

## RESUMO EXPANDIDO

### TURISMO RURAL E SUSTENTABILIDADE: o caso de municípios do Espírito Santo

*Telma Mara Bittencourt Bassetti*

#### Referência:

SANTOS, Telma Mara Bittencourt Bassetti. *Turismo rural e sustentabilidade: o caso de municípios do Espírito Santo*. 2004. 98 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004.

#### Espaço e turismo

O turismo é caracterizado como um fenômeno econômico, político, social e cultural, dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, em nível mundial, um volume enorme de pessoas e de capital, e, cada vez mais significativamente, cria e recria espaços diversificados. Para Remy Knafou (1999), o turismo é uma atividade cada vez mais difícil de ser avaliada, oscilando entre uma sub e supervalorização que varia conforme a origem da avaliação e o interesse dos avaliadores. Para o autor, subestimar o peso do turismo está relacionado à utilização de equipamentos (transportes, hospedagens, restaurantes etc) cujo monopólio não lhe pertence; à freqüente sazonalidade, subentendendo-se mão-de-obra itinerante, difícil de ser analisada; aos muitos trabalhos indiretos implícitos; à opacidade fiscal e aos próprios turistas, que como qualquer população em movimento, são difíceis de serem contabilizados. Embora existam estimativas de fluxos turísticos feitos pelas mais diferentes organizações públicas ou privadas.

Por outro lado, Knafou (1999) argumenta que os mesmos motivos mencionados podem ser a razão da supervalorização da atividade turística. Além destes, o autor justifica a supervalorização do turismo pela avaliação generosa da utilização turística dos instrumentos comuns (estradas, trens, aviões, hotéis, restaurantes etc), e, sobretudo, “porque as definições

internacionais tendem a propor definições amplas, que englobam atividades que, fundamentalmente, não são do turismo, como por exemplo, o ‘turismo de negócio’, que é a utilização, sob forma de lazer, de um aparelho principalmente turístico” (1999, p. 63).

Adyr Balastrieri Rodrigues (1999) argumenta que os espaços de vocação turística são facilmente identificados, a exemplo dos parques nacionais, que, embora o turismo seja uma atividade intensamente explorada não foi ela que produziu esses lugares. Em contrapartida, existem espaços produzidos para e pelo turismo, apesar da ausência de vocação turística. E outros ainda que se comportam como pólos emissores exercendo papel de captação e distribuição da demanda turística.

Milton Santos (1985) propõe entender o espaço como um conjunto imbricado de objetos geográficos, naturais e artificiais, cujo conjunto é dado pela natureza e às funções atribuídas a esses objetos pela sociedade. Para Santos, a essência do espaço é social. Assim, segundo o olhar de Santos, “temos paralelamente, de um lado, um conjunto de objetos geográficos distribuídos sobre um território, sua configuração geográfica ou sua configuração espacial e a maneira como esses objetos se dão aos nossos olhos, na sua continuidade visível, isto é, a paisagem; de outro lado, o que dá vida a esses objetos (...) são todos os processos sociais representativos de uma sociedade em um dado momento” (1985, p. 2).

É preciso considerar que o turismo praticado no espaço seja ele rural ou urbano, obedece a critérios especificamente capitalistas tendo em vista que a atividade está submetida ao universo do consumo do e no espaço. Nesta direção o turismo em sua enorme complexidade exerce incidências territoriais específicas nos espaços em que, direta ou indiretamente, estão relacionados a essa atividade.

Arlete Moysés Rodrigues (1999) considera que o turismo produz espaços delimitados e espacialmente destinados a consumos específicos através do conjunto de serviços que passam a fluir neste mesmo espaço, agora mundializado e globalizado. Moysés (1999) destaca que o perigo da apropriação da paisagem e da cultura transformadas em atrativos turísticos pelo *marketing* e redes de comunicação é a homogeneização dos espaços turísticos. A autora alega que na tentativa de agradar o turista e melhorar a qualidade dos serviços,

muitos deles são adequados às necessidades de consumo dos turistas, correndo o risco de perder suas características intrínsecas, sua identidade, tornando comum o diferente que, inicialmente, serviu como atrativo.

Os novos espaços de turismo consomem-se destruindo e produzindo e são válidos para os espaços rural e urbano. O turismo se alimenta do diferente e da criação progressiva de novas necessidades de consumo. Assim, o discurso funcionalista que limita a realização do lazer ao tempo livre do trabalho insiste em divulgar as necessidades criadas pelo mercado como necessidades humanas acessíveis a todos. Por isso vai-se ao campo para fugir da correria da cidade e da urbanização que oprime o homem citadino com preocupações e responsabilidades. O campo como espaços específicos de lazer surge para atender necessidades específicas para um grupo de pessoas também específicas: o turista.

### **Cidades em competição**

Em função da globalização e dos desdobramentos da construção da nova ordem mundial, as cidades passam por uma redefinição de seus papéis. Segundo David Harvey (1996), em todo o mundo capitalista avançado as cidades passaram a ser vistas como grandes empresas e como tal, a competição entre elas deveria refletir a competição das empresas, que, na busca por incrementos de produtividade, procurariam se situar nas localidades que mais oferecessem condições materiais, sociais e institucionais para seu desenvolvimento.

Para Harvey, trata-se de um novo empresariamento que tem como característica central a parceria público-privado e esta parceria é empresarial porque, tanto o planejamento quanto a execução desta parceria tem cunhos especulativos e, portanto, sujeitas aos riscos inerentes aos empreendimentos imobiliários sem planejamento. Neste caso, é como se o público assumisse os riscos e o privado os benefícios. Este novo empresariamento das cidades tem como foco de atenção muito mais a economia política do local do que do território, entendido por Harvey como “tipos de projetos econômicos (de habitação, educação etc) concebidos primordialmente para promover melhorias nas condições de vida ou de trabalho em uma determinada jurisdição” (1996, p. 53).

Chamadas de cidades-globais, as características que identificam estas cidades e o lugar que elas ocupam neste contexto, para Rose Compans, constituem uma espécie de “paradigma, um objetivo a ser perseguido por todas as localidades que pretendam inserir-se nos fluxos econômicos globais”. Este paradigma é definido pela autora como

tendências à especialização financeira e de serviços avançados nas cidades; do papel determinante das telecomunicações para a centralização das funções de comando e controle sobre uma rede de fluxos econômicos em escala planetária; e da ligação entre o local e o global sem a intermediação do regional ou do nacional (1999, p. 97).

E ainda,

a disseminação deste paradigma estimula a competição interurbana e um mercado de modelos de gestão, que são ofertados por consultores internacionais interessados em divulgar experiências supostamente de sucesso, e demandados por administrações municipais interessadas em promover o desenvolvimento econômico local, pelo cumprimento de uma agenda “estratégica” com a qual possam assegurar a inserção competitiva de suas cidades (1999, p. 91).

Os projetos econômicos repercutem mais localmente segundo interesses locais e não alcançam os interesses de todos os moradores da cidade. Dentre as formas diferentes de empresariamento das cidades citadas por Harvey (1996), a que nos interessa para o momento é o aumento da competitividade urbana a partir da divisão espacial do consumo turístico. Mais que tentar atrair dinheiro através de atrativos turísticos, para ele

a competição, nesses casos, se torna cada vez mais frenética na medida em que os consumidores que possuem dinheiro têm oportunidade de ser muito mais seletivos. Os investimentos, no intuito de atrair o consumo, paradoxalmente se aceleram como reação à recessão generalizada: cada vez mais se concentram na qualidade de vida, na valorização do espaço, na inovação cultural e na elevação da qualidade do meio urbano (...), nos atrativos de consumo (estádios esportivos, centros de convenções, shopping centers, marinas, praças

de alimentação exóticas), entretenimento (organização de espetáculos urbanos temporários ou permanentes) se tornaram facetas proeminentes da renovação urbana. Acima de tudo, a cidade tem que parecer como lugar inovador, excitante, criativo e seguro para viver, visitar, para jogar ou consumir (1996, p. 54).

Compans afirma que “invariavelmente, a imagem que se tenta construir é a de uma cidade empreendedora, socialmente integrada, que oferece qualidade de vida e um ‘clima’ favorável aos negócios” (1999, p. 109). Entretanto, na tentativa de tornar-se competitiva, a cidade que seria por direito para todos os cidadãos volta-se para o consumo de poucos e poucos se beneficiam dela. Os investimentos locais, embora beneficiem a população local, são paliativos e se voltam para a construção de signos em detrimento das melhorias de infra-estruturas urbanas e acesso a serviços públicos.

### **Cidades voltadas para o olhar do turista**

As melhorias nas cidades, quando acontecem, também são localizadas e comumente norteiam os símbolos destinados ao consumo da elite, seja ela local ou turística. A efemeridade dos signos e a necessidade de construir outros são justificadas pela própria característica do consumo que é insaciável e fugaz. É o efeito da maquiagem que esconde o que não é para ser visto; voltado para o olhar do turista, para o que o agrada<sup>1</sup>. Daí as fachadas, os canteiros, as pinturas, enfim, melhorias aparentes que não geram benefícios iguais para todos, mas que produzem recortes da cidade e tentam representá-la como um todo.

Segundo John Urry (1996), essas imagens construídas são intencionalmente direcionadas para o olhar do turismo e para aspectos da paisagem que separam o turista de suas experiências cotidianas. Para o autor, o direcionamento do olhar do turista implica, freqüentemente, diferentes formas de padrões sociais, com uma sensibilidade aguçada voltada para os elementos visuais da paisagem que se contrastam com sua vida rotineira. Para Urry, “as pessoas se deixam ficar presas a esse olhar, que então é visualmente objetificado ou capturado através de fotos, cartões-postais, filmes, modelos etc” (1996, p.18).

O direcionamento da paisagem, de alguns espaços, para o olhar do turista, leva-nos a pensar sobre o que pode ou não ser visto na cidade turística. O que nos é permitido ver e o que nos é proibido observar.

Afastar do olhar turístico<sup>ii</sup> os problemas da cidade e escondê-los pode, de imediato, favorecer o desenvolvimento da atividade turística. Entretanto, concomitantemente, esta segregação do espaço pode comprometer seriamente a vida dos residentes, uma vez que os investimentos locais priorizam a construção de signos em detrimento das melhorias de infra-estruturas e acessos a serviços públicos. As melhorias, quando acontecem, também são localizadas e comumente norteiam os símbolos destinados ao consumo da elite, seja ela local ou turística. Essa é uma visão equivocada, pois quando as infra-estruturas e a sociedade como um todo (empregos, segurança, saúde etc) estão resolvidos, isso também se torna um fator de atratividade turística.

### **Turismo e desenvolvimento**

O debate acerca do turismo neste trabalho perpassa duas questões que se imbricam: a implementação do turismo nas cidades como aporte para o desenvolvimento e os efeitos que este desenvolvimento desprovido de planejamento pode promover nestes mesmos lugares. Sem, contudo, atribuir ao planejamento a responsabilidade que não lhe cabe, a saber, minimizar as desigualdades sociais a partir do turismo.

É sabido que o turismo enquanto atividade econômica representa atualmente uma das mais importantes formas de reprodução de capital e de captação de divisas no comércio internacional. Diante da possibilidade de atrair fluxos financeiros, a implementação do turismo como aporte para o desenvolvimento seduz governos e cidades que vêem nesta atividade uma oportunidade alternativa para o desenvolvimento. No mesmo sentido, Ariza da Cruz falando sobre o turismo no Nordeste brasileiro diz que “um dos grandes equívocos decorrentes da criação artificial da imagem de ‘paraíso tropical’ consiste na mitificação da atividade turística, que passa a ser vista como única possibilidade de redenção econômica do

lugar: para residentes e para visitantes o turismo tem sido visto como ‘única saída’ para o Nordeste” (1997, p. 218).

O tão almejado desenvolvimento das cidades a partir do turismo atribui a esta atividade um valor e responsabilidade que por si só ela não tem. O modelo de turismo a ser implementado pode indicar, e talvez determinar, suas conseqüências, tanto para o ambiente quanto para a população residente. É preciso considerar sua complexidade e tratá-lo com devida seriedade. Para Adyr Balastreri Rodrigues “o turismo é, incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais” (1999, p.17), cujo significado está além de um fluxo de pessoas e, sobretudo, de ser limitado a uma atividade econômica. Para Rodrigues o turismo

é certamente um fenômeno complexo, designado por distintas expressões: uma instituição social, uma prática social, uma frente pioneira, um processo civilizatório, um sistema de valores, um estilo de vida – um produtor, consumidor e organizador de espaços -, uma “indústria”, um comércio, uma rede imbricada e aprimorada de serviços (1999, p.18).

A importância de ampliar o significado do turismo para além de uma atividade econômica está na limitação que qualquer atividade econômica encerra em si mesma no que diz respeito à promoção de mudança social. O turismo, enquanto atividade econômica não escapa à regra, e por isso, não consegue transformar a sociedade. Mas, corroborando a definição supracitada acerca do turismo, é preciso considerar que o turismo não é somente uma atividade econômica, prova disso é a importância que o poder público tem no desenvolvimento ótimo da atividade, uma vez que as infra-estruturas urbanas promovidas pelo poder público são condicionantes para este desenvolvimento e que as próprias políticas públicas são criadas com o objetivo de democratizar o acesso a bens e serviços. Nas palavras de Rodrigues, “de forma espontânea ou planejada o turismo está subordinado às políticas públicas, à iniciativa privada ou à parceria de ambas” (1999, p.17).

O turismo sustentável só acontece quando o turista é sustentável<sup>iii</sup>. Ora, delegar ao turista a responsabilidade de preservar o espaço visitado é a mesma coisa que delegar ao consumidor a responsabilidade pelo avanço do capitalismo. O turista nada mais é do que um consumidor, como podemos perceber a partir da afirmação de Dóris Ruschmann

em quase todas as destinações turísticas tem-se constatado a falta de ‘cultura turística’ das pessoas que viajam, o que faz com que se comportem de forma alienada em relação ao meio em que visitam – acreditando não terem nenhuma responsabilidade na preservação da natureza e na originalidade das destinações. Entendem que seu tempo livre é ‘sagrado’, que têm direito ao uso daquilo que pagaram e, permanecendo pouco tempo (individualmente), julgam-no insuficiente para serem responsabilizados pelas agressões ao meio ambiente (1997, p. 10).

É preciso considerar que há um conflito implícito entre turistas e residentes. Como a infra-estrutura da cidade é planejada para os residentes, a partir de uma relação com a natureza e os recursos necessários à sua sobrevivência, a chegada do turista gera um conflito, pois o turismo implica numa redistribuição dessa infra-estrutura<sup>iv</sup>. O equívoco está nos valores diferenciados que turistas e residentes atribuem aos mesmos recursos (água, por exemplo). O residente precisa valorizar os recursos, pois depende deles para sobreviver; o turista, por sua vez, pretende, simplesmente, o consumo dos recursos. Este é o problema da sustentabilidade do turista, que também não se limita à capacidade de carga<sup>v</sup>, embora seja importante, mas que surge a partir do primeiro turista a freqüentar o lugar.

As infinitudes de motivos capazes de levar o indivíduo a deslocar-se são apropriadas pelo mercado e transformadas em demandas turísticas. Para absorver essa demanda as cidades se especializam através da utilização de seu ambiente natural ou da criação de espaços específicos, e competem com outras cidades na tentativa de atrair para si os fluxos financeiros proveniente desta atividade, como dissemos anteriormente. É neste contexto que está inserido o turismo em espaço rural. Considerado uma atividade alternativa ao turismo de massa, o turismo praticado em espaço rural nem sempre obedece às regras de sustentabilidade

no espaço onde se desenvolve. Ao contrário, acaba por reproduzir as mesmas características que o turismo praticado em qualquer outro lugar.

### **Turismo em espaço rural**

O turismo rural engloba modalidades múltiplas de tal maneira que elas não se excluem, antes se complementam. Assim, é mais apropriado referir-se à totalidade dos movimentos turísticos que se desenvolvem no meio rural com a expressão turismo no espaço rural ou em áreas rurais.

Das atividades turísticas que acontecem no espaço rural a que nos interessa para este trabalho é o agroturismo, definido por Portuguez “como a modalidade de turismo (...) praticado dentro das propriedades, de modo que o turista e/ou excursionista entra, mesmo que por curto período de tempo, em contato com a atmosfera da vida na fazenda, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais” (1999, p. 77).

A maioria das atividades que se apresentam como produtos turísticos do meio rural correspondem simplesmente a práticas de lazer dos cidadãos desenvolvidas fora das cidades, em espaços abertos, cujo meio rural serve apenas como base física. Neste âmbito, o espaço torna-se neutro para o consumo turístico que poderia se desenvolver a partir de outras modalidades, por exemplo: festas recreativas, competições esportivas etc. Nesta modalidade turística é preciso que o estabelecimento incorpore em sua paisagem elementos que remetam o turista ao espaço rural ou à agricultura. Daí os pesque-pagues, o andar a cavalo, o tirar leite da vaca.

Finalmente, mas não menos importante, o turismo no espaço rural engloba qualquer atividade de lazer em espaço rural, sem que haja obrigatoriamente, a presença dos elementos culturais atribuídos ao campo. Aqui estão os resorts de maneira geral. Essas atividades em áreas rurais, quando excluem as propriedades agrícolas da oferta turística, se confrontam com os princípios do turismo rural e, mais especificamente, do agroturismo e de seus objetivos de desenvolver essas áreas econômica e socialmente, envolvendo redistribuição equilibrada da

riqueza e, sobretudo, melhores condições de vida e das expectativas dos grupos sociais menos favorecidos.

### **Análise dos municípios escolhidos.**

Este trabalho teve como objetivo principal relacionar a atividade turística nos espaços rurais de alguns municípios turísticos do Espírito Santo com as condições de vida oferecidas pelos municípios aos seus residentes. O litoral capixaba é considerado o berço do turismo estadual, e ainda hoje, é a área de maior atração turística. Mas, o governo estadual vem se mostrando interessado em fomentar o turismo nas áreas serranas do estado de imigração italiana e alemã, a partir de seu atrativo natural e cultural, realizando o turismo no espaço rural ou agroturismo, em contraponto ao produto turístico sol e mar.

Nossa pesquisa está focada nos municípios Afonso Cláudio, Domingos Martins, Marechal Floriano e Venda Nova do Imigrante, porque apresentam aspectos geográficos semelhantes, são limítrofes e, apesar do potencial turístico comum, fazem diferentes usos de seu espaço pela atividade turística. Afonso Cláudio e Marechal Floriano são municípios com baixo fluxo turístico e Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante com altos fluxos turísticos, e considerados pelo senso comum no estado como importantes atrativos para a prática do turismo em espaço rural.

### *Crescimento populacional e fluxo turístico*

A variação do crescimento da população é essencialmente um fenômeno de médio e longo prazo de fundamental importância para a formulação de políticas públicas de natureza econômica, social e ambiental. A dinâmica do crescimento populacional permite o dimensionamento de demandas, tais como: o acesso aos serviços e equipamentos básicos de saúde e de saneamento, educação, infra-estrutura social, empregos etc.

Marechal Floriano e Venda Nova do Imigrante apresentaram um crescimento populacional urbano de 1991 a 2000 (Tabela 1). Em Afonso Cláudio houve um crescimento populacional entre 1991 e 1996 e uma pequena queda na população urbana de 1996 a 2000.

A queda populacional urbana em Domingos Martins entre 1991 e 1996 pode ser explicada pela emancipação de Marechal Floriano em 1991 que levou consigo uma população de 10.904 habitantes. Entretanto, o número de residentes em Domingos Martins voltou a aumentar em 2000 com 30.559 residentes (Tabela 1).

Afonso Cláudio se destacou pela diminuição de sua população rural entre 1991 a 2000. Esta queda pode indicar um êxodo em busca de oferta de empregos. Este motivo tanto pode ser causa de êxodo rural em alguns municípios quanto fator de atratividade em outros. O crescimento populacional progressivo em Domingos Martins e a queda populacional em Afonso Cláudio se contrastam. Domingos Martins tem se consolidado como um pólo atrativo do turismo, e esse crescimento populacional pode indicar que o município exerce uma atratividade para quem busca na atividade turística novas possibilidades de emprego. O fato de Domingos Martins ter a maior parte de sua população em área rural e os dados apontarem um crescimento populacional nesta área, indica que o município prioriza seu espaço rural no que diz respeito ao crescimento da atividade turística. Da mesma maneira, Marechal Floriano revela uma tendência em aumentar sua população rural.

Venda Nova do Imigrante apresentou um aumento populacional em área urbana entre 1991 e 2000 e uma queda populacional em área rural entre 1996 e 2000. O aumento populacional em área urbana indica que o município está se tornando mais urbano o que pode comprometer a atividade turística em área rural, na medida que ao urbanizar-se o município pode correr o risco de perder a demanda por seu principal atrativo, neste caso, o agroturismo. Outros fatores de crescimento populacionais são as festas organizadas pelos municípios para fomentar a demanda turística. Venda Nova do Imigrante tem um calendário turístico capaz de gerar uma demanda durante o ano inteiro. No mês de julho, alta temporada, ocorre três das principais festas da cidade com duração de três dias. Segundo estimativa da Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer (SETEL) (2003) na Festa de Emancipação e na Feira de Agropecuária, cerca de 20.000 pessoas circulam pela cidade. A festa mais famosa do município, Festa da Polenta, reúne cerca de 35.000 pessoas, capaz de lotar toda a rede

hoteleira estendendo as hospedagens às casas de famílias, que alugam quartos durante essas festas.

No litoral a concentração populacional em poucos dias, às vezes duplicando e até triplicando o número total de sua população, gera uma pane no sistema de abastecimento de água ocasionando a sua escassez para grande parte da população. Outra questão diz respeito à produção excessiva de lixo pelo grande número de turistas nesses espaços. No interior esses indicadores ainda não conseguem ser percebidos, já que as festas acontecem durante a noite em cidades de clima frio. Entretanto, pesquisas futuras poderão dar conta de investigar os efeitos da concentração de pessoas nessas cidades e seus efeitos na vida dos residentes.

Tabela 1: População residente por situação.

UF e Município	Total			Urbana			Rural		
	1991	1996	2000	1991	1996	2000	1991	1996	2000
Espírito Santo	2600618	2802707	3097232	1924588	2176006	2463049	676.030	626701	634183
Afonso Cláudio	40001	40233	32232	12374	14912	14463	27.627	25321	17769
Domingos Martins	35598	26130	30559	7650	5038	5820	27948	21092	24739
Marechal Floriano	-	10904	12188	-	4878	5270	-	6026	6918
Venda Nova do Imigrante	12036	14128	16165	5034	6253	9912	7.002	7875	6253

Fonte: IBGE – Censo Demográfico, 2000.

### *IDH-M*

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) é semelhante ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), mas não idêntico. Inclui as três dimensões do IDH (renda, longevidade e educação, com pesos iguais), mas com algumas adaptações para adequar o índice, concebido para comparar países à unidade de análise que é, neste caso, o município.

Os dados do IDH-M servirão como parâmetro para a hierarquização dos municípios escolhidos, entre eles e frente ao estado, nos aspectos englobados pelo índice. Pelo IDH-M,

Venda Nova do Imigrante ocupa o primeiro lugar entre os quatro municípios seguido de Marechal Floriano, Domingos Martins e Afonso Cláudio. No ano de 2000, o Brasil experimentou uma melhoria no IDH, cujo reflexo pôde ser visto nos municípios. Embora o IDH-M dos municípios escolhidos tenha aumentado e os quatro municípios tenham permanecido nas mesmas posições entre eles, Venda Nova do Imigrante saiu do 15º lugar no estado para o oitavo lugar; Marechal Floriano avançou sete posições, saindo do 27º lugar para o 20º; Domingos Martins, por sua vez, caiu três posições na classificação geral do estado, do 32º para o 35º lugar; e, finalmente, Afonso Cláudio permaneceu estável, tanto em relação aos quatro municípios, quanto em sua classificação no estado, ocupando o 49º lugar (tabela 2).

É possível observar (tabela 2) que Venda Nova do Imigrante e Marechal Floriano melhoraram as condições em relação à renda, longevidade e educação constantes do IDH-M, sendo que Venda Nova do Imigrante foi o município que alterou consideravelmente as suas condições.

Resolvemos decompor o IDH-M para saber se as partes que compõem este índice reproduzem a hierarquização do IDH-M. Nos aspectos da longevidade e educação a hierarquização entre os municípios escolhidos é a mesma. A renda per capita, por sua vez, é um aspecto diretamente relacionado à atividade turística, pois o turismo é uma atividade caracterizada pela prestação de serviços. Neste aspecto, a renda per capita, que é a razão entre o somatório da renda de todos os indivíduos (incluindo aqueles com renda nula) e a população total do município, aumentou em todos os municípios escolhidos de 1991 para 2000.

Tabela 2: IDH-M de 1991 e 2000.

Município	1991			2000		
	RPC	IDH-M	Ranking Estadual	RPC	IDH-M	Ranking Estadual
Afonso Cláudio	107,69	0,630	49º	183,75	0,717	49º
Domingos Martins	143,87	0,650	32º	221,95	0,736	35º
Marechal Floriano	138,92	0,658	27º	246,77	0,755	20º
Venda Nova do Imigrante	180,45	0,682	15º	297,77	0,778	8º

Fonte: IBGE, 2002.

Legenda: RPC = Renda per capita (em R\$ de 2000)

Outrossim, há indicativos que o turismo tenha influenciado no aumento da renda municipal, sobretudo em Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante onde há uma tradição de fluxo turístico ao longo da última década.

O aumento da renda per capita não implica necessariamente em melhores condições de vida para toda a cidade. Isso porque a renda per capita pode aumentar apenas para uma parcela da população o que pode refletir no cálculo da renda per capita, sem que haja, necessariamente, aumento de renda per capita para todos. Outras variáveis devem ser consideradas para avaliar se a distribuição desta renda alcança toda a população, pois a renda per capita pode aumentar sem que haja ganhos para a população como um todo.

A hierarquia feita para o IDH-M continua prevalecendo na renda per capita de 2000. Importante ressaltar, ainda, que Domingos Martins chegou a ocupar a segunda posição em 1991, apesar dessa alteração não ter influenciado na hierarquia que fizemos a partir do IDH-M.

Um dado que achamos importante incluir como elemento de análise para efeito de confirmação de nossas análises é o Índice de Desenvolvimento dos Municípios do Estado do Espírito Santo (IDM-ES), embora só o tenhamos referente ao ano de 2000. Segundo ranking do IDM-ES os quatro municípios se mantêm na mesma posição hierárquica entre eles. Entretanto, em relação ao estado, Afonso Cláudio e Marechal Floriano caem cinco posições e Venda Nova do Imigrante cai nove. Domingos Martins, ao contrário, sobe oito posições (tabela 3).

Tabela 3: Ranking do Índice de Desenvolvimento dos Municípios do Espírito Santo – IDM-ES, 2000.

Município	Ranking	
	IDM	estadual
Afonso Cláudio	0,1424	54º
Domingos Martins	0,185	27º

Marechal Floriano	0,1889	25°
Venda Nova do Imigrante	0,2095	17°

Fonte: IPES, 2000.

A diferença nos lugares ocupados pelos municípios frente ao estado se justifica pelo uso de mais indicadores. Assim, é possível observar de maneira geral (tabela 8) que os Índices em que Domingos Martins está mais bem colocado no *ranking* estadual foi o Índice de Desenvolvimento Econômico, 10° e o Índice de Infra-estrutura para Grandes e Médios Empreendimentos, 19°, responsáveis por sua melhor colocação geral no índice de IDM-ES. Da mesma maneira, Venda Nova do Imigrante tem sua pior colocação no *ranking* do Índice de Infra-estrutura para Grandes e Médios Empreendimentos, 52° lugar, o que pode ter proporcionado sua queda no IDM-ES.

Domingos Martins tem uma área territorial maior que Venda Nova do Imigrante o que indica uma capacidade, também maior, para absorver equipamentos turísticos. O turista que se hospeda tende a gastar mais do que o visitante o que pode explicar a melhor colocação no ranking do IGME-ES de Domingos Martins associado ao IDE-ES, 10° (tabela 4).

Tabela 4: Índices de Desenvolvimento dos Municípios do Espírito Santo, 2000.

	Domingos Martins		Venda Nova do Imigrante	
	Índices	Estadual	Índices	Estadual
IDM-ES	0,185	27°	0,2095	17°
IDU-ES	0,2391	65°	0,3614	18°
IDS-ES	0,3113	38°	0,3679	19°
IFM-ES	0,0327	38°	0,1021	11°
IDE-ES	0,01814	10°	0,1856	9°
IGME-ES	0,1605	19°	0,302	52°

Fonte: IPES, 2000.

### Abastecimento de água

O abastecimento de água nos municípios escolhidos, em se tratando de municípios turísticos, pode ficar prejudicado com o aumento do fluxo turístico. Isso porque a oferta desse serviço deve suprir a necessidade de sua população e melhorar proporcionalmente de acordo com o crescimento da mesma, o que acontece em períodos sazonais de alta temporada

turística. Dado a falibilidade do sistema de abastecimento de água de maneira geral nos municípios brasileiros, o considerável aumento da população ocasionado pelas festas turísticas, pode não ser suficiente para suprir, por vezes, o dobro de sua população.

Analisando os dados sobre o percentual de pessoas que vivem com abastecimento adequado de água, podemos observar que, de maneira geral os quatro municípios melhoraram neste quesito nos anos de 1991 a 2000 (tabela 5). Venda Nova do Imigrante apareceu como o município que melhor atende sua população com 98,6% de pessoas que vivem em domicílios com abastecimento adequado de água, seguido de Marechal Floriano (98%), Domingos Martins (95,2%) e Afonso Cláudio (87%).

Tabela 5: Percentual de pessoas que vivem em domicílios com água encanada (1991,2000).

<b>Município</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>
Afonso Cláudio	76,7	87
Domingos Martins	84	95,2
Marechal Floriano	92,2	98
Venda Nova do Imigrante	93,1	98,6

Fonte: IPEA, 2000.

Como foi visto, podemos concluir que houve melhoras nas questões referentes ao abastecimento de água, nos quatro municípios nos anos de 1991 e 2000. Embora não possamos afirmar que o turismo tenha agido diretamente nestas melhorias, parece claro que exerceu influência.

Cabe ressaltar, entretanto, que o descompasso entre a continuidade desses ganhos e um aumento excessivo do fluxo turístico é o único fator de apreensão dentro de uma perspectiva de sustentabilidade, tanto do município quanto da própria atividade turística. Isso porque a oferta desses serviços deve suprir a necessidade de sua população e melhorar de acordo com o crescimento da mesma, já que o aumento do fluxo turístico gera, também, uma

maior demanda na utilização destes serviços. Considerar a melhoria da oferta desses serviços é tão importante quanto considerar a preservação dos atrativos turísticos no desenvolvimento sustentável da atividade turística e dos municípios.

## Referências

- COMPANS, Rose. O paradigma das Global Cities nas estratégias de desenvolvimento local. In: **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**. Campinas, n. 1, maio, 1999.
- CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. In: **Espaço & Debates**. São Paulo, ano XVI, n. 39, 1996.
- KNAFOU, Remy. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Aparecida Balastrieri. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org). Desafios para os estudiosos do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Aparecida Balastrieri. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RODRIGUES, Arlete Moyses. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo (et al.) (org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e Planejamento sustentável: a proteção de meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.
- SANTOS, Milton. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.
- URRY, John. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, Sesc. 1996.

- i As cidades globais são as mesmas cidades espetáculos, a *city marketing* de que nos fala Fernanda Sanchez (1997), entre outros autores.
- ii Sobre a reconstrução de Paris por volta de 1870, John Urry afirma que houve “uma rápida segregação residencial. Os sinais de privação e da esqualidez foram afastados do olhar dos parisienses mais ricos, e no final do século, dos visitantes” (1996, p. 184).
- iii Essas dimensões se baseiam em parte nas conclusões de Lionello Punzo, proferidas em conferência realizada no departamento de Economia da UFF em 09 de janeiro de 2004, intitulada “Turismo e desenvolvimento local: sustentabilidade do desenvolvimento”.
- iv Em cidades cuja sazonalidade turística é bem específica, o grande desafio é organizar os serviços urbanos de maneira a equilibrar seu uso durante o ano inteiro sem, contudo, prejudicar a oferta dos serviços nos períodos de demanda turística ou permitir sua ociosidade na baixa estação.
- v Conceito (Doris Ruschmann, 2000) que só considera a questão ambiental relacionado ao número máximo de visitantes que uma área pode suportar e não à oferta de saneamento.