

QUANDO GERAÇÃO DE EMPREGO E DE RENDA É UM MITO DO TURISMO

Ivone dos Passos Maio¹

Resumo: Os principais argumentos para o desenvolvimento do turismo é seu potencial como gerador de empregos e de renda para a localidade que o acolhe. Estes argumentos têm muita força e, especialmente nas décadas de 1960 e 1970, subsidiaram a idéia de que o turismo poderia salvar as economias subdesenvolvidas. Por outro lado, diversos pesquisadores construíram uma visão crítica a este respeito, questionando principalmente a quem se destina a renda advinda do turismo e que tipos de empregos são gerados. Algumas destas análises passam a considerar a geração de emprego e de renda um mito do turismo. Este artigo resgata estudos do tema, atentando para a necessidade de pesquisas desta área no Brasil, e ainda, aborda alguns dados preliminares da pesquisa que se inicia na Ilha da Pintada/Porto Alegre/Brasil.

Palavras-chave: turismo – renda – emprego – mito.

Introdução

O estudo do turismo vem ganhando espaço na academia, aos poucos a complexidade desta atividade faz surgir pesquisas sob diferentes enfoques e disciplinas, na tentativa de explicar e compreender o fenômeno turístico. No Brasil, os cursos de Mestrado em Turismo são uma peça fundamental na busca de um corpo teórico próprio. Neste momento, que a atividade turística se mostra globalmente importante e influente, é extremamente necessário o olhar crítico do pesquisador, diferenciando-se daquela interpretação meramente de interesse econômico construída pelo mercado.

Pode-se dizer que o principal argumento a favor do turismo é o seu potencial gerador de empregos e de renda, a divulgação dos dados mundiais quantificados não

¹ Bacharel em Turismo –Mestranda em Turismo da Universidade de Caxias do Sul

deixam dúvida. Porém, estes resultados quantitativos levam para uma generalização que pode não desvendar outras facetas, não sendo suficientes para compreender o processo como um todo.

Nas décadas de 1960 e 1970 muito se estimulou o desenvolvimento turístico em diversas localidades, e as principais questões que norteavam este estímulo era o ‘progresso’ e geração de empregos e de renda para a população que acolhesse a atividade. Havia inclusive a idéia, incentivada especialmente pelos organismos internacionais de desenvolvimento, de que o turismo seria a atividade que salvaria as economias de Terceiro Mundo (Barretto, 2003, p. 16). Na realidade, esta era uma superestimação da atividade turística, se é que houve tal ingenuidade. Pois se sabe que, passados mais de trinta anos, o turismo não cumpriu esta missão. No decorrer deste artigo pretende-se discutir a geração de emprego e de renda advindos do turismo, atentando para os tipos de empregos gerados e para a possibilidade de estes não serem uma constante no turismo.

Os Mitos e o Turismo

Jurdao Arrones (1992, p.18) no livro *Los Mitos del Turismo*, analisa criticamente questões que considera as bases da ideologia turística dos anos 60, mas que persistem até os dias de hoje. São elas: o turismo como gerador de emprego e renda, o turismo é via de comunicação cultural, o turismo é o caminho mais positivo para conservar as belezas do mundo e o turismo como um gerador de trocas sociais positivas. Jurdao Arrones (*ibidem*) considera que tais idéias são “mitos do turismo” e utiliza seus estudos na Espanha juntamente com os de outros pesquisadores de outras nacionalidades para desmistificar estas questões. O autor acredita que estas são propagandas enganosas para justificar o desenvolvimento do turismo sem controle, principalmente nas localidades pobres. Lemos (2000) também escreveu sobre os mitos do turismo, porém sob um enfoque diferenciado, procurando esclarecer conceitos e idéias que são difundidos e que muitas vezes não têm correspondente na realidade ou mesmo na teoria do turismo (por exemplo, o mito da ‘indústria do turismo’, o mito do turismo como fator de desenvolvimento econômico).

Mas afinal o que é mito? Para Lemos (2000, p.129) “são afirmações que, pela repetição, se transformam em definições consensuais sobre a realidade, camuflando-se de verdade que, muitas vezes, não admite contestações”. Gaarder (1991, p.35-40) conta que antes do surgimento da filosofia (600 a.C.) os questionamentos dos homens sobre a vida eram respondidos através dos mitos. Os mitos eram histórias de deuses que procuravam explicar porque a vida é assim como é, estas explicações eram passadas de geração em geração. Com o passar do tempo passa-se a criticar as explicações mitológicas, neste momento, o autor considera que houve uma evolução para um pensamento construído sobre a experiência e a razão. No caso do turismo, muitos ‘mitos’ se formaram e perpetuaram ao longo de décadas e hoje, também se busca uma evolução na direção do pensamento científico.

A abordagem econômica do turismo ensina que este possui uma cadeia de produção, isto inclui “um conjunto de empresas que fornecem entre si bens e serviços intermediários até a geração do produto final destinado aos turistas (LEMOS 2000, p.27).” Esta cadeia tende a ser grande no turismo já que envolveria atividades de outros setores como agricultura, bebidas, construção civil entre outros. “A força de geração de outras atividades econômicas e de propagação de empregos é chamado ‘efeito *linkage*’ (ibidem p.27)”. O consumo no turismo alimentaria esta cadeia. Há também o efeito multiplicador de renda do turismo, que segundo Lemos (2000, p.28) “um determinado gasto realizado pelos turistas irá gerar, em consequência, uma série de atos de compra e venda, em várias direções, num volume, em termos de renda, maior que esse gasto inicial”. Estando claro estes conceitos, prosseguindo com esta análise, é necessário compreender que mesmo o turismo gerando em uma localidade o ‘efeito multiplicador de renda’ e o ‘efeito *linkage*’ ainda assim não se tem a garantia de desenvolvimento econômico, e é justamente por isso que diversos países turísticos (especialmente os em desenvolvimento) continuam com sérios problemas socioeconômicos. Diversos pesquisadores afirmam que o desenvolvimento do turismo em países pobres aumenta sua dependência econômica dos países ricos e enfraquecem sua economia (ARRONES 1992, CRICK 1992, 1995, KRIPPENDORF 2001, ROSS 2002).

Segundo Molina e Rodriguez (2001, p.49-50) foi promovido pelos Estados Unidos um modelo de desenvolvimento turístico na América Latina o qual primava somente por uma concepção financeira onde o que importava era a rentabilidade. Este

modelo era justificado “com a possibilidade por ele oferecida aos países dependentes (os latino-americanos, por exemplo) de obter os seguintes benefícios: captação de divisas, geração de empregos e redistribuição da renda (ibidem, p.50)”. Porém, Molina e Rodrigues (2001, p.51) ressaltam que os benefícios econômicos trazidos pelo turismo não foram os esperados, e ainda a participação de diversas empresas estrangeiras acabam por conceder as regalias aos países de origem do capital. Já Jurdao Arrones (1992, p.20) coloca que nas Antilhas

a maioria dos hotéis pertencem às redes norte-americanas, onde os visitantes residem e fazem suas refeições (geralmente alimentos e bebidas importados), a maior parte dos gastos do dinheiro de estas duas principais categorias de gastos vão parar em seus bolsos.

Turner e Ash (apud ARRONES 1992, p.20) constataram que de cada dólar gasto por turistas (nas Antilhas) entre 42% e 80% saem do país receptor, porque a ‘indústria’ turística está dominada por estrangeiros.

Mercer (2001, p.126) escreve sobre o turismo envolvendo a população aborígine na Austrália, ele afirma que “a condição de aborígine e as imagens aborígenes são constantemente usadas pelos empreendedores australianos brancos do setor de turismo para ‘vender’ o Território como um destino”. E continua escrevendo que “a população aborígine freqüentemente mora em terríveis condições de Terceiro ou até mesmo Quarto Mundo.” Law (1993 apud Mercer 2001, p.127) avalia que “numa base *per capita* a parcela dos aborígens nos benefícios econômicos do turismo no Território não passa de cerca de 12% do total que chega os australianos brancos”. É necessário o questionamento: renda para quem?

Outro fator importante é o grande número de empregos servis que o turismo gera, acompanhados da lógica de satisfazer as necessidades do turista, o que pode ter um custo inestimável, quando barreiras culturais são ultrapassadas. Krippendorf (2001, p.86) afirma que “no hotel ou na praia só se toma conhecimento dos autóctones por causa de suas funções como serviços: (...) a arrumadeira, o vigia, os vendedores de *souvenirs*, os músicos, os dançarinos, etc.” Os cargos de gerência, especialmente nas redes internacionais acabam ficando para estrangeiros. Pearce (2001, p. 150) também resalta que muito dos empregos gerados pelo turismo são sub-remunerados, o que gera frustração e alienação entre a população local. Crick (1992, p. 356) afirma que o turismo “não estimula o emprego na medida esperada. A maioria dos postos de trabalho requerida é sem qualificação; portanto, o turismo pode produzir o que um crítico

(Bugnicourt 1997) chama *escola de lacaios*". Os tipos de emprego e as relações de trabalho no turismo são temas de grande relevância e que necessitam mais estudos no Brasil. Guerrier (2000) afirma que os empregos gerados na indústria da hospitalidade geralmente oferecem condições ruins de trabalho e de remuneração. Tais questões precisam ser investigadas para que seja possível a análise da situação brasileira quanto ao desenvolvimento do turismo e seus efeitos na economia, nas relações de trabalho e nas relações sociais. Especialmente porque, cada vez mais, há o incentivo do turismo através de diversos órgãos governamentais e de instituições como o Sebrae. Além disto, grandes investimentos como os da Costa do Sauípe demonstram o interesse de o Brasil se consolidar como destino internacional.

Jurdao Arrones (1992) ressalta que o turismo afasta o homem do campo, a partir do momento que suas terras passam a ter valor para a urbanização turística. Este processo geralmente se dá através da compra destas terras por um valor, que a princípio, parece alto para o camponês, acostumado com o valor ligado a agricultura, mas é um valor baixo se inserido no mercado turístico. O autor descreve com bastante clareza esta situação denunciando o turismo como fomentador da especulação do solo. Jurdao Arrones (1992) destaca que no ano de 1948, na Costa do Sol, na localidade de Mijas havia 1.185 proprietários de terras para uso agrícola, todos espanhóis. Em 1975 só restavam dois destes proprietários. Segundo este autor o modelo espanhol de turismo aniquilou com a agricultura, instalando um processo de colonialização. Semelhante situação ocorre com comunidades caiçaras e ribeirinhas, onde os terrenos próximos às margens têm grande valor turístico, e, após sua urbanização, muitas vezes o pescador se vê sem acesso às praias para conduzir os barcos de pesca. Calvente (2001, p.86) relata a experiência da comunidade de Ilhabela (litoral norte de São Paulo): "Muitas posses foram vendidas pelos caiçaras por valores mínimos, pouco habituados às relações capitalistas ou a conviver com valores monetários...". A autora afirma que aqueles que ficaram sem terra passaram a ser mão-de-obra barata e pioraram suas condições materiais de existência. Com relação ao uso do solo, Lopes Jr. (2000, p.140) descreve os conflitos na cidade de Natal (Rio Grande do Norte) no uso das lagoas: "De um lado, os que buscam sua apropriação espacial para o lazer, de outro, os que as concebem como espaços destinados à pesca e à agricultura de subsistência".

Alguns dados preliminares da pesquisa que se inicia na Ilha da Pintada em Porto Alegre (Rio Grande do Sul), demonstram a preocupação dos pescadores com a questão das terras, muitos pescadores já venderam suas propriedades, e hoje moram no interior da Ilha onde o acesso ao rio se torna difícil. A Ilha da Pintada faz parte do Parque Estadual Delta do Jacuí e a partir da década de 1970 diversas casas de segunda residência de luxo foram construídas em seu entorno. Há também um fluxo pequeno de turistas, especialmente nos finais de semana, que fazem passeio de barco pelas ilhas do Parque, e almoçam na Ilha da Pintada. Segundo os entrevistados, os visitantes destas casas não movimentam a economia local, e fazem suas compras no centro de Porto Alegre nas grandes redes de supermercados. Esta situação Calvente (2000, p.87) também identificou na localidade de Ilha Bela afirmando que “o turista de maior poder econômico terá hábitos elitistas, e assim não terá nenhum benefício econômico do período de permanência para o pequeno comércio e serviços que a população oferece”. Na verdade, os dados da Ilha da Pintada são preliminares, e mostram a percepção de alguns moradores, ainda há que se investigar com mais profundidade, porém conforme Pearce (2001, p.146) os impactos do turismo podem ser reais ou percebidos, “mas do ponto de vista da avaliação do sentimento da comunidade (...) são igualmente importantes”.

O que se torna necessário, a partir desta análise, é a reflexão de formas de turismo que promovam a justiça social e o bem-estar das comunidades anfitriãs. Há que se refletir de que maneira o turismo pode através das atividades econômicas e comerciais melhorar efetivamente as condições socioeconômicas das localidades. Conforme Smith (1980 apud CRICK 1992, P. 345):

assim como Russeau desaprovou a emergência da industrialização mas não pode fazer outra coisa que filosofar, os científicos do turismo contemporâneos têm que aceitar o turismo como um grande fenômeno do presente.

Portanto, não se trata de negar o turismo, pois este é um fenômeno estabelecido, mas se pode refletir e agir na construção de um turismo mais humano. Para isto, é imprescindível que os benefícios do turismo sejam distribuídos (seja como renda ou como benefícios sociais como educação, saúde, etc.) para toda a comunidade. Não se trata somente de mensurar a renda gerada na atividade turística, mas questionar para

onde esta renda é destinada e para quem. Se o turismo oferece grande potencial gerador de empregos, que estes possam oferecer mobilidade social e qualidade de vida.

REFERÊNCIAS:

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos** v.9, n.20, 2003.

CALVENTE, Maria del Carmen M. H. (org). **O impacto do turismo sobre comunidades de Ilhabela (SP)**. in LEMOS, Amalia Ines G. de. Turismo: impactos socioambientais. São Paulo: Hucitec, 2001.

CRICK, Malcolm. **Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos**. in JURDAO ARRONES, Francisco. Los mitos del turismo. Madrid: Endymion: 1992.

GAARDER, Jostein. **O Mundo de Sofia: romance da história da filosofia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

GUERRIER, Y.. **Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes: uma perspectiva internacional**. São Paulo: Futura, 2000.

JURDAO ARRONES, Francisco. **Los Mitos del Turismo**. Madrid: Endymion, 1992.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo – para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

LEMOS, Leandro. **Turismo: Que negócio é este?: Uma análise da economia do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1999.

LOPES Jr., Edmilson. **Sombras sobre o reino tropical de Dionísio: população, meio ambiente e urbanização turística no litoral do Rio Grande do Norte**. in SERRANO, C., BRUHNS, H. T., e LUCHIARI, M. T. D. P. (orgs). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000.

MERCER, David. **A difícil relação entre o turismo e a população nativa: a experiência da Austrália**. In THEOBALD, William F. Turismo Global. São Paulo: Editora Sena, 2001.

MOLINA, Sergio e RODRIGUEZ, Sergio. **Planejamento Integral do Turismo: um enfoque para a América Latina**. Bauru, SP:EDUSC, 2001.

PEARCE, Philip L. **A relação entre residentes e turistas: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão**. in THEOBALD, William F. Turismo Global. São Paulo: Editora Sena, 2001.

ROSS, Glenn F. **Psicologia do turismo**. São Paulo: Contexto, 2002