

MOMENTOS CHAVES NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE MASSAS NO BRASIL¹

Gisela Black Taschner

Resumo

Como o turismo vem se tornando uma atividade econômica cada vez mais importante nos últimos anos e como tem sido visto como um dos melhores caminhos para o Brasil e outros países latino-americanos participarem da nova divisão internacional do trabalho promovida pela globalização, evidenciou-se a necessidade de se produzir um conhecimento específico na área de gestão do turismo. Este artigo versa sobre alguns resultados preliminares de uma pesquisa em andamento sobre a evolução do turismo no Brasil e no exterior, que fornecem um panorama do macro-ambiente desse trade, trazendo à tona oportunidades e desafios que se descortinam no século XXI.

Palavras-chave

Turismo. Ocidente. Brasil.

KEY-MOMENTS IN THE DEVELOPMENT OF WESTERN TOURISM

Abstract

As tourism has become an increasingly important economic activity in the last years and has been seen as one of the best ways for Brazil and other Latin American countries to join the new global division of labor, there is a need for scientific knowledge to be produced in that area. This article is about some preliminary results of an on-going research on the evolution of tourism in the West, and most particularly, in Brazil, so as to provide an overview of the context of that business and thus disclose challenges and opportunities for both its practitioners and scholars in the beginning of XXI century.

¹ Este texto é uma versão atualizada da que foi apresentada no Encontro Anual da Business Latin American Association (BALAS), em San Diego, California, em abril de 2001.

Keywords

Tourism. Brazil.

O turismo é definido pela Organização Mundial de Turismo (OMT) como a “soma de relações e serviços resultantes de uma mudança de residência temporária e voluntária e motivada por razões alheias a negócios ou profissionais” (DE LA TORRE, 1992, p. 19 apud BARRETO, 1998, p. 12). A definição exclui as viagens motivadas por razões profissionais ou de negócios, como se pode ver.²

Se tentarmos ir à época das primeiras viagens dos seres humanos, teremos de regredir praticamente às origens da espécie, uma vez que em seus inícios ela vivia da caça e da coleta e era nômade. Mas essas viagens não tinham nada a ver com turismo. No período neolítico as pessoas se fixaram na terra, com a agricultura, aprenderam a domesticar animais e inventaram a roda. Isto facilitou suas viagens, que, no mais das vezes, eram para trocas de excedentes, quando estes existiam (FRIDGEN, 1996, p. 3-7). Também não chegavam a ser turismo. Há registros de viagens na Antiguidade e também na Idade Média, por motivos os mais diversos: guerra, exploração, comércio, religião e até lazer (URRY, 1999; VALLS, 1996). Aí há casos em que já se começa a chegar mais perto da definição da OMT.

Origens do Turismo em Países Avançados

O turismo pré-moderno na Europa caracterizou-se pelas viagens dos aristocratas, em meio ao estilo de vida que inauguraram nas cortes reais do *Ancien Régime* (TASCHNER, 1996), por ocasião do desenvolvimento do Estado moderno. Um roteiro foi-se estabelecendo a partir do século XVI pelos jovens ingleses e ficou conhecido como o *Grand Tour*. Withey (1997) mostrou esse tipo de viagem talvez melhor do que ninguém e baseio-me amplamente em seu trabalho na descrição que dele se segue.

² Não vamos entrar na polêmica de incluir ou não nessa definição as atuais viagens profissionais, em que o viajante usa a estrutura turística ou realiza simultaneamente atividades de lazer.

O objetivo dessas viagens era conhecer melhor o “mundo real”, ao terminar os estudos e antes de reingressar na vida social no papel de adulto. O *Grand Tour* era uma viagem por alguns países do continente europeu, buscando conhecer neles as raízes, principais manifestações e monumentos da cultura ocidental, especialmente a cultura erudita. Conhecer maneiras de outros povos (corte francesa, por exemplo), em alguns casos, também era um objetivo. Tratava-se, portanto, de uma viagem de caráter claramente cultural, que complementava a educação formal. De outra perspectiva, o *Grand Tour* constituía uma espécie de rito de passagem para a idade adulta e, às vezes, uma forma de fuga socialmente aceita.

As viagens do tipo *Grand Tour* prevaleceram até a Revolução Francesa, e evoluíram com o tempo. Inicialmente feitas por jovens aristocratas, em meados do século XVIII tornaram-se uma experiência comum a filhos de famílias ricas de profissionais liberais e empresários. O fluxo de viajantes oscilava em função de períodos de guerra e paz. Em 1785, por exemplo, 40 mil ingleses viajaram. Pode parecer pouco, mas concordamos com Withey, que afirma que era muita gente para aquela época!

No fim do século XVIII o *Grand Tour* incluía tipicamente a França, Itália, Suíça, Alemanha e Países Baixos. As cidades mais visitadas eram Paris, Genebra, Roma, Florença, Veneza, Nápoles. Havia também paradas breves em cidades menores, principalmente da Itália. A Itália era o coração do *Grand Tour*. Tinha o acervo mais importante da cultura antiga e moderna (ruínas de Roma, igrejas, obras de arte) e, diferentemente da França, não rivalizava com a Inglaterra. A partir do século XVIII, a Itália passaria a ser procurada não só por seus atrativos culturais, mas também pelos sensoriais, que começavam a ganhar importância: clima mediterrâneo, cores alegres, população afável, suposta disponibilidade de mulheres.

Até o século XVIII a maioria dos participantes do *Grand Tour* era composta por jovens aristocratas ingleses do sexo masculino. A Inglaterra era então um país muito rico, com grupo substancial de pessoas pertencentes aos estratos sociais mais elevados. Ao mesmo tempo, a elite britânica sentia necessidade de sair da ilha e conhecer o continente para estar plenamente educada.

Na segunda metade do século XVIII já haviam sido feitas melhorias em muitas estradas. Viajava-se ainda de carruagens, pelo sistema *post*, ou em diligências (mais baratas e populares). Havia travessias regulares do Canal da

Mancha e despontavam alguns serviços para o turista (por exemplo, arranjos de transporte pelo continente), assim como guias impressos. Todavia, as viagens eram feitas sem precisão: havia atrasos por mau tempo, problemas na alfândega (corrupção), medidas e moedas heterogêneas, exigência inconstante de passaportes e pouco conforto onde se parava e comia.

Em suma, entre os séculos XVI e XVIII, o *Grand Tour* foi um tipo de viagem pela Europa feito por jovens aristocratas europeus do sexo masculino, que iam buscar raízes e manifestações da cultura erudita ocidental e conhecer as maneiras da corte (principalmente a francesa, que era a mais sofisticada). Era uma viagem inacessível à maioria da população, de pouco conforto e demorada (seis meses a um ano) para os padrões atuais.

Na virada para o século XIX ocorreu uma mudança de sensibilidade que afetou os tours realizados. Entre as características dessa nova sensibilidade podemos citar o romantismo, a busca do pitoresco (note-se que o termo em inglês é *picturesque* – o que fica bem em uma *picture*), a valorização da natureza e não só dos frutos da atividade humana. A imagem do bom selvagem de Rousseau é o epítome dessa mudança. E começou a ser feito turismo nos cenários das histórias dos romances: Alpes (poesia de Goethe), Suíça (Guilherme Tell), Escócia (Walter Scott).

Após 1815, o *Grand Tour* foi reeditado na Europa. Seguiam-se ainda as rotas conhecidas para Paris e para a Itália, mas havia muitas novidades. Em primeiro lugar, muito mais gente estava viajando. Entre essas pessoas incluíam-se mulheres e famílias. Os viajantes vinham de outra classe social (média-alta) e de outros continentes: os norte-americanos começaram a aparecer nesse tour na segunda metade do século XIX. Um período de prosperidade na Europa e nos EUA após a Revolução Industrial e uma renda que não ficava concentrada em proprietários de terra tornaram isso possível.

A estrutura de hospedagem na Europa naquela época já continha alguma variedade de acomodações no século XIX. Novas hospedarias tinham surgido, mas a preferência dos viajantes recaía sobre casas (inteiras ou partes delas) mobiliadas dos nobres (Paris, Florença, Roma). Eram relativamente baratas, tornando-se muito convenientes para quem fazia viagens mais demoradas.

Na primeira metade do século XIX, a duração dessas viagens era de dois a três meses, no mínimo, e em geral de seis meses a um ano. Entretanto,

surgiram melhorias no transporte: barcos a vapor, estradas melhores na Europa, graças a Napoleão. Na segunda metade do século, o advento das estradas de ferro causou uma revolução nos transportes, trazendo rapidez e baixo custo às viagens. Elas foram construídas na França, no Reino Unido, nos Países Baixos, Estados alemães e nos Estados Unidos.

A velocidade maior tornou a visão das paisagens menos interessante e abriu oportunidades de negócios para livreiros e editores, que passaram a oferecer leitura de bordo aos viajantes e assim aumentaram muito seu volume de negócios. Diversas editoras famosas ainda hoje (Hachette, por exemplo) nasceram e cresceram nessa época. A possibilidade do turismo de massa passou a tomar forma. O turismo de praia começou a desenvolver-se na França e no Reino Unido. Surgiram os guias de viagem.

O roteiro do *Grand Tour* permaneceu ativo, e os americanos lhe acrescentaram Londres. Paris continuava a ser o destino mais procurado, mais ainda após a reforma urbana de Haussman, que transformara uma cidade barroca em uma metrópole capitalista, com espaço para a circulação de pessoas e de mercadorias, com museus abertos ao público, uma vida social formal baseada em salões e uma vida social informal que se desenvolvia nos cafés, *boulevards*, na *Opera*, nos *Champs Elysées*. A grande novidade da época, conforme nos revela Withey (1997), era comer fora: começavam a aparecer os restaurantes.

Essa autora nos mostra finalmente que os EUA tiveram, como equivalente do *Grand Tour*, o *Fashionable Tour*, que teve um *boom* nas décadas de 1820 e 1830, graças à prosperidade econômica, à paz, a uma distribuição da renda entre um número razoavelmente grande de pessoas, a melhorias no transporte e à beleza natural que o país tinha como atrativo.

Além dos meios de transporte, houve melhora na hospitalidade, com a construção de hotéis grandes e luxuosos – diferentemente da Europa, onde se desenvolvera uma tradição de pequenos hotéis – alguns dos quais tornaram-se eles próprios, destinos de viagem.

Os destinos mais procurados criaram um roteiro-padrão, com contornos definidos pelo que o público queria ver. Segundo Withey, cenários pitorescos, evidências do crescimento dos EUA e instituições que eram diferentes das européias: prisões, moinhos, minas, igrejas. A paisagem era outra, mas os interesses dos viajantes e o vocabulário que eles usavam

para descrever sua experiência eram similares às tradições do *Grand Tour* europeu.

Em ambos os casos, o desenvolvimento das estradas de ferro, do transporte fluvial (lacustre) e marítimo (no caso dos EUA) e de outras estradas foi fundamental para a expansão do turismo de massas.

O pioneirismo de Thomas Cook abriu caminho para o turismo como atividade econômica para um mercado de massas e organizado em pacotes. Porém, o mercado de massas ‘explodiu’, de fato, apenas após o final da Segunda Guerra Mundial. Isto porque ele se desenvolveu como parte de uma sociedade de produção e consumo de massas, em que surgiram férias pagas e o uso do tempo livre foi-se tornando objeto de mercantilização.

É importante observar que o turismo de massa tem entre seus objetivos fugir de um trabalho desagradável e estressante, no entanto, segundo alguns autores ele reproduz nas excursões que se realizam no momento do lazer dos participantes o mesmo ritmo do trabalho industrial (ADORNO, 1973).

Turismo no Brasil

No Brasil, o turismo começou a se desenvolver em moldes massivos há muito menos tempo que no chamado Primeiro Mundo, e a academia passou a vê-lo como objeto legítimo de interesse há menos tempo ainda. Assim, se em relação ao Primeiro Mundo já existe uma ampla literatura, cujos inícios estão na década de 1870, o mesmo não se pode dizer do Brasil, onde os primeiros textos vieram à luz cerca de cem anos depois (REJOWSKI, 2000). Há ainda poucos dados resultantes de pesquisa sistemática e confiável.

Para se conhecer a evolução do turismo aqui, portanto, é preciso reunir fragmentos de uma história que ainda não foi contada por escrito de maneira sistemática. Além dos dados e da cronologia já disponíveis na bibliografia específica existente (LAGE; MILONE, 2000; TRIGO, 2000; entre outros), muitas vezes é preciso usar informações que se encontram esparsas em trabalhos diversos, que foram elaborados em outras áreas disciplinares ou até mesmo com finalidade literária. É nesses termos que se está trabalhando na presente pesquisa, cujo objetivo é iluminar momentos-chaves dessa evolução no Brasil, para melhor entender sua problemática, bem como as perspectivas e oportunidades que se abrem nesse setor de atividade.

Os resultados preliminares de nossa pesquisa já detectaram alguns

desses momentos.

Durante o período colonial, o Brasil foi objeto de diversas visitas de estrangeiros. Mas não se pode ainda falar em nada parecido com o turismo moderno. Tampouco tinham essas viagens qualquer semelhança com o *Grand Tour* europeu. Eram exploradores, funcionários da Coroa portuguesa que visavam garantir a posse do território (SILVA, 1996) e alguns cientistas que queriam conhecer nossa fauna e flora e eventualmente os índios (a maior parte dos viajantes naturalistas, no entanto, veio para o Brasil no início do século XIX).

Cada viajante fazia um roteiro diferente, a duração variava, a fonte de financiamento das viagens também. Não existia uma aristocracia residente no Brasil. Em comum com o *Grand Tour* havia apenas o objetivo de "conhecer o mundo".

No século XIX, o Brasil sofreu uma grande transformação, após se tornar a sede da corte real em 1808. A partir de então teve uma aristocracia residente. Quando a corte chegou, não havia ainda nenhuma estrutura turística, nem mesmo de hospitalidade. Foi um grande problema encontrar onde alojar os recém-chegados. Contudo, a

corte, as embaixadas estrangeiras, o comércio marítimo, as escalas contínuas de viajantes que cruzam o Atlântico Sul, a chegada de profissionais europeus, engendram no Rio de Janeiro um mercado de hábitos de consumo relativamente europeizados, num ultramar ainda pouco ocupado por essas 'falsas Europas' (a expressão é de Fernand Braudel), pelas áreas de povoamento europeu mais tarde implantadas na Argentina, na África do Sul e na Austrália. (ALENCASTRO, 1997, p. 35-36).

O fim do tráfico em 1850 liberou divisas (antes destinadas à compra de escravos) que passaram a ser usadas na importação de bens de consumo supérfluos, tais como relógios de algibeira, jóias, pianos, cavalos de raça para passeios, os quais eram vendidos a membros da corte e pessoas ricas de zonas rurais próximas. (ALENCASTRO, 1997, p. 37-38)

Estabeleceu-se também em 1850, uma linha regular de navios a vapor entre Liverpool e o Rio de Janeiro. Com isso, "o tempo imperial entra em sincronia com o tempo da modernidade européia" (ALENCASTRO,

1997, p. 38). As viagens levavam 28 dias. Além disso, a corrida do ouro na Califórnia e a ausência do canal do Panamá (que só foi aberto em 1914) faziam com que o acesso à costa oeste dos EUA se desse por terra através de um trecho na América Central ou contornando-se por mar a América do Sul. Isso fez da Bahia e do Rio de Janeiro freqüentemente locais de escala.

A moda no país passou a ser ditada pela corte do Rio de Janeiro no século XIX, que aprovava ou não novidades nacionais ou importadas, do mesmo modo que a corte francesa o fizera em relação a outras cortes européias (ALENCASTRO, 1997, p. 50-51). Assim, o piano entrou na moda entre a elite e a ópera também.

Em 1748, fora inaugurada a Ópera dos Vivos, primeira casa teatral do Brasil (TRIGO, 2000, p. 55), no Rio de Janeiro. O Teatro Municipal foi construído com arquitetura que é réplica da Ópera de Paris. Em meados de 1840, uma trupe italiana, falida, introduziu o Carnaval Veneziano nos salões do Rio de Janeiro com máscaras e figuras da Commedia dell'Arte, como pierrô, colombina e arlequim. O entrudo popular ficou na rua e o carnaval nos salões fechados, como marca de distinção social (ALENCASTRO, 1997, p. 53). Na década seguinte, a classe média começava a fazer os desfiles de carros alegóricos no Rio. E em 1872 surgia no Rio o primeiro rancho de Carnaval, formado por baianos desempregados. Esboçava-se o desenvolvimento de uma das maiores atrações turísticas do Brasil contemporâneo. Naquela época foi feito o primeiro recenseamento do país, que contou 9.930.478 habitantes (TRIGO, 2000, p. 57-58).

Na corte, de outro lado, “o início da iluminação a gás na parte central da cidade atrai para fora de suas casas – para os cafés, as confeitarias e os restaurantes – as famílias que antes só se expunham ao olhar público nas missas dominicais e, às vezes, nos teatros”. E a partir de 1860 a iluminação a gás também foi-se impondo nas casas, primeiro nas mais ricas e depois nas outras. No ambiente iluminado dos interiores “a aparência individual deveria revestir-se de novos atributos estéticos”. Muitas roupas e acessórios seriam importados da Europa e dos EUA para o Rio. A aparência racial também era importante. Assim, as perucas brancas entraram em moda na corte do Rio quando já caíam em desuso na Europa e nos EUA: serviam para esconder os cabelos pixains. (ALENCASTRO, 1997, p. 84-86).

As mudanças ocorridas após a chegada da família real incluíram, entre outras benfeitorias no Rio de Janeiro, desde a abertura do Jardim

Botânico e do Museu Real, em 1808, até a implantação do Observatório Astronômico, em 1827, passando pela criação da Real Biblioteca Nacional (1810), do Museu Nacional (1818) e do Arquivo Nacional (1824). E em 1829 foi inaugurada a primeira exposição de Belas Artes. (TRIGO, 2000, p. 56).

No início do período republicano, o túnel Velho de Botafogo a Copacabana deu acesso às praias de mar aberto da zona sul. Foi criada ainda a Academia Brasileira de Letras (1897) e em 1912 o bondinho do Pão de Açúcar começou a operar (TRIGO, 2000, p. 58). O Rio foi emergindo como destino turístico, dentro da busca de paisagens bonitas que norteava as viagens do século XIX no Primeiro Mundo.

Começaram a se desenvolver novas formas e locais de sociabilidade nos trópicos. E também uma estrutura de hospitalidade. Ainda na primeira metade do século XIX foram criados o Hotel Pharoux, que seria um “importante centro de reuniões no Segundo Império” (MAUAD, 1997, p. 189), e o Hotel Itália (sic), aos quais se seguiram outros, de modo que em 1858 já havia quase duzentos estabelecimentos. No início do século XX foi inaugurado o Hotel Avenida (1908) e em 1923 o mais famoso do Rio, o Copacabana Palace, para hospedar o rei Alberto I da Bélgica. (TRIGO, 2000, p. 154).

Os primeiros restaurantes foram criados no Rio por volta de 1800. Eram casas simples, que funcionavam de acordo com o sistema de subscrição. Cada subscritor tinha direito a ir lá uma vez por semana jantar, pagando um preço fixo. Em 1809 apareceu a primeira casa sofisticada de subscrição, com cardápio francês e ambientes fechados. Em 1816 foi inaugurado um restaurante aberto ao público, dentro de um hotel, com nome francês: Royaume du Brésil. Mais para o final do século apareceram novos restaurantes, assim como bares, confeitarias e leiterias. (TRIGO, 2000, p. 174-176).

Em São Paulo, então mais provinciana que o Rio, essas mudanças ocorreram mais tarde, com os hotéis surgindo apenas no final do século XIX. Os restaurantes foram inicialmente locais mal falados, não freqüentados por famílias, mas aos poucos essa mentalidade foi mudando. Na década de 1920, o setor já começou a se organizar, com a criação da União dos Proprietários de Hotéis e Restaurantes, Bares, Confeitarias, Cafés e Casas Congêneres de

São Paulo, que serviu de base para um sindicato, fundado posteriormente. (TRIGO, 2000, p. 154).

A partir de 1847, a família imperial passou a veranejar em Petrópolis, mas isso se deu como forma de fugir das epidemias que assolavam o Rio de Janeiro no verão. Não havia esgotos na cidade e a quarentena dos recém-chegados nos portos ficara prejudicada com o tráfego a vapor regular.

Nesse contexto Petrópolis surgia como uma solução de sanitário urbano, como uma medida profilática em benefício da família real e da elite da corte; dado que era impossível sanear o Rio no verão, tempo de todos os perigos, o imperador e seus próximos batiam em retirada, mudavam-se para a montanha. (ALENCASTRO, 1997, p. 68).

É, pois, bizarra a origem do turismo da corte real no Brasil, a nossa aristocracia, em meados do século XIX. A política de saneamento da cidade teve início apenas em 1903, com Oswaldo Cruz. Essa política e a reforma urbana, inspiradas em Haussman, remodelaram o centro da cidade, criando novos espaços de consumo conspícuo e de lazer, como as vitrines de cristal e mármore da Av. Central, onde eram exibidos artigos importados de Paris (SEVCENKO, 1997).

No início do século XX, a preocupação com a saúde, o culto aos esportes (primeiro regatas, depois futebol) e depois à beleza e boa forma física tornaram-se importantes para o desenvolvimento das estâncias climáticas e termais e das praias. A Primeira Guerra, inviabilizando os destinos europeus para os endinheirados, ajudou o desenvolvimento do turismo interno. Beneficiários da economia do café com leite e políticos do Rio de Janeiro encontravam-se em estâncias como Poços de Caldas, em Minas Gerais. (SEVCENKO, 1997, p. 559-565).

Os anos 1920 assistiram à criação das primeiras companhias de transporte aéreo, nenhuma das quais existe atualmente. Em 1926 foi fundada a Cruzeiro do Sul; logo depois, a Varig; em 1930, a Panair; em 1934, a VASP. Além disso, em 1931 foi criado o Departamento de Aviação Civil (DAC), e em 1936 os aeroportos Santos Dumont (Rio) e Congonhas (São Paulo) entraram em operação.

Após as primeiras empresas aéreas, surgiram muitas outras, como a Sadia (1955) e a TAM (1961). A maioria delas, porém, não perdurou por muito tempo, falindo ou fundindo-se a outras no processo de centralização do capital que ocorreu no país. Assim, em 1951 havia 52 empresas aéreas operando no Brasil; em 1953 existiam 32; em 1957 funcionavam 17; e em 1961 operavam apenas seis empresas nacionais. (TRIGO, 2000, p. 91-95). De todas elas, em 2008 apenas a TAM sobrevive, junto com a Gol, criada muitos anos depois.

Outros fatores contribuíram para o desenvolvimento do turismo no país, como o surgimento do automóvel. O primeiro a entrar no país foi um Peugeot, trazido por Santos Dumont em 1891, mas seu impacto só ocorreu mais adiante. As leis trabalhistas, que nos anos 1930 passaram a incluir o direito a férias anuais, também foram um motor significativo.

A pesquisa está em andamento, mas a partir dos indícios já recolhidos, a foi nos anos 1950 que o turismo começou a se organizar como atividade econômica mais estável, acompanhando a onda de rápida modernização do país, mas isso ocorreu de modo ainda bastante empírico, assim como se deu com os primeiros canais de televisão e algumas das primitivas cadeias de jornais.

De fato, como se sabe, o Brasil entrou tardiamente processo de modernização, pois sua industrialização se deu também de forma tardia. Iniciada no final do século XIX, em meio à economia do café, ela se desenvolveu bastante no século XX, entre as décadas de 1930 e 1950, dentro do padrão que Mello e Novais (1998) chamaram de industrialização restringida. No período do governo Kubitschek (1956-60) essa industrialização se completou com a instalação da indústria pesada, com a melhoria e aumento das estradas de rodagem, a construção naval e a indústria automobilística, entre outras.

Com o re-ordenamento político do país em 1964, e a gestão do período recessivo de 1962 a 1967, o Brasil viveu um processo de modernização acelerada e por via autoritária, compatível com uma dinâmica de acumulação capitalista industrial. Nesse período criou-se um tripé entre empresa privada nacional, empresa multinacional e Estado, gerido por este último, que dividia o trabalho de forma solidária (embora não isenta de conflitos). A Embratel e a Embratur datam desse período (1965-66).

O ciclo seguinte, conhecido como “milagre econômico”, prolongou-se até meados dos anos 1970 e já se deu novo padrão.

Nele, o turismo se desenvolveu mais, na medida em que, por processos de redistribuição de renda entre os assalariados, e queda de custos de transporte, as classes médias passaram a ter um padrão de vida mais afliente do que antes, gerando, junto com as elites, uma demanda para consumo conspícuo, de produtos e serviços de luxo ou “não-essenciais”. A necessidade de recursos humanos qualificados para essa área fez-se sentir com mais premência e começaram a surgir os primeiros cursos universitários de Turismo no início da década de 1970. Os cursos técnicos vêm crescendo, mas os de nível superior têm enfrentado dificuldades para definir claramente seu foco.

Os anos 1980 foram de crise e a década seguinte marcou a abertura do país para o exterior. No caso do turismo, a globalização levou a uma internacionalização sem precedentes da estrutura de hospitalidade e de transportes. As grandes cadeias de hotéis se estabeleceram no país, novas companhias aéreas passaram a operar em nossos aeroportos e grandes empreendimentos ainda estão sendo feitos no século XXI. Com a internet, a competição atingiu as agências e operadoras, e foi globalizada em todos os setores do turismo. Esse fato desencadeou uma verdadeira revolução na chamada cadeia produtiva do turismo: se antes cada elo da cadeia – agências, hotéis, operadoras, companhias aéreas – tinha seu papel específico, começou a haver uma espécie de invasão de área de atuação dos elos mais fracos por elos mais fortes. Por exemplo, a maioria dos chamados pacotes de viagem eram vendidos ao consumidor final pelas agências de turismo (que são um elo fraco da cadeia produtiva, pois são empresas pequenas e em grande número) eles passaram a ser vendidos diretamente pelas operadoras também (antes elas apenas construíam os pacotes de viagem). Se antes as agências recebiam uma comissão das companhias aéreas para cada passagem vendida, isso deixou de ocorrer, mais que isso, as empresas aéreas passaram a concorrer diretamente com as agências, vendendo as passagens diretamente, através do telefone e principalmente, da internet. E assim por diante. Existe portanto no momento uma necessidade urgente de essa cadeia produtiva se reorganizar.

Na nova divisão internacional do trabalho que se vem criando na sociedade pós-moderna, o turismo foi colocado como prioridade estratégica pelo governo Lula, mas outras oportunidades de inserção do Brasil na

economia global vêm se esboçando. Ao mesmo tempo, a competição internacional significa que temos de encontrar um patamar de qualidade de serviços de nível internacional, se quisermos aproveitar essa oportunidade.

De qualquer modo o turismo de massa implantou-se no Brasil. Mais um aspecto da cultura de massas aqui se consolidou.

E apesar de previsões pessimistas em relação ao desenvolvimento futuro do turismo brasileiro, – que levavam em conta a participação relativa do Brasil no mercado mundial de turismo (LAGE; MILONE, 2000), há lugar para otimismo, se for considerado o ritmo de novos empreendimentos que vêm sendo inaugurados mais recentemente e com isso o desenvolvimento do turismo no Brasil atual, quando comparado com o de alguns anos atrás.

Referências

ADORNO, Theodor W. 1973. *Consignas*. Buenos Aires: Amorrortu.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. 1997. Vida privada e ordem privada no Império. In: _____ (Org.). *História da vida privada no Brasil*, 2: Império, a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Cia. das Letras. p. 12-93. (Coleção dirigida por Fernando A. Novais).

BARRETO, Margarita. 1998. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas: Papirus.

BRAUDEL, Fernand. 1992. *Civilization and capitalism, 15th-18th century, I: the structures of everyday life*. Berkeley, CA: University of California Press.

DE LA TORRE, Oscar. 1992. *El turismo, fenómeno social*. Mexico: FCE.

FRIDGEN, Joseph D. 1996. *Dimensions of tourism*. East Lansing, MI: Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.

LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo C. (Orgs). 2000. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas.

MAUAD, Ana Maria. 1997. Imagem e auto-imagem no Segundo Reinado.

In: ALENCASTRO, L. F. (Org.). *História da vida privada no Brasil*, 2: Império, a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Cia. das Letras. p. 181-231. (Coleção dirigida por Fernando A. Novais).

MELLO, João Manuel C.; NOVAIS, Fernando A. 1998. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia M. (Org.) *História da vida privada no Brasil*, 4: contrastes da intimidade contemporânea. p. 559-658. S. Paulo: Cia. das Letras. (Coleção dirigida por Fernando A. Novais).

REJOWSKI, Miriam. 2000. *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional X situação brasileira*. 4. ed. Campinas: Papirus.

SEVCENKO, Nicolau. 1997. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: _____ (Org.). *História da vida privada no Brasil*, 3: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Cia. das Letras. p. 513-619. (Coleção dirigida por Fernando A. Novais).

SILVA, Maria B. N. da. 1996. *Vida privada e quotidiano no Brasil na época de D. Maria I e de D. João VI*. Lisboa: Estampa.

TASCHNER, Gisela. 1996. Raízes da cultura do consumo. *Revista USP*, São Paulo, n. 32, dez. 1996/ jan.-fev. 1997, p. 26-43.

TRIGO, Luiz G. 2000. *Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil*. São Paulo: SENAC.

URRY, John. 1999. *O olhar do turista*. São Paulo: Studio Nobel; SESC.

VALLS, Josep F. 1996. *Las claves del mercado turístico*. Bilbao: Deusto.

WITHEY, Linne. 1997. *Grand tours and cook's tours: a history of leisure travel 1750 to 1915*. New York: William Morrow.