

Turismo como Desafio do Desenvolvimento Econômico do Mercosul na Era da Globalização¹

Trabalho apresentado ao GT “Turismo e Desenvolvimento Regional” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

Edegar Luis Tomazoni²

Professor e Pesquisador do Programa de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul

Leslie Bühler³

Aluna do Programa de Pós-graduação do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul

Luis Gustavo Patrucco⁴

Professor dos cursos de Hotelaria e de Turismo da Universidade de Caxias do Sul e da FATE-SENAC-RS-

Resumo: Este artigo contextualiza o desenvolvimento do turismo do Mercosul na globalização. Parte considerável do turismo internacional do Mercosul realiza-se entre os próprios países membros do bloco, e grande número de turistas estrangeiros que ingressam na região são sul-americanos. Para que haja mais geração de riqueza e desenvolvimento por meio do turismo, é preciso ampliar o ingresso de turistas, com maior distribuição dos fluxos turísticos internacionais, que se concentram entre os países ricos, seus blocos e continentes. O desenvolvimento integrado do turismo contribui para reduzir as assimetrias econômicas entre os países do Mercosul, por meio da distribuição de riqueza, geração de oportunidades de trabalho e renda. Com base nos estudos e constatações de que a tendência dos fluxos turísticos é de concentração intra-blocos, é coerente a defesa da proposta de fortalecimento do turismo interno do Mercosul, por meio de projetos de desenvolvimento e de intercâmbios comerciais e culturais entre as comunidades regionais.

Palavras-chave: turismo, globalização, desenvolvimento, blocos, Mercosul.

¹ Trabalho apresentado ao GT 07 “Turismo e Desenvolvimento Regional” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL- Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

² Professor e Pesquisador do Programa de Mestrado em Turismo da UCS – Universidade de Caxias do Sul. Engenheiro Químico pela PUCRS. Pós-Graduado em Desenvolvimento Empresarial pela UFRGS. Mestre em Turismo pela UCS. Doutor em Turismo com Ênfase em Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA - USP – Universidade de São Paulo. eltomazz@ucs.br.

³Bacharel em Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí , Mestranda em Turismo na Universidade de Caxias do Sul – UCS – Bolsista CAPES-Professora no curso de graduação em Turismo no Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai IDEAU. leslie_buhler@terra.com.br.

⁴Arquiteto - Universidade de Buenos Aires, Mestre em Turismo - UCS, Diretor da Câmara de Turismo do RS, Professor dos cursos de Hotelaria e de Turismo da UCS e da FATE-SENAC-RS, Consultor da FNHBRS e da OMT, integra o grupo de expertos que participa da elaboração do Barômetro de Turismo Mundial. lgp@via-rs.net

1. Introdução

Com a revolução científico-tecnológica e a nova divisão internacional do trabalho, a globalização insere a sociedade mundial em intensa e contraditória escala de integração e competição. Ao mesmo tempo em que recrudescer a disputa por mercados, a abertura de fronteiras, a comunicação eletrônica em tempo real e a evolução dos meios de transportes impulsionam os intercâmbios econômicos e culturais e os deslocamentos globais.

Nesse novo cenário, o turismo contextualiza-se no processo de competição entre os blocos econômicos, que são destinos de territorialidade regional. Como cadeia produtiva de abrangentes efeitos multiplicadores, o setor tem superado as piores crises mundiais e constitui-se em alternativa de desenvolvimento para diversos países. A integração regional potencializa-se por meio do mapeamento das relações de produção e de mercado da cadeia produtiva do turismo, com base nas peculiaridades ambientais e culturais dos blocos econômicos.

Os intercâmbios turísticos colocam no mapa mundial destinações desconhecidas e proporcionam a oferta de novos espaços e atrativos. Mas a maior parte do aumento do fluxo de turistas restringe-se aos países ricos e favorece os blocos econômicos mais desenvolvidos. No contexto globalizado e competitivo, que ensejou a formação de blocos econômicos, tem-se, como questão central, se o turismo contribui para a redução das disparidades sociais, por meio de geração e distribuição de renda e inclusão social das populações dos países pobres ou menos desenvolvidos.

Este artigo analisa o turismo como alternativa para o desenvolvimento socioeconômico do Mercosul (Mercado Comum do Sul), um dos principais blocos da complexa estrutura da globalização neoliberal. No referencial teórico, abordam-se impactos negativos e vantagens da globalização como fenômeno que tem intrigado os estudiosos e cujo conceito e entendimentos são complexos e desafiadores. Para entender os impactos e monitorar as oportunidades e ameaças da globalização, é fundamental a ênfase ao desenvolvimento socioeconômico, como justificativa das propostas de fortalecimento do turismo regional, com base nos aspectos materiais e emocionais da inclusão social. A contextualização geográfica do desenvolvimento na globalização tem por base teorias da regionalidade, para fundamentar a integração econômica e política do Mercosul. A visão do desempenho do turismo em âmbito internacional é essencial para a convergência da análise das potencialidades dos países do bloco sulamericano, a fim de apresentarem-se propostas de desenvolvimento integrado com a participação das comunidades e instituições regionais. Pretende-se, com este artigo, contribuir

para novos estudos sobre a relação entre o turismo e a competição entre os blocos, com prioridade no desenvolvimento socioeconômico das regiões periféricas.

2. Globalização

A notícia do assassinato do presidente norte-americano Abraham Lincoln, em 1865, levou 13 dias para cruzar o Atlântico e chegar à Europa. A queda da Bolsa de Valores de Hong Kong (outubro-novembro/97), levou 13 segundos para cair como um raio sobre São Paulo e Tóquio, Nova York e Tel Aviv, Buenos Aires e Frankfurt. Eis ao vivo e em cores, a globalização (ROSSI, Folha de São Paulo, 2007).

Embora pareça recente, o fenômeno da globalização é antigo, originou-se das grandes navegações do final do século XIV e do início século XV. Antes de 1915, a configuração do PIB pelos investimentos externos e pelo comércio internacional era a mesma que a atual (MAGALHÃES, 2005). A partir da década de 1990, com o fim da Guerra Fria, a menor intervenção estatal na economia e o recrudescimento do neoliberalismo, intensificaram-se as discussões sobre o tema. No século XXI, o cotidiano das pessoas e comunidades está inexoravelmente submetido às oportunidades e ameaças da globalização. Para Bauman (1999, p 8), ela é paradoxal, pois é muito benéfica para muito poucos, mas deixa de fora ou marginaliza dois terços da população mundial.

A globalização está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros. Para alguns, globalização é o que devemos fazer, se quisermos ser felizes; para outros, é a causa da nossa infelicidade (BAUMAN, 1999, p. 8).

Muitos autores e estudiosos definem a globalização sob diferentes óticas, mas concordam com os seus impactos. Milton Santos (2000) reitera o avanço tecnológico, a exploração geográfica planetária e a mais valia do capital como fatores determinantes da dinâmica globalizadora perversa. No mesmo sentido, Beni (2003, p. 14) explica que

A globalização é processo irreversível e, com toda a criação humana feita por grupos de poder, apresenta regras, tanto as que impelem ao progresso de todos, repartindo benefícios e assegurando perspectivas de médio e longo prazo como as limitadoras e forçosamente injustas quando cerceiam a livre concorrência do mercado.

Minc (1999, p. 24) sugere a importância de compreender-se o fenômeno e a dicotomia entre padronização e autenticidade. Para ele,

A globalização teve sucesso. Apesar de onipresente, ela é inatingível. É uma realidade, e não passa de uma idéia. Contradição sem precedentes, porque, até o presente momento, as sociedades se rebelaram contra um poder, um regime, uma classe dominante e nunca contra um conceito. Essa é a estranheza da situação: quanto menos a globalização se manifesta de maneira tangível, mais ela polariza as angústias e as inquietudes reforçando o desejo de proteção e, portanto, o desejo de identidade.

Sene (2004, p.159) aborda a reformulação da economia mundial e afirma que “esse novo cenário capitalista torna mais difícil a superação do subdesenvolvimento e mantém muitos países marginalizados da era informacional e da globalização econômica”. Diante dos inúmeros e crescentes avanços tecnológicos, somente as pessoas com maior nível de instrução beneficiam-se, pois só a mão-de-obra qualificada é absorvida no mercado. Para Barbosa (2006), o desempenho econômico dos países depende principalmente da competição entre as empresas, que se confrontam na globalização. A competitividade tecnológica e no comércio internacional são fundamentais para a produtividade e o desempenho econômico. O autor destaca o comércio exterior como poderoso fator de expansão, modernização tecnológica e aumento da renda.

3. Desenvolvimento econômico

Toda e qualquer proposta de crescimento econômico somente tem razão, fundamento e sentido se priorizar a inclusão social. O turismo, portanto, como atividade econômica, deve ser contextualizado no referencial do desenvolvimento socioeconômico. Uma das condições necessárias para o desenvolvimento socioeconômico é a significativa alteração na estrutura produtiva. Para Haddad (1975, p. 45), uma das definições mais difundidas do desenvolvimento econômico é: “processo pelo qual a renda nacional real de uma economia cresce por um longo período de tempo”.

O desenvolvimento como liberdade é a teoria de Sen (2000) que aprofunda a análise e abrange as características psicológicas e comportamentais. Ele estuda as relações sociais e as ações e resultados dos indivíduos. Fundamentalmente, quanto mais uma pessoa tiver poder e autonomia para conquistar seu bem-estar, participando e interferindo nos processos de decisão e de escolha das formas de satisfação de suas necessidades e desejos, maior será o desenvolvimento.

Perroux (1967) defende a transformação das instituições como estratégia essencial do desenvolvimento. O poder e autonomia das comunidades é requisito do desenvolvimento regional e conquistam-se pela consolidação das instituições, cujo conceito transcende a formalização das estruturas e abrange os valores culturais da população.

De acordo com Albagli e Maciel (2003, p. 429), “entende-se o conceito de instituições não apenas como estruturas mais formalizadas, tais como governo, regime político e legislação de

modo amplo, mas também as relações e estruturas informais, normas e valores incrustados nos hábitos e costumes da população”.

A abordagem do desenvolvimento local é enfatizada pela teoria do desenvolvimento endógeno, definido por Barquero (2002) como estratégia para ação. O desenvolvimento endógeno é processo liderado pela comunidade local. É a capacidade de utilização de potenciais, como *savoir-faire*, sistemas de relações e recursos próprios para melhoria do nível de vida da população. Além disso, cria-se um ambiente econômico e institucional de cooperação entre as organizações do território para a competitividade no mercado globalizado.

4. Desenvolvimento regional

Na delimitação espacial do desenvolvimento econômico, uma das premissas é a definição de critérios da contextualização geográfica, ou territorial. Por um lado, com os processos de interações sociais, os territórios especializam-se em determinadas atividades produtivas e adaptam-se às condições do espaço físico. Por outro lado, os grupos humanos exercem esforços para adaptar e moldar o espaço aos seus interesses e necessidades, causando-lhe impactos. Entre as especializações produtivas, insere-se o turismo, e os seus empreendedores exercem influências sobre o ambiente para tornar os destinos turisticamente atrativos. Os destinos turísticos têm dimensões e abrangências geográficas regionais.

O conceito mais útil de região, em muitos casos, é o que se poderia chamar de região de desenvolvimento econômico, de onde sobressai a adoção de medidas, programas e intervenções para levá-la do nível em que se encontra economicamente hoje até alguns objetivos econômicos pré-determinados. Para Clemente (2000, p. 14), “a referência espacial das decisões econômicas, tanto do setor privado quanto do setor público, constitui uma região de planejamento”.

Para Oliveira (2006, p.84),

No plano teórico, pode-se considerar que a região é decorrente da manifestação concreta da consciência regional percebida entre seus membros, possibilitando diferenciação entre quem está dentro (membros) e quem está fora (não membros). Em outros termos, podemos raciocinar que regiões não são fatos geográficos, mas fenômenos *politicamente* construídos.

O desenvolvimento econômico regional tem sentido de crescimento do bem-estar, identificado pela renda per capita, disponibilização e acesso a serviços sociais, condições de saúde e outros indicadores.

Haddad (1975) aborda os requisitos necessários para a teoria do desenvolvimento regional, em que as economias nacionais podem exercer diversas formas de controle sobre os fluxos de produção e de mercado, e as economias regionais estão submetidas às conseqüências da grande mobilidade de fatores através de suas fronteiras.

Os vínculos econômicos, que fundamentam o regionalismo e os intercâmbios entre nações próximas têm, como requisito essencial, a contigüidade geográfica. A história, a cultura e a religião são, porém, elementos essenciais na formação da consciência regional. Ameaças políticas e desafios culturais mobilizam as regiões na defesa contra forças e diversidades externas. A maior expressão da luta é a integração econômica, cujo processo inicia-se com a área de livre comércio e culmina com a união monetária (AMARAL JÚNIOR, 2005).

Seabra e Formaggi (2004) observam que fatores não econômicos predominam em diversos momentos da integração regional e destacam como exemplos as questões institucionais comuns e o poder de barganha nas negociações. Por um lado, a formação de blocos possibilita que modelos institucionais sejam assimilados de países mais influentes e, por outro lado, as instituições estimulam a formação de blocos.

5. Blocos Econômicos*

Os blocos econômicos foram criados para facilitar o comércio entre os países membros e para fortalecer a competitividade com outros blocos no cenário da globalização. Os blocos adotam reduções ou isenções de impostos ou de tarifas alfandegárias, e os países membros implementam estratégias conjuntas de desenvolvimento socioeconômico.

Vizentini (2007, p. 180) argumenta que a regionalização é inerente à concorrência global. Para ele,

Na medida em que a competitividade tornou-se a força motriz do capitalismo contemporâneo, a fluidez passou a ser um elemento indispensável para atuação do capital financeiro e das empresas transnacionais em escala mundial, através da remoção dos entraves inerentes a soberania dos Estados-Nação. [...] sob certa perspectiva, as integrações representam uma forma protecionista ampliada do plano nacional ao regional, como resistência coletiva e alguns Estados contra os efeitos da concorrência global. Esse seria, sobretudo, o caso da União Européia.

As regiões que sofreram com o impacto do capitalismo, ganharam força para competir por

(*) Os principais blocos econômicos do mundo são UE União Européia, NAFTA - Tratado Norte-Americano de Livre Comércio, MERCOSUL - Mercado Comum do Sul, CEI Comunidade de Estados Independentes, CAN - Comunidade Andina de Nações, ASEAN Associação das Nações do Sudeste Asiático, APEC – Cooperação Econômica da Ásia e do Pacífico, MCCA – Mercado Comum Centro-Americano, CARICOM – Mercado Comum e Comunidade do Caribe, SADC – Comunidade da África Meridional para o Desenvolvimento.

novos mercados entre os países com maior avanço tecnológico. Em razão disso, esses países intensificam as políticas protecionistas e os subsídios governamentais às exportações.

É importante observar que três quartos do comércio externo dos países da União Européia ocorrem entre os países do próprio bloco. Essa realidade é favorecida pela capacidade produtiva e comercial da economia européia que se impõe perante o capitalismo asiático e norte-americano (VIZENTINI, 2007).

Para Oliveira (2006, p. 68),

A integração regional é uma realidade mundial. Desde pelo menos a intensificação do processo de globalização, verificado durante a segunda metade dos anos 1990, os processos de regionalização foram renovados ou relançados à luz da nova realidade internacional. Tratava-se, naquele contexto, de tentar conter os prejuízos advindos da liberalização comercial cada vez mais agressiva e de outras medidas advindas de outras medidas reestruturantes advindas de modificações no sistema capitalista, como a desregulamentação financeira e a reforma do Estado, sob a égide do chamado neoliberalismo.

Uma das formas de integração regional de países é o mercado comum, em que se agrega à liberação do comércio de bens e serviços a liberação dos fatores produtivos (capital e trabalho). No âmbito do comércio de bens, o que se propõe, com o mercado comum, é que os países membros se constituam em um único território aduaneiro, em que as mercadorias originárias de um país sócio não paguem impostos de importação e circulem livremente como se o fizessem em seu próprio território (BORJA, 2001; FARIA, 1993).

Apesar das assimetrias e dificuldades dos blocos menos desenvolvidos, como o Mercosul, a unificação potencializa a força da união e a competitividade de países vizinhos com interesses comuns e afinidades socioeconômicas e culturais. Nesse contexto, aumentam os intercâmbios comerciais intra-blocos e as oportunidades de desenvolvimento turístico, que impulsionam a estruturação e diversificação da oferta, por meio da regionalização dos roteiros e destinos.

6. Mercosul

O tratado para a criação do mercado comum entre Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai foi assinado em 26 de março de 1991, na capital do Paraguai e denominou-se Tratado de Assunção. Cada um de seus integrantes ratificou a decisão por meio de legislação própria e o objetivo do Tratado de Assunção foi a criação de um mercado comum entre os signatários, estabelecendo com o prazo para sua constituição o dia 31 de dezembro de 1994 (KUNZLER, 1999, p. 96).

Em 17 de dezembro de 1994 foi subscrito o Protocolo de Ouro Preto, que firmou a idéia de avançar na constituição do bloco, sendo a base para chegar ao mercado comum, em uma fase de convergências no período que vai de 1º de janeiro de 1995 a 1º de janeiro de 2006.

A principal atribuição do Protocolo de Ouro Preto foi conceder personalidade jurídica ao Mercosul, para que pudesse se relacionar com grupos de países e órgãos internacionais multilaterais (KUNZLER, 1999).

O Tratado de Assunção estabeleceu em seu artigo 1º a constituição do Mercado Comum, contemplando a livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos. Enfatizou a integração em função do desenvolvimento econômico com justiça social, referenciando as chamadas quatro liberdades: circulação de bens, de serviços, de capitais e de pessoas (KUNZLER, 1999).

A integração do Mercosul, entretanto, enfraqueceu-se, não somente em razão dos problemas de âmbito comercial, mas em razão de questões de âmbito institucional. Não houve avanços nos campos parlamentar e judiciário para a consolidação institucional supra nacional. O Congresso, como legítimo representante do povo dos quatro países membros, eximiu-se do processo de integração democrática do Mercosul, a partir do Protocolo de Ouro Preto, pois as decisões passaram a ser tomadas diretamente pelo poder executivo.

Em julho de 2006, a Venezuela passou a fazer parte do Mercosul, como quinto país membro do bloco. Com essa adesão, o Mercosul reúne 250 milhões de habitantes e representa 75% do PIB da América do Sul, isto é, US\$ 1 trilhão.

Contextualizando-se o turismo nas políticas de integração, identificam-se lacunas na elaboração de propostas para desenvolvimento do setor nos âmbitos governamentais, desde a criação do Mercosul pelo Tratado de Assunção em março de 1991. O Tratado de Assunção estabeleceu, para constituição do Mercosul, no Anexo V, dez subgrupos de trabalho para coordenação das políticas macroeconômicas e setoriais (FARIA, 1993, p. 193). Verifica-se, entretanto, que o turismo não foi contemplado com um grupo específico de trabalho, provavelmente, por não ser considerado um dos setores prioritários das políticas macroeconômicas do Mercosul.

Para Simonsen (1998, p. 7), “o mundo percebe o Mercosul como algo homogêneo. Nisso reside a força do Mercosul. O *made in Mercosul* é vantagem competitiva em alguns setores. (...) Outros setores da atividade humana e empresarial serão valorizados tanto no campo cultural, artístico e educacional como no tecnológico. Talvez isso explique o crescimento

comercial extraordinário da região, acima de 300% em cinco anos”. O turismo, portanto, potencializa essa vantagem competitiva.

Em comparação com outros blocos como a União Européia, que implementou a cooperação pela dimensão federalista, a integração do Mercosul é essencialmente comercial. Além das áreas macroeconômicas e monetária, cuja intercâmbios cooperativos têm sido pouco significativos, a integração abrangente nos campos institucional, jurídico, de infra-estrutura e de formação de mão-de-obra é fundamental para conter os impactos da globalização e da ALCA (Associação de Livre Comércio das Américas) sobre o Mercosul (SEABRA e FORMAGGI, 2004).

7. Turismo no espaço global

Ao mesmo tempo em que o turismo contribui para a globalização, em razão da aproximação entre os povos, da demanda por meios de transportes rápidos e por produtos e serviços diferenciados, a globalização impulsiona o turismo, em razão dos avanços tecnológicos e da comunicação eletrônica em tempo real e estimula o fortalecimento das identidades culturais, o desenvolvimento local e a integração regional da oferta de atrativos.

Tendências e perspectivas indicam que os países em vias de desenvolvimento constituem destinos turísticos em franca expansão. No espaço de dez anos (1997 a 2006), o número de clientes internacionais dos países em desenvolvimento duplicou e aproxima-se dos 300 milhões, constata a OMT (Organização Mundial do Turismo). Para 49 países em vias de desenvolvimento, o turismo tornou-se a principal fonte de divisas.

O turismo é visto como promessa ou alternativa de salvação das economias dos países menos desenvolvidos, onde predomina a exclusão social e a excessiva concentração de renda e riqueza. De acordo com a OMT, para se adaptar à nova realidade, os profissionais do setor têm optado por incentivar as regiões de destino cujo potencial de crescimento é promissor, tais como a América Latina, a África, o Egito, o Marrocos ou a Índia. Essas regiões, ou comunidades menos favorecidas, a despeito de sua condição de desvantagem socioeconômica, têm atributos naturais, ou culturais, cujo valor e potencialidades atrativas podem garantir-lhes nova e especial fonte de receita, em razão do fomento da atividade turística (URRY, 2000).

É importante, porém, observar a procedência dos turistas. Para Carvalho (2005, p. 34) “do total de 694 milhões de viagens internacionais, 80% são de curta distância e apenas 20% de longa distância. As projeções para 2020 indicam que, do total previsto de 1,561 bilhão das

viagens, 76% continuarão sendo de curta distância, algo em torno de sete horas de vôo, no máximo”.

Ao desmistificar a idéia de que o Brasil deve receber 77 milhões de turistas como a França, 11 milhões como Portugal ou 19 milhões como o México, Carvalho (2005, p. 35) argumenta que “90% dos turistas internacionais que desembarcam na França são provenientes da Alemanha (14,3 milhões), do Reino Unido (14,9 milhões), de Benelux (21,3 milhões), da Itália (7,8 milhões), da Suíça (3 milhões) e Espanha (2,9 milhões). Quanto ao ingresso financeiro, 70% das receitas são geradas por turistas desses mesmos países”.

De acordo com Carvalho (2005, p. 36),

Examinando a estatística referente a 1994, salta aos olhos que, dos 1,9 milhão de turistas internacionais que desembarcaram no Brasil, 1,2 milhão eram sul-americanos. Desse total, 570 mil eram argentinos. Já, em 2000, quando o mercado brasileiro registrou sua marca histórica, recebendo 5,3 milhões de estrangeiros, 63% eram sul-americanos, sendo 30% argentinos.

As análises de Carvalho (2005) contribuem significativamente para justificar a implementação de projetos de integração de turismo do Mercosul, a fim de potencializar as oportunidades de mercado regional, como estratégia de desenvolvimento endógeno e equalização socioeconômica.

8. Desempenho turístico dos países do Mercosul

Para efeitos de comparação foram utilizados dados consolidados da OMT, de 2006, das tendências do turismo para as Américas segundo a última publicação disponível. A análise considera os quatro países membros originários do Mercosul, sugerindo-se que a Venezuela seja considerada em futuros estudos.

	Dados consolidados 2005	ARGENTINA	BRASIL	PARAGUAI	URUGUAI
Dados Gerais	Área (1000 km ²)	2.780	8.547	407	176
	População (milhões)	39,5	186,0	6,3	3,4
	PIB Total (US\$ milhões)	181.549	795.666	7.468	16.878
	PIB per Capita (US\$)	4.799	4.320	1.288	5.274
	Número de UH's	187.425	(*) 422.700	5.058	14.729
Receptivo Internacional	Total de chegadas	3.823.000	5.358.000	2.648.000	1.917.000
	Visitantes do dia	-	-	2.307.000	109.000
	Para cada 100 hab.	10	3	5	53
	Ingressos (US\$ milhões)	2.753	3.861,00	82,00	594,00
	Por turista (US\$)	720,00	721,00	241,00	329,00
	Per capita (US\$)	70,00	21,00	13,00	174,00
Emissivo	Total de saídas	4.002.000	4.696.000	188.000	658.000

Internacional	Para cada 100 hab	10	3	3	19
	Egressos (US\$ milhões)	2.817	4.720	79	194
	Por turista (US\$)	704,00	1.005,00	420,00	294,00
	Per capita (US\$)	71,00	25,00	12,00	57,00
Balança Comercial	Turismo (US\$ milhões)	-64,00	-858,00	3,00	401,00

Fonte - OMT - Tendencias de los Mercados Turísticos – Las Américas - Madrid 2007

ISBN-13: 92-844-1216-7

Legenda: (*) Dados www.hotelonline.com.br acesso em 08/03/2008

De acordo com esses dados constata-se que:

- A atividade turística, do ponto de vista da balança comercial do turismo é deficitária na Argentina e no Brasil, em razão da maior atividade emissiva em número de turistas e gastos realizados.
- O Uruguai tem o melhor desempenho, pois recebe quase 2,8 turistas por cada uruguaio que faz turismo fora do país, o que não acontece em nenhum outro dos países participante do Mercosul.

Fluxos e resultados do movimento interno dos turistas do Mercosul em 2006

		ARGENTINA	BRASIL	PARAGUAI	URUGUAI
ARGENTINA	TOTAL		453.346	302.174	438.153
	Déficit (-) / Superávit (+)		(-54 %)	(+ 31 %)	(- 60 %)
BRASIL	TOTAL	992.299		249.030	341.647
	Déficit (-) / Superávit (+)	(+ 46 %)		(+ 23 %)	(+ 58 %)
PARAGUAI	TOTAL	209.130	56.036		9.287
	Déficit (-) / Superávit (+)	(- 29 %)	(- 77 %)		(- 46 %)
URUGUAI	TOTAL	1.107.514	197.672	20.156	
	Déficit (-) / Superávit (+)	(+ 40 %)	(- 42 %)	(+ 54 %)	

Com base neste quadro-resumo do resultado dos fluxos, constata-se que:

- O Uruguai tem o melhor desempenho, com um superávit de 40% em relação à Argentina e de 54% em relação ao Paraguai, e isso representa um movimento de quase 1,13 milhão de turistas.
- O Brasil tem superávit em relação ao Paraguai e Uruguai, e isso representa um movimento de quase 600 mil turistas.
- O turismo do Mercosul representou 32 % do fluxo receptivo da Argentina, 30% do fluxo receptivo do Brasil, 11% do fluxo receptivo do Paraguai e 70% do fluxo receptivo do Uruguai.

Ainda, como exemplo importante de estudo acadêmico da situação socioeconômica da América Latina, destaca-se a constatação de Gallero (2005, p. 139) sobre a atividade turística do Uruguai: “as receitas brutas do turismo equivalem, na economia uruguaia, a mais de 25% de todas as exportações”.

Em outro exemplo, destaca-se a situação brasileira, com base em dados de 2006 do Ministério do Turismo do Brasil e Embratur. Naquele ano, a Europa, América do Sul e América do Norte foram os principais emissores de turistas para o Brasil. O país recebeu cerca de 5 (cinco) milhões de turistas, sendo 1,97 milhões de europeus; 1,8 milhões de sul-americanos e 855 mil norte-americanos. Em razão da distância geográfica, o número de turistas europeus que visitaram o Brasil é significativo, comparado com os turistas da América do Norte. A América do Sul foi emissor relevante para o Brasil, pois representou 36% do total fluxo receptivo, em 2006.

9. Potencialidades e propostas para o desenvolvimento do turismo do Mercosul

As ofertas turísticas pelos países do Mercosul abrangem produtos consolidados, produtos em desenvolvimento e produtos com potencial para crescimento. Na categoria de produtos consolidados têm-se história e cultura, turismo urbano, tango, carnaval, festas, sol e praia, cruzeiros, esqui e golfe. Na categoria de produtos em desenvolvimento, têm-se congressos e convenções, museus, patrimônios da humanidade, missões jesuíticas, ecoturismo, pesca, turismo rural, termas. Na categoria de produtos com potencial, têm-se parques temáticos, trens históricos, obras de engenharia, turismo social, turismo religioso, missões franciscanas. Nenhuma dessas categorias é contemplada por projetos ou ações de integração regional. A criação de roteiros turísticos integrados deve fundamentar-se em ofertas que transcendam a contigüidade físico-geográfica e considerar atrativos temáticos, em que nem todos os percursos são territorialmente contínuos.

Em razão disso, devem-se priorizar os roteiros integrados de caráter regional de mais fácil implementação a curto e médio prazos. Os roteiros que contemplam as potencialidades e vocações dos países membros e do conjunto do Mercosul são erva mate, tradições gaúchas, vitivinicultura, Missões Jesuíticas, Rio da Prata, Rio Uruguai, patrimônios históricos da humanidade, história da indústria, futebol, cruzeiros. A tematização proporciona outras propostas, como festas populares, caminhos religiosos, cuja expressão diferencia os povos do Mercosul. Com a adesão da Venezuela, incluem-se oportunidades de integração ao turismo caribenho e de em seqüência ao turismo de sol e praia do Brasil, Argentina e Uruguai.

Além da criação de novos roteiros, produtos e serviços, é preciso implementar programas de melhoria da qualidade da oferta turística e realizar ações de promoção e comercialização com ênfase nos mercados potencialmente emissores. Para isso, é fundamental considerar a idéia de

“força da atratividade”, que de acordo com Lemos (2003) é medida pela “impedância turística”, que representa o quociente entre o volume de turistas captados e a distância de sua origem. Nesse sentido, a “impedância turística” é parâmetro importante para as estratégias de intercâmbio turístico entre os países do Mercosul e da sul-americanos e para o desenvolvimento regional do setor.

10. Considerações finais

Este artigo apresentou abordagens sobre as potencialidades do turismo como estratégia para o desenvolvimento socioeconômico do Mercosul, bloco constituído por Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela. As informações contemplaram os quatro países fundadores do bloco e sugerem que novos estudos sejam realizados sobre as tendências do turismo com a participação da Venezuela na condição de membro pleno do Mercosul.

Apesar de reunirem várias das maiores potencialidades turísticas da América Latina, os países do Mercosul apresentam acervos de patrimônios e atrativos culturais, históricos, paisagísticos, gastronômicos e ambientais ainda não integrados pelas organizações e setores responsáveis pela gestão do turismo. Justifica-se a integração do Mercosul por meio do turismo, porque esse setor é considerado fator do desenvolvimento socioeconômico, que impulsiona as cadeias produtivas dos mais diversos segmentos da indústria e do comércio. O turismo constitui-se rede de organizações e empresas de serviços, que tanto depende dos demais setores, como a indústria (setor secundário) e da agricultura (setor primário) para se desenvolver quanto os promove e impulsiona de forma considerável.

Maior destaque ao turismo na pauta de prioridades do Mercosul contribuirá significativamente para incrementar a circulação de bens, serviços e capitais, por meio da circulação de pessoas (turistas) procedentes dos quatro países membros e provenientes de outros países da América do Sul, continente que proporciona o maior ingresso de divisas do setor para o bloco.

Para reverter o saldo negativo da balança comercial do turismo da Argentina e do Brasil, além de potencializar as ações de intercâmbio intra-bloco e do Mercosul com os demais países da América Latina, é preciso fomentar intercâmbios e parcerias com os demais blocos (UE, NAFTA, CEI, CAN, ASEAN, APEC, MCCA, CARICOM, SADC).

A ampliação dos mercados turísticos do Mercosul justifica-se pela potencialidade de ingresso de divisas em razão do maior nível de renda dos turistas europeus e norteamericanos. Ainda

que o percentual de ingressos de turistas de continentes e blocos desenvolvidos seja menores do que os ingressos de turistas latinoamericanos, o volume de divisas por visitantes de maior poder aquisitivo é proporcionalmente significativo.

As estratégias de desenvolvimento turístico do Mercosul devem considerar a globalização como fator de incentivo, com base na idéia de que a diversidade da oferta de atrativos regionais é fator de competitividade na gestão da relação contraditória entre homogeneização e diferenciação. Além disso, é fundamental a participação democrática das comunidades, por meio das representações organizacionais e institucionais integradas do Mercosul, com base na proposta de desenvolvimento endógeno.

11. Referências bibliográfica

- ALBAGLI, Sarita e MACIEL, Maria Lúcia. **Capital social e desenvolvimento local**. In: LASTRES, M. H. *et al.* **Pequena empresa – Cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Damurá, 2003.
- AMARAL JUNIOR, Alberto do. **Direito internacional**. Brasília – DF: Editora Funag, 2005.
- BARBOSA, Rubens Antônio. **Estratégias de competitividade**. In: LACERDA, Antonio Correa de. **Crise e oportunidade: o Brasil e o cenário internacional**. São Paulo: Lazuli Editora, 2006.
- BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3.ed. São Paulo: SENAC, 2000.
- _____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.
- BORJA, Sérgio. **Teoria geral dos tratados - Mercosul: a luta pela união latino-americana**. Porto Alegre: Ricardo Lenz Editor, 2001.
- CARVALHO, Caio Luiz de. **Breves histórias do turismo no Brasil**. In: TRIGO, Luiz. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005. Capítulo 2 – P. 19 a 38.
- CLEMENTE, Ademir e HIGACHI, Hermes Y. **Economia e desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2000.
- FARIA, José Ângelo Estrella. **O Mercosul: princípios, finalidades e alcances do Tratado de Assunção**. Brasília: MRE/SGIE/NAT, 1993.
- GALLERO, Álvaro López. **O Uruguai em trânsito para uma transformação**. In: SILVEIRA, Maria Laura (org.). **Continente em chamas; globalização e território na América Latina**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- HADDAD, Paulo Roberto. **Desequilíbrios regionais e descentralização industrial**. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1975.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

- KUNZLER, Jacob. **Mercosul e o comércio exterior**. São Paulo: Edições Aduaneiras, 1999.
- LEMOS, Leandro de. **Teoria dos eventos turísticos**. In: BAHL, Miguel (org.). **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- MAGALHÃES, João Paulo de Almeida. **Nova estratégia de desenvolvimento para o Brasil: um enfoque de longo prazo**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- MERCOSUL – **Mercado Comum do Sul**. Disponível em www.mercosur.int. Acesso em 01/03/2008.
- MINC, Alain. **Vantagens da globalização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br>> Acesso em 09/03/2008 às 23:13.
- OLIVEIRA, Henrique Altemani. **Política internacional contemporânea: mundo em transformação**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- OMT – **Organização Mundial do Turismo**. Disponível em <<http://www.unwto.org/index.phpomt.com.br>> Acesso em: 02/03/2008 às 14h03.
- PERROUX, François. **A economia do século XX**. Lisboa: Livraria Moraes Editora, 1967.
- PERROUX, François. **O desenvolvimento**. In: DURAND, José Carlos Garcia. **Sociologia do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- RODRIGUES, A. (org.) **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- ROSSI, Clóvis. **Folha de São Paulo**. Editorial de 22 de julho de 2007.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SEABRA, Fernando e FORMAGGI, Lenina. **ALCA e Mercosul: perspectiva de desenvolvimento e coexistência com o mundialismo**. In: CHEREM, Mônica e DI SENA JÚNIOR, Roberto (org). *Comércio internacional e desenvolvimento*. São Paulo: Saraiva, 2004.
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- SENE, Eustáquio de. **Globalização e espaço geográfico**. São Paulo: Contexto, 2.ed, 2004.
- SIMONSEN Associados. **Mercosul de fato!** São Paulo: Makron Books, 1998.
- URRY, John. **The tourism gaze**. London: Sage, 2000.
- VIZENTINI, Paulo Fagundes. **História do século XXI**. Porto Alegre: Leitura XXI, 2007.