

Globalização, turismo e seus efeitos no meio ambiente

Globalization, tourism
and the consequences on environment

Globalización, turismo
y sus efectos en el medio ambiente

Clézio Santos

Prof. Ms. de Geografia do Centro Universitário Moura Lacerda, pós-graduando no Departamento de Geografia da FFLCH/USP e membro da diretoria da Associação dos Geógrafos Brasileiros – seção São Paulo (AGB/SP).

Resumo

No Turismo efeitos do processo de globalização são cada vez mais sentidos em diferentes setores, principalmente no meio ambiente. A abertura das fronteiras políticas e ideológicas e os avanços das tecnologias de comunicação, além de outros fatores, vem contribuindo para a transformação do meio ambiente e fortalecendo o processo de globalização

Palavras-chaves

Turismo – Globalização – Meio ambiente – Espaço turístico.

Terra Livre	São Paulo	Ano 18, n. 19	p. 191-198	jul./dez. 2002
-------------	-----------	---------------	------------	----------------

Abstract

In tourism the consequences of globalization processes are being increasingly felt in different sectors, mainly in environment. The liberation of political and ideological boundaries and the improvements in communication technologies, among other factors, has contributed to the transformation of environment and strengthen of the globalization process.

Keywords

Tourism – Globalization – Environment – Tourism space.

Resumen

Respecto el turismo, los efectos del proceso de globalización son cada vez más observados en diferentes sectores, principalmente en el medio ambiente. La abertura de las fronteras políticas e ideológicas y los avances de las tecnologías de comunicación, allá de otros factores, contribuyen para la transformación del medio ambiente y fortalecen el proceso de globalización.

Palabras clave

Turismo - Globalización – Medio ambiente – Espacio turístico.

Introdução

Procuramos nesse texto resgatar alguns temas e conceitos que permeiam o pensamento atual entre a relação turismo, globalização e meio ambiente, trabalhando: o espaço e suas formas de organização; o conceito de meio ambiente, chave para o turismo; e o processo de globalização e os impactos da inserção de suas novas técnicas no espaço turístico.

Destacamos as idéias de Milton Santos como embasadora dessa discussão. A escolha por esse autor se faz premente pela pouca utilização das idéias desse geógrafo no entendimento do espaço turístico e sua relação com o meio ambiente. A maioria dos autores na área de turismo e meio ambiente preferem optar por definições e teorias presas a estruturas de pensamentos mais lineares e sistemáticos. O uso das idéias desse autor enriquece a discussão proposta – turismo em tempos de globalização: repensando o ambiente.

O texto é dividido em três partes, na primeira apresentamos uma discussão sobre a relação turismo, globalização e meio ambiente. Nessa parte do texto enfatizamos como o meio ambiente é visto no contexto da globalização, fenômeno em processo na sociedade atual e o papel do turismo como agente transformador.

Na segunda parte, apresentamos um dos grandes impactos causados pela globalização no ambiente, desencadeando inúmeros conflitos a medida que a sociedade industrial e pós-industrial reafirma a necessidade do equilíbrio e de criar novas fontes econômicas e na última, tecemos e reafirmamos um caminho interessante para o turismo, o planejamento turístico preocupado com a noção escalar.

Turismo, globalização e meio ambiente

Devemos fazer em princípio algumas considerações a cerca do conceito de meio ambiente e de seu significado com o advento da globalização, isso significa pensar de que forma o meio ambiente tem se transformado neste estágio da história humana. Reforçamos a relevância do meio ambiente para entender a atividade turística, afinal grande parte dessa atividade tem como base a organização, o planejamento e o consumo do meio ambiente.

Mas, anteriormente a isso, precisamos compreender o que é o meio ambiente na atualidade. Para Milton Santos, que não trabalha diretamente com o conceito de meio ambiente e sim de natureza, o autor define: “Referimo-nos ao que podemos chamar de Sistemas da Natureza sucessivos, onde esta é continente e conteúdo do Homem, incluindo os objetos, as ações, as crenças, os desejos, a realidade esmagadora e as perspectivas”¹. Dessa forma, podemos perceber a amplitude desse conceito e de sua difícil simplificação para a utilização no turismo.

Ainda segundo Milton Santos, nesse período histórico, podemos falar de uma Natureza Social, racionalizada pelo homem, instrumentalizada pela razão e portanto, sobrenatural (não-natural). Essa idéia de Milton, nos remete a uma leitura do meio ambiente, muito mais direcionada ao *ambiente* do que o *meio* em si, os aspectos humanos ganham destaque em relação aos aspectos físicos. O meio ambiente não se explica apenas pela organização das forças físicas da natureza e sim a interação com o homem.

Mas, essa relação que se apresenta hoje tecnificada, ao longo da história já se apresentou diferentemente: é o que o Milton Santos chama de *natureza amiga*, havendo uma perfeita relação entre os elementos da natureza e a ação humana, o homem utilizava-se da natureza para sua sobrevivência sem agredi-la.

Atualmente, a mundialização unifica também a natureza mundial, trazendo novos traços a essa natureza: ela é tecnificada, *natureza hostil* nas palavras de Milton. Ela já é dominada por certos grupos sociais que imprimem uma nova relação, não mais de complementaridade, mas sim de exploração. A atividade turística esta presa ao processo de mundialização, portanto ela utiliza-se constantemente da natureza hostil ou mesmo do ambiente hostil, para explorá-lo e consumi-lo.

Essa relação está permeada hoje com o discurso do meio ambiente, um discurso direcionado para interesses próprios e muitas vezes mundializados. A mídia, nesse caso, possui uma papel de destaque, dando credibilidade a esse discurso falho. Milton Santos ainda nos fala de uma *natureza espetáculo*, inventada portanto pelos instrumentos de comunicação, e essa natureza tende progressivamente a sobressair-se da *natureza histórica*, produto da ação humana ao longo do tempo. É justamente utilizando-se dessa *natureza espetáculo* que grande parte do discurso e prática do turismo caminha. Isso é preocupante pois o *ambiente espetáculo* esconde o *ambiente histórico*, esse processo acaba por transmitir uma realidade falsa e comprometedora para a atividade do turismo que queira ter por base o espaço local.

Outro ponto é a velocidade com que as transformações no sentido da homogeneização dos lugares tem se dado em nossa época. Porém mesmo com tamanha velocidade tudo que esse novo processo globalizante alcançou foi uma homogeneização fragmentária, dominada pelos grandes capitais e movida constantemente pela competição mundial.

A globalização dessa forma tende a tornar os espaços iguais, mas que espaços? O espaço turístico? O espaço transformado pela atividade turística?

Para Santos, esses espaços são selecionados, não é qualquer espaço que ganha essa conotação mundial, os “escolhidos” são os espaços da mercadoria, onde aparecem o lucro da mais-valia sob o valor do trabalho. Seguindo mais uma vez o raciocínio de Milton Santos indagamos: o turismo produz e elege espaços da mercadoria?

Ambiente e turismo: uma relação tensa

“O processo de urbanização crescente, o sistema industrial e pós-industrial da sociedade contemporânea implicou no aparecimento e no desenvolvimento do lazer como necessidade a ser

1. SANTOS, M. *Técnica, espaço, tempo – globalização e meio técnico científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1997, p.15.

satisfeita. No momento atual com a globalização, essa busca desenfreada pelo preenchimento do tempo livre com o lazer é mais visível”².

O lazer, como necessidade numa sociedade que precisa estar em equilíbrio e gerar novas fontes econômicas ganha um ritmo acelerado. O turismo é uma das formas de lazer, procurando organizar e planejar o tempo livre da sociedade atual. O turismo passa a exigir novos modelos de espaços que correspondem aos novos tipos de relações no nível humano, além de contribuir para a circulação de capital, melhoria econômica de uma região e o consumo dos lugares e do meio ambiente.

O turismo na definição de Maria Ângela Bissoli “é entendido como o conjunto de recursos capazes de satisfazer as aspirações mais diversas, que incitam o indivíduo a deslocar-se do seu universo cotidiano, e assim caracteriza-se por ser uma atividade essencialmente ligada à utilização do tempo livre”³.

A atividade turística surge como resposta a uma necessidade de descompressão, resultante da própria dinâmica do sistema da sociedade industrial. O processo de urbanização ao mesmo tempo que cria a necessidade do lazer, não consegue atender à população. A necessidade da atividade turística aumenta com as sociedades pós-industriais ou pós-modernas.

Para o turismólogo Luís Gonzaga Godoi Trigo⁴ “nas sociedade pós-industriais o turismo insere-se em um contexto maior do lazer e entretenimento, que igualmente tem consumido bilhões de dólares em investimentos e outros bilhões de dólares de lucro”.

A ampliação do tempo livre de que passaram a dispor as pessoas é uma das causas do crescente desenvolvimento do turismo. O tempo livre tende a aumentar com o passar dos anos, isso significa que as atividades ligadas à utilização desse tempo livre aumentam substancialmente. Dentre tais atividades destaca-se o turismo.

O presente trabalho, tenta retomar a discussão da “produção” e do “consumo” do turismo, porém em tempos de globalização. Procura também ressaltar a importância do estudo dos processos mentais relativos à percepção ambiental, como sendo fundamental para compreendermos melhor as inter-relações entre homem e meio ambiente, seja ele natural ou construído. Essas inter-relações são visíveis no ambiente, gerando conseqüências que afetarão a atividade do Turismo.

Segundo Del Rio e Oliveira, notamos que as manifestações mais constantes de insatisfação da população revelam-se, por meio de condutas agressivas em relação a elementos físicos e/ou arquitetônicos, principalmente os reconhecidos como públicos ou localizados junto a lugares públicos. Outra conduta é o desconforto psicológico de cada indivíduo .

Essas condutas, são resultados expressos das percepções, dos processos cognitivos, julgamentos e expectativas de cada indivíduo frente ao lugar e ao meio ambiente.

Devemos lidar com o conceito de *percepção* no sentido mais amplo possível, a exemplo do que vem sendo adotado pela maioria dos pesquisadores ambientais. A psicologia situaria nossas preocupações dentro do escopo da *cognição*. Mas o que vem a ser a cognição? Para Del Rio e Oliveira a cognição é o processo mental mediante o qual, a partir do interesse e da necessidade, estruturamos e organizamos nossa interface com a realidade e o mundo, selecionando as informações percebidas, armazenando-as e conferindo-lhes significado.

Seguindo este enfoque é que pretendemos trabalhar com a cognição no turismo, tendo como meta não apenas a percepção do meio ambiente para e pelo turismo, e sim a cognição do turismo frente ao ambiente, sendo este processo muito importante para as atividades do turismo.

2. SANTOS, Clézio. Paisagem e turismo: questões que ficam. *Boletim de Turismo e Administração Hoteleira*, São Paulo, v. 8, n.1, 1999, p. 31.

3. Bissoli, Maria. A. A problemática econômica e social do espaço turístico, *Comunicarte*, n.16/17, 1992, p. 121.

4. Trigo, Luís. G. G. *Turismo e qualidade: tendências contemporâneas*. Campinas: Papirus, 1993.

A relação do meio ambiente frente as modernas cidades e as cidades turísticas, demonstram uma relação de conflitos espaciais. Essa relação estravasa a simples percepção e adrenda no sistema cognitivo do turismo frente ao ambiente. As idéias de “*produção*” e “*consumo*” desencadeiam conflitos no espaço utilizado e apropriado pela atividade turística.

Milton Santos nos fala de um ambiente construído, repleto de técnica, ciência e informação. E na medida que aumenta o aparecimento desses elementos no espaço urbano, a cidade torna-se cada vez mais um meio técnico-científico-informacional. Nas palavras do autor: “o meio ambiente produzido se diferencia pela carga maior ou menor de ciência, tecnologia e informação, segundo regiões e lugares: o artifício tende a se sobrepor e substituir a natureza”⁵.

A velocidade do processo de urbanização transforma o espaço continuamente, numa relação dialética pouco entendida ainda hoje. Nessa discussão a palavra chave é a velocidade: velocidade da circulação, da informação, das pessoas, dos objetos... enfim de tudo que compõe o ambiente e em especial o ambiente urbano.

Quando a atividade turística adentra o urbano, ela reafirma a velocidade e o ambiente deixa de ser *amigo* e passa a ser *hostil*. Dessa hostilidade frente ao ambiente é que temos grande parte da nossa atividade turística sendo implantada e desenvolvida. Mas como podemos melhorar essa relação interna do ambiente construído pela atividade turística? O planejamento ainda é um bom caminho?

Acreditando nessa alternativa é que tecemos a seguir algumas questões pertinentes ao planejamento do ambiente turístico.

Ambiente turístico e o uso das escalas no planejamento

Uma questão importante e quem sabe a mais preponderante para o planejamento do ambiente turístico é relacionada ao entendimento da noção de escala, sendo necessária a análise segundo aquilo que compete a cada instância.

O entendimento das diferentes escalas nos possibilitará um melhor (re)dimensionamento de nossas atividade de planejamento voltado para intervenções no campo do turismo.

A análise *escalar geral* deve se ocupar daquilo que homogeneiza os países, a economia, estabelecendo uma relação de dependência entre os mesmos. Essa escala muitas vezes é regulada e influenciada pelas resoluções da Organização Mundial do Turismo (OMT).

A *escala nacional* preocupar-se-á das novas conjunturas apresentadas pela economia interna do país e sua repercussão para a sociedade e para o espaço. Nessa escala de planejamento, vemos o papel crucial da Embratur (Empresa Brasileira de Desenvolvimento do Turismo), responsável por grande parte de nossa política nacional de turismo. Os profissionais na área de turismo devem acompanhar e também propor idéias dessa escala de planejamento.

As *escalas regional e local*, estão mais voltadas a encontrar contradições internas a um território ou lugar, provenientes do nível de desenvolvimento econômico de cada região e interesses direcionados. É justamente nessas escalas onde o papel do planejador turístico é fundamental. Nesse momento o planejamento é um instrumento inigualável para efetivar políticas e economias direcionadas ao turismo para o desenvolvimento regional e local.

Para melhor compreensão utilizaremos o Estado do Ceará como exemplo de “polo de desenvolvimento turístico do nordeste”, característico dessa fase histórica. No Estado com as políticas direcionadas ao turismo do *Prodetur-NE* (Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste), construiu-se uma organização que visasse a maximização dos lucros para a

5. SANTOS, Milton. op.cit., p. 73.

atividade turística: novo aeroporto internacional, rodovias, rede hoteleira, incremento do comércio, entre outros. Essa organização, montada, que tem possibilitado a especialização de suas atividades relacionadas ao turismo atendendo os interesses dos capitais mundiais e mais ainda o sonho de consumo da “população mundializada”, carente de preencher seus tempos livres. O Prodetur-NE é ricamente analisado nos trabalhos de Luzia Neide M. T. Coriolano⁶ e Ireleno Porto Benevides⁷.

Essa nova lógica do desenvolvimento e planejamento do ambiente turístico também impõe uma nova forma de entendimento das diferenciações regionais, em que a partir disso a região torna-se novamente objeto de estudo das desigualdades sociais, provocadas por essa diferenciação de desenvolvimento tecnológico.

Considerações finais

Vemos a queda das fronteiras nacionais causando a homogeneização dos lugares, a vitória da velocidade do tempo abarcando o espaço, o papel crescente do Estado no (re)equilíbrio nacional visto as desigualdades geradas no seio nacional, o papel dos turismólogos e demais profissionais que estão lidando com a atividade turística, deveria centrar suas preocupações no planejamento tanto no nível local, como regional e nacional.

O homem em pleno processo de globalização não mais se reconhece em seu lugar, Será que essa globalização ou melhor mundialização, que também é dos costumes, das culturas, da língua, do lugar, da natureza, não nos tira a noção do local, imprimindo uma global? Caso isso ocorra como fica o turismo que necessita do local para efetivar sua atividade?

As novas técnicas utilizadas para transpor barreiras físicas e sociais aniquila essa identidade com o lugar, “agora que todas as condições de vida, profundamente enraizadas, estão sendo destruídas, aumenta exponencialmente a tensão entre cultura objetiva e subjetiva e, do mesmo modo, se multiplicam os equívocos de nossa percepção, de nossa definição e de nossa relação com o Meio”⁸.

O processo de globalização exige uma velocidade de transformação dos lugares que afeta diretamente o ambiente. O turismo muitas vezes afirma o processo de globalização dos lugares sem refletir essa ação e esquece que necessita da singularidade do ambiente para efetivar plenamente suas atividades.

Referência bibliográfica

- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora SENAC, 1995.
- BENEVIDES, I. P. *Turismo e PRODETUR: dimensões e olhares em parceria*. Fortaleza: UFC/Banco de Nordeste, 1998.
- BISSOLI, M. A. A problemática econômica e social do espaço turístico. *Revista COMUNICARTE*, Campinas, n. 16-17, p.116-149, 1992.
- CORIOLOANO, L. N. *Do local ao global: o turismo litorâneo cearense*. Campinas: Papirus, 1996.
- DEL RIO, V. & OLIVEIRA, L. (org.) *Percepção ambiental: a experiência brasileira*. São Paulo/São Carlos: Nobel/Editora da UFSCar, 1996.
- GEORGE, P. *O meio ambiente*. Rio de Janeiro: Difel, 1984.

6. CORIOLOANO, L.N.M.T. *Do local ao global: o turismo litorâneo cearense*. Campinas: Papirus, 1996

7. BENEVIDES, I. P. *Turismo e PRODETUR: dimensões e olhares em parceria*. Ceará: UFC/Banco de Nordeste, 1998.

8. SANTOS, Milton. op.cit., p. 21.

- RODRIGUES, A. B. (org.) *Turismo e Ambiente: reflexões e propostas*. São Paulo: Hucitec, 1997. 210p.
- RODRIGUES, A. M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, A. B. (org.) *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 42-54.
- SANTOS, C. Paisagem e turismo: questões que ficam. *Boletim de Turismo e Administração Hoteleira*, São Paulo, v. 8, n. 1, p.31-38, maio de 1999.
- SANTOS, M. *Metamorfozes do espaço habitado*. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 1994. 124 p.
- _____. *Técnica, espaço, tempo – globalização e meio técnico científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, M. et.al. (org.). *O novo mapa do mundo: fim de século e globalização*. São Paulo: Hucitec/Anpur, 1994.
- SANTOS, M.. et.al. (org.). *Território, globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec/Anpur, 1996.
- TRIGO, Luis Gonzaga Godoi. *Turismo e qualidade: tendências contemporâneas*. Campinas: Papirus, 1993.
- TULIK, Olga. Efeitos da globalização do turismo. *Turismo em análise*, São Paulo, v. 5, n. 2, p.7-15, nov. 1994.
- YAZIGI, E. et.al. (org.). *Turismo, Espaço, Paisagens e Cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

