decorrentes deste aglomerado de pessoas que resolveram visitar o local, e por lá ficaram, seja Lençóis, mas, se não houver um planejamento para o seu crescimento, tenderá a se tornar um Porto Seguro ou um Morro de São Paulo. Essas regiões devem ter um turismo organizado, tanto para que não sofram devido a falta de infra-estrutura suficiente para atender todos os turistas nas temporadas de pico, para que seu maior

atrativo, a beleza natural, não seja destruída pelos turistas e nem pelos próprios moradores.

Cada vez mais explorado, o, recém descoberto, turismo cultural encontra uma grande variedade de localidades especialmente na Bahia, região famosa por suas riquezas artísticas, históricas e culturais únicas. Este tipo de turismo visa levar os curiosos, desejosos por diversão, e os estudiosos, a procura de conhecimento, até determinado povo de cultura peculiar e especialmente interessante. Mas esse encontro pode causar choques quando a cultura destes grupos se cruzam. Manifestações culturais, cujas origens já estão perdidas no tempo, de povos afastados dos centros intelectuais do país são prejudicadas quando tem sua rotina alterada ou os seus preceitos desrespeitados por grupos de desavisados forasteiros. As manifestações culturais são a alma de um povo e a sua mais genuína herança. São tão importantes e ao mesmo tempo tão frágeis que quase sempre precisam do apoio e da defesa dos órgãos públicos ou ONGs, sem os quais muitas delas não podem existir, que devem zelar pelo patrimônio histórico e cultural de suas regiões até como parte de sua estratégia para o turismo. Vide o caso dos grupos de bacamarteiros da Chapada Diamantina, já quase extintos, que não encontram o menor apoio entre as autoridades do poder executivo para continuar com uma tradição que existe desde a época do Brasil colônia.

O turismo que gera empregos e faz crescer a economia local não pode deixar que as pessoas que fazem essa economia rodar, destruam o ambiente e a população sem mesmo se dar conta disso. A conscientização deve começar com os próprios moradores, que muitas vezes são os próprios iniciadores da destruição por pura falta de informação e educação. Após estes, é hora de educar os visitantes, que, porque chegam com o dinheiro, acreditam poder fazer o que bem entendem no local.

Conclusão

Podemos ver que o turismo tem duas faces opostas. Mas como podemos usa-lo para alcançarmos nossos objetivos evitando os seus possíveis malefícios. Como podemos desenvolver o turismo, desenvolver a economia e cidadania de nossas pequenas e grandes localidades e ao mesmo tempo preservar o meio ambiente, os costumes e as culturas locais.

Numa primeira reflexão, estes problemas podem ser contornados com um envolvimento de toda a população interessada, no sentido de controlar e determinar os objetivos da exploração do turismo em sua região. Um movimento visando o planejamento do turismo de acordo com os objetivos de cada parcela da população e realizado em conjunto com profissionais especializados em turismo, administração de empresas, administração pública, entidades de classe, organizações não governamentais e governamentais. Mas, infelizmente, pela forma como o poder político está estruturado, longe do alcance do povo nas regiões menos desenvolvidas do país, este movimento é muito difícil e raro.

Alguns cientistas e pesquisadores do turismo sustentável esclarecem algumas questões importantes: “o marketing turístico é: a adaptação sistemática e coordenada da política das empresas de turismo, tanto privadas como do estado; no plano local, regional, nacional e internacional, visando a plena satisfação das necessidades de determinados grupos de consumidores, obtendo, com isso um lucro apropriado.” (KRIPPENDORF, 1989).

Também seguindo esta compreensão, LINDBERG e HAWKINS (1983) traçaram suas etapas básicas para incentivar a participação local em projetos de turismo de natureza e identificaram três fatores de insucesso na promoção do desenvolvimento e de criação de problemas com relação à cultura local, a degradação do ambiente e a criação de dificuldades econômicas para a população local: 1º fator: ausência de empenho e comprometimento político dos governos para mobilizar os recursos humanos, financeiros, culturais e morais; 2º fator: interesses variados de pessoas de fora da região. Resultado: os benefícios não permanecem na região; 3º fator: falta integração das necessidades e preferências locais no processo de planejamento.

O planejamento cuidadoso é necessário para evitar alguns dos efeitos negativos não previstos do turismo. Muitos desses projetos tem ênfase em promover fundos para a administração de áreas protegidas, gerar renda para as comunidades locais, minimizar o impacto negativo, maximizar os benefícios sócio-econômico e ambiental. Deve-se construir um turismo socialmente responsável e

ambientalmente viável através de um diálogo fundamentado e construído a partir das necessidades regionais.

Ainda seguindo as idéias de LINDBERG e HAWKINS (1983), o primeiro passo para um projeto turístico que se preocupe com as comunidades alvo é a coleta de informações: informações sobre a comunidade e suas preferências. Durante essa etapa é possível identificar líderes comunitários; organizações locais; questões que a comunidade considera prioritárias; idéias; expectativas e inquietações que as pessoas tem em relação ao turismo. A justificativa para muitos projetos turísticos é a de que o turismo pode promover a preservação, mostrando a importância das áreas naturais e das manifestações culturais para a geração de renda via turismo. O turismo é considerado uma fonte de empregos e de renda, que deveria, por sua vez, promover o fim das práticas destrutivas. Para que o turismo promova a conservação, é necessário que haja um vínculo entre o benefício que as pessoas recebem e a proteção dos recursos. Os benefícios devem ser flexíveis para atender o interesse de grupos diferentes dentro da comunidade, e deve haver um bom nível de organização comunitária para reforçar os vínculos.

Mas será que as comunidades locais estão desejosas de todo este dito desenvolvimento” que estes empreendedores da cidade grande trazem como uma grande novidade e como a “solução para todos os problemas”? Será que eles desejam realmente mudar suas vidas e suas rotinas em nome deste “progresso”? Quem de fato vai lucrar com estes “investimentos”? O que significa desenvolvimento sustentável para populações nativas de regiões afastadas dos centros econômicos e intelectuais do Brasil, que estão a décadas, e até a séculos, vivendo dentro dos preceitos e valores de seus ancestrais? Não se pode cometer os mesmos erros dos jesuítas que no século XVI invadiram uma cultura que não lhes pertenciam sem pedir licença, afinal seria um ato no mínimo educado para uma população que se dizia “civilizada”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A *OUTRA FACE DA CHAPADA*. Documentário produzido pela TV BAHIA e exibido as 12:30 de 13/06/99 na TVE Nordeste canal 2.

ABLAS, Luiz. Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional. *Turismo em Análise*. São Paulo, Eca USP, vol. 2, nº 1, maio, 1991, p. 42–52.

ANDRADE, Maiza. Turismo. *A Tarde*. Salvador, 09 de junho de 1999, p. 5/6.

BANDEIRA, Renato Luís. *Chapada Diamantina; História Riquezas e Encantos*. Salvador, Onavilis, ed.2, 1999.

BANDEIRA, Renato Luís. *Turismo; Magia e Encantos*. Salvador, Onavilis, v.1, n.1, 1999.

BECKER, Bertha. Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil. *Turismo; Espaço Paisagem e Cultura*. São Paulo, Hucitec, 1996, p.181-192.

BENI, Mário Carlos. *Política e Estratégia de Desenvolvimento Regional; Planejamento Integrado do Turismo*. Turismo Desenvolvimento Local. São Paulo, Hucitec, 1997, p. 17-22.

ITO, Claudemira Azevedo. Fronteiras e Turismo no Mercosul. *Turismo; Impactos Socioambientais*. São Paulo, Hucitec, 1996, p.280-283.

JÚNIOR, Érico Pino M. Um Projeto para o Desenvolvimento do Turismo na Bahia. *Bahia Análise & Dados*. Salvador, CEI, v.2, n.4, p.51-55, mar. 1993,.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo: Para Compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1989.

LINDBERG, Kreg & HAWKINS, Donald E. *Ecoturismo; Um Guia Para Planejamento e Gestão*. São Paulo, Atlas, 1983.

MENDONÇA, Rita. Turismo ou Meio Ambiente; Uma Falsa Oposição? *Turismo; Impactos Socioambientais*. São Paulo, Hucitec, 1996, p.19-25.

OLIVEIRA, Fernando. Folclore é uma das Riquezas da Bahia. *Neon; Arte, Cultura e Entretenimento*. Salvador, v.1, n.8, agosto de 1999, p.15-16.

OLIVEIRA, Marcos Orlando de. *Como Implantar O Turismo Rural Em Sua Fazenda, Série Diversificação na Fazenda*. Viçosa, 1999.

OXINALDE, Miguel del Reguero. *Ecoturismo - nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Barcelona. Bosch Casa Editorial. 1994.

PAIVA, Maria das G. Globalização e Segmentação; Reflexões Sobre o Mercado de Trabalho em Turismo no Nordeste. *Turismo; Impactos Sócio-ambientais*. São Paulo, Hucitec, 1996, p.273-279.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo Local: Oportunidades para Inserção*. Turismo Desenvolvimento Local. São Paulo, Hucitec, 1997, p. 55-64.

RUSCHMANN, Doris. O Comportamento dos Agentes de Turismo e o Meio Ambiente. *Análise & Dados*. Salvador, CEI, v.2, n.4, p. 70-74, mar, 1993.

RUSCHMANN, Doris. *Turismo e Planejamento Sustentável; A Proteção do meio ambiente*. Campinas, Papirus, 1997, p. 199.

SOUZA, Marcelo J. L. de. *Como Pode o Turismo Contribuir Para o Desenvolvimento Local?*. Turismo Desenvolvimento Local. São Paulo, Hucitec, 1997, p. 17-22.