

LAZER & SOCIEDADE

Lazer, turismo e
atuação profissional

ISSN 2179-5371



LAZER & SOCIEDADE

Lazer, Turismo e Atuação Profissional



EACH

Escola de Artes, Ciências e Humanidades
da Universidade de São Paulo



Presidenta da República
Dilma Vana Rousseff

Ministro do Esporte
Orlando Silva

Secretária Nacional de Desenvolvimento do Esporte e do Lazer
Rejane Penna Rodrigues

Escola de Artes, Ciências e Humanidades
Diretor: Prof. Dr. José Jorge Boueri Filho
Vice-Diretor: Prof. Dr. Edson Roberto Leite

Universidade de São Paulo
Reitor: Prof. Dr. João Grandino Rodas
Vice-Reitor: Prof. Dr. Hélio Nogueira da Cruz

REVISTA LAZER & SOCIEDADE

Editor Executivo Internacional
Prof. Dr. André Thibault (UQTR/Canadá)

Editor Executivo Nacional
Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha (GIEL/USP/CNPQ)

Coordenador Científico
Prof. Dr. Edmur Antonio Stoppa (GIEL/USP/CNPQ)

Coordenadores temáticos
Prof. Dra. Juliana Pedreschi Rodrigues (GIEL/USP/CNPQ)
Prof. Dr. Reinaldo Tadeu Boscolo Pacheco (GIEL/USP/CNPQ)
Prof. Dr. Sidnei Raimundo (GIEL/USP/CNPQ)

Comitê editorial
Prof. Dr. Helder Ferreira Isayama (UFMG/MG)
Prof. Dra. Leila Mirtes Santos de Magalhães Pinto (SNDL/DF)
Prof. Dr. Nelson Carvalho Marcellino (UNIMEP/SP)

Equipe de apoio editorial
Alipio Rodrigues Pines Junior (GIEL/USP/CNPQ)
Bianca Aparecida Araújo Pizzolito (GIEL/USP/CNPQ)
Eduardo Motoyuki Fushiki (GIEL/USP/CNPQ)
Fernanda Ribeiro de Moura (GIEL/USP/CNPQ)
Iranilda Oliveira de Medeiros (GIEL/USP/CNPQ)
Janaina Carrasco Castilho (GIEL/USP/CNPQ)
Júlio Ramos Ferreira da Silva (GIEL/USP/CNPQ)

Kleber Vinicius Barros Kachinski (GIEL/USP/CNPQ)
Larissa Costa Silva (GIEL/USP/CNPQ)
Rafaela Amorim Gomes (GIEL/USP/CNPQ)
Rosana Fernandes dos Santos (GIEL/USP/CNPQ)
Tamires Martins da Silva (GIEL/USP/CNPQ)
Thais Helena Franceschini (GIEL/USP/CNPQ)

Revisores ad hoc nesta edição
Prof. Dr. Guilherme Lohmann Palhares (SCU/Austrália)
Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo (USP/SP)

Prof. Dra. Maria Cristina Rosa (UFOP/MG)
Prof. Dra. Susana de Araújo Gastal (PUC/RJ)

Editora Aleph

Rua Dr. Luiz Migliano, 1110 Cj. 301 – 05711-900 – São Paulo – SP – Brasil
Telefone: [55 11] 3743-3202 – www.editoraaleph.com.br – aleph@editoraaleph.com.br

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação
(Universidade de São Paulo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Biblioteca)

Lazer & sociedade / Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. – mai. 2011. – São Paulo : EACH/USP ; Aleph, 2011, v. : 23 cm

Irregular;
Resumos em inglês, francês e espanhol.
Subtítulo: Lazer, turismo e atuação profissional.
Edição brasileira da revista *Loisir et société* = *Society and leisure*, ISSN 0705-3436, originalmente publicada em francês e inglês pela Université du Québec à Trois-Rivières.
Editado em parceria com o Ministério do Esporte, Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Esporte e do Lazer.
Editor Executivo Internacional: André Thibault; Editor Executivo Nacional: Ricardo Ricci Uvinha. ISSN 2179-5371

I. Lazer – Aspectos sociais. I. Universidade de São Paulo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades. II. *Loisir et société*.

CDD-306.4812

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos seus autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Ministério do Esporte ou da Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Esporte e do Lazer.

Venda proibida.

Sumário

Mensagem do editor executivo internacional..... <i>André Thibault</i>	5
Mensagem do editor executivo nacional..... <i>Ricardo Ricci Uvinha</i>	6
Formação e atuação profissional em lazer e turismo: alguns apontamentos <i>Marcos Filipe Guimarães Pinheiro</i>	7
Elaboração de planos de desenvolvimento turístico como estratégia de ensino-aprendizagem em um curso superior de turismo brasileiro – O desafio da interdisciplinaridade <i>Marcelo Vilela de Almeida e Alexandre Panosso Netto</i>	23
Lazer e turismo em parques zoológicos da Amazônia: a importância da atuação profissional em áreas verdes urbanas em Belém, no Estado do Pará <i>Patrícia Thatyane Miranda Cabral e Mirleide Chaar Bahia</i>	43
Lazer e turismo na perspectiva de turistas em cruzeiro marítimo <i>José Clerton de Oliveira Martins, Débora Regina Garcia Pinto, Felipe Teófilo Ponte e Francisca Fabiana Menezes Lira</i>	63
Direito e turismo..... <i>Livia Maria Armentano Koenigenstein Zago</i>	79
Segmentação e motivação em turismo: reflexões sobre tipos de oferta e perfis de demanda <i>Claudia Martins Pantuffi e Regina Ferraz Perussi</i>	107

Mensagem do editor executivo internacional

A revista *Leisure & Society/Loisir et Société* tem sido publicada como um periódico científico internacional por quase 32 anos pela Universidade de Québec. A edição internacional é distribuída em 30 países e reúne colaboradores de diversos pontos do mundo. *Leisure & Society/Loisir et Société* é um periódico multidisciplinar dedicado à publicação de artigos temáticos sobre o Lazer e seus impactos nos mais distintos ambientes socioculturais.

Um agradecimento especial à Secretaria Nacional de Desenvolvimento de Esporte e de Lazer/Ministério do Esporte (SNDEL/ME), que apoiou esta importante colaboração bilateral entre a Universidade de São Paulo e a Université du Québec à Trois-Rivières. É realmente um orgulho que a primeira edição brasileira da *Revista Lazer & Sociedade* seja publicada. Nosso objetivo comum é convidar pesquisadores latino-americanos, em especial os brasileiros, para contribuir no debate internacional sobre os estudos do Lazer e seu papel no desenvolvimento de diversas sociedades pelo mundo. A qualidade desta primeira edição nos dá uma grande confiança em atingir tal intento.

Prof. Dr. André Thibault¹

¹ Vice-presidente da Organização Mundial do Lazer; diretor do Observatoire Québécois du Loisir; Université du Québec à Trois-Rivières, Canadá; <http://www.uqtr.ca/oql/>.

Mensagem do editor executivo nacional

A *Revista Lazer & Sociedade* é editada pelo Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer da Universidade de São Paulo, Brasil, com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Giel/USP/CNPq), em conjunto com o Département d'Études en Loisir, Culture et Tourisme – Université du Québec à Trois-Rivières, Canadá (UQTR). Tal atividade consiste na publicação de três edições especiais da revista *Leisure & Society/Loisir et Société*, originalmente publicada em inglês e francês pela UQTR.

Trata-se de um periódico considerado um dos veículos de publicação mais respeitados pela comunidade científica internacional especializada na temática relativa aos estudos do Lazer. Visa-se, na edição brasileira, à divulgação exclusiva de artigos – originais e de revisão – submetidos por pesquisadores, em especial latino-americanos, e produzidos no idioma português, com resumos em inglês, francês e espanhol.

Nesta edição, a *Revista Lazer & Sociedade* contempla o tema “Lazer, turismo e atuação profissional” com a apresentação de seis artigos. A análise dos artigos submetidos foi realizada por revisores *ad hoc*, convidados especialmente para esta edição, e por membros do Giel/USP/CNPq.

A *Revista Lazer & Sociedade* não tem custos de assinatura, com os exemplares de cada edição sendo prioritariamente distribuídos pela Secretaria Nacional de Desenvolvimento de Esporte e de Lazer/Ministério do Esporte (SNDEL/ME), principal colaborador do Giel/USP/CNPq na referida publicação.

Espera-se que a *Revista Lazer & Sociedade* possa abordar o Lazer numa ótica interdisciplinar, entendendo-o como componente universal da cultura humana, que assume formas e significados diferenciados de acordo com as características de dada sociedade. A realização deste projeto pode contribuir para uma necessária articulação entre os estudos do Lazer na América Latina e a produção acadêmica mundial acerca desse tema.

Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha¹

¹ Membro diretivo da Organização Mundial do Lazer; líder do Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer Escola de Artes, Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo, Brasil; <http://www.each.usp.br>.

Formação e atuação profissional em lazer e turismo: alguns apontamentos

Marcos Filipe Guimarães Pinheiro¹

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo discutir aspectos da formação e atuação profissional em lazer e turismo. Para se alcançar tal escopo, foi realizada uma revisão de literatura, tendo como base autores e autoras que vêm se debruçando sobre os temas relacionados à formação do profissional em turismo e em lazer, e às integrações entre esses dois campos. Nas últimas décadas, observou-se o lazer e o turismo ocuparem espaço significativo nos jornais, periódicos de informação geral e no mundo acadêmico como um todo, com destaque para a organização de grupos de pesquisa advindos das mais diversas áreas de conhecimento. A partir das possíveis e constantes aproximações dessas duas áreas de estudo e de intervenção, é necessário que se problematizem a formação e a atuação dos profissionais de tais áreas. As discussões sobre a formação do profissional em lazer no âmbito do turismo são imprescindíveis para uma atuação qualificada junto à sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: lazer; turismo; formação profissional; atuação profissional.

ABSTRACT: This study aims to discuss aspects of formation and performance professional in leisure in the context of tourism. To reach this goal was accomplished a literature review based on the authors who have been focusing on the topics of professional formation in tourism and leisure and integrations

¹ Mestre em Lazer pela Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais – EEFETO/UFMG; Centro Universitário Metodista Izabela Hendrix; OTIUM – Lazer, Brasil & América Latina, da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Contato: rua Expedicionários, 600 – 31555-200 – Belo Horizonte/MG; e-mail: marcosfgpinheiro@gmail.com.

between these two fields. Observed in recent decades leisure and tourism occupy significant space in newspapers, periodicals and general information in the academic world as a whole, especially the organization of research groups coming from various fields of knowledge. From the possible approaches and set these two fields of study and intervention, it is necessary to remarks the formation and action of professionals from such areas. Discussions about the professional training within the leisure tourism are essential in order to qualify its role in society.

KEYWORDS: leisure; tourism; professional formation; professional performance.

RÉSUMÉ: Cette étude a comme objectif examiner les aspects de formation et d'expérience professionnelle dans le tourisme dans le champ de loisirs. Pour atteindre ce objectif, étais réalisée une révision des auteurs de la littérature qui ont mis l'accent sur les questions de la formation professionnelle dans le tourisme et les loisirs et dans l'intégration entre ces deux domaines. Dans les dernières décennies, nous avons observé que les loisirs et le tourisme occupent un espace important dans les journaux, les périodiques et les renseignements généraux dans le monde universitaire dans son ensemble, en particulier l'organisation de groupes de recherche provenant de différents domaines du savoir. À partir des approches possibles entre ces deux champs d'étude et d'intervention, il est nécessaire de problématiser la formation et la performance des professionnels dans ces domaines. Les discussions sur la formation professionnelle dans le tourisme de loisirs sont essentielles à une performance de qualité dans la société.

MOTS-CLÉS: loisir; tourisme; formation professionnelle; performances professionnelles.

RESUMEN: Este estudio tiene como objetivo discutir los aspectos de formación y desempeño profesional en el turismo de ocio. Para llegar a este ámbito es un examen basado en los autores de la literatura que se han centrado en las cuestiones de la formación profesional en el turismo y el ocio y la integración entre estos dos campos. En las últimas décadas, se observa el ocio y el turismo ocupan un espacio importante en los periódicos, revistas e información general en el mundo académico en su conjunto, especialmente la organización de grupos de investigación procedentes de diversos campos del conocimiento. De los posibles enfoques y las constantes de estos dos campos de estudio e intervención, es necesario problematizar la formación y el desempeño de los profesionales en esas áreas. Las discusiones sobre la formación profesional en el turismo de ocio son esenciales para un desempeño cualificado en la sociedad.

PALABRAS CLAVE: recreación; turismo; formación profesional; desempeño profesional.

Introdução

A produção hodierna de conhecimentos nos campos do lazer e do turismo vem aumentando significativamente. Cada vez mais, cresce o número de áreas de conhecimento que se interessam pelos estudos nesses campos. Áreas como as das ciências humanas, sociais, econômicas e da saúde vêm se dedicando com afinco às temáticas, no âmbito da pedagogia, sociologia, filosofia, arquitetura, economia, administração, educação física, fisioterapia, terapia ocupacional, do turismo e muitos outros. Esses segmentos abordam os temas sob diferentes aspectos, oportunizando discussões interdisciplinares a respeito do lazer, bem como do turismo, e suas relações dialéticas com as demais dimensões da vida humana, como o trabalho, a religião, a educação, a família e a política, dentre outros (PINHEIRO, 2009).

Desse modo, concordando com Gomes & Melo (2003), tem se observado, nas últimas décadas, o lazer e o turismo ocuparem espaço significativo nos jornais, periódicos de informação geral e no mundo acadêmico como um todo, com destaque para a organização de grupos de pesquisa advindos das mais diversas áreas de conhecimento. Alguns dos motivos dessa crescente visibilidade desses dois campos são os seguintes: a compreensão de que o âmbito da cultura é ponto central de interesse para o campo do lazer; o desenvolvimento de uma forte e crescente indústria do lazer e do entretenimento, com grande parte desta atrelada, cada vez mais, ao turismo e apontada como promissora fonte de negócios; o aumento das iniciativas de incentivo do poder público relacionadas ao lazer e ao turismo; e os questionamentos acerca da assepsia da sociedade moderna, construída a partir da centralidade e da valorização extrema do trabalho.

A partir das possíveis e constantes aproximações entre essas duas áreas de estudo e de intervenção, é necessário que se problematizem a formação e a atuação daqueles que atuarão profissionalmente nelas. Tema ainda relativamente pouco abordado. As discussões sobre a formação desses profissionais são imprescindíveis no intuito de qualificar sua atuação na sociedade.

Objetivo

Em face dessas considerações iniciais, o presente estudo tem como objetivo discutir alguns aspectos da formação e da atuação profissional em lazer e turismo,

buscando superar barreiras que se apresentam cotidianamente. Para se alcançar tal escopo, foi realizada uma revisão de literatura, tendo como base autores e autoras que vêm se debruçando sobre os temas da formação profissional em turismo e em lazer, e as inter-relações entre esses campos.

Delineando os campos: aproximações entre lazer e turismo

Não obstante, a produção de conhecimento sobre o lazer não é muito antiga. Segundo Gomes & Melo (2003), no cenário internacional, as primeiras investigações sistematizadas sobre o assunto ocorreram na segunda metade do século XIX. Com o surgimento das indústrias e de um intenso processo de urbanização na Europa, as relações de trabalho começaram a ser problematizadas, assim como as relações que se davam em momentos após o trabalho com as demais esferas da vida humana. Trabalhadores e operários de diferentes ramos industriais uniram-se para se fortalecer e exigir o cumprimento das reivindicações que faziam, como férias remuneradas, por exemplo. Dentre elas, e talvez a principal, estava a redução da jornada de trabalho, que até então chegava a 14 e 16 horas diárias (LAFARGUE, 1980).

Foi, também, nesse período, de acordo com Montejano & Favano (2001), que ocorreu a revolução nos transportes, sobretudo nas estradas de ferro, e o aprimoramento das máquinas a vapor. Com isso, o turismo passou a receber maiores considerações e se desenvolveu com maior força. Nesse contexto de desenvolvimento dos transportes e de redução das jornadas de trabalho, Thomas Cook pôs em funcionamento uma agência de viagens em 1841; Karl Baedeker elaborou, em 1839, o que seria considerado, anos mais tarde, como o primeiro guia turístico; e César Ritz, em 1867, estabeleceria novos e transformadores padrões no serviço de hotelaria, reconhecidos até hoje (MONTEJANO & FAVANO, 2001).

Ainda nessa época, metade final do século XIX, na Europa, surgiram estudiosos questionadores da ordem capitalista que se afirmava e se legitimava sobre a sociedade, preocupados com a alienação observada no trabalho e reproduzida no tempo livre, que começava a aumentar. Tais teóricos problematizaram as relações de trabalho, que, na maioria das vezes, humilhavam o trabalhador, como também as relações que esses operários tinham no tempo de não trabalho, pautadas cada vez mais no consumo. Segundo Gomes & Melo (2003), foi dessa fase em diante que o lazer passou a ser visto como tempo/espácio propício para a vivência de uma multiplicidade de experiências tidas como não pertencentes ao mundo do trabalho.

Assim, a partir da necessidade de conhecer e controlar socialmente o tempo livre dos trabalhadores nos países industrializados, emergiu, nos Estados Unidos e na França, nas décadas de 1920 e 1930, a “sociologia do lazer”. Assim, no início do século XX, os

estudos sobre o tempo livre ganharam notabilidade rapidamente e, então, surgiram diversos autores, como o francês Joffre Dumazedier, que discutiam as relações de trabalho, lazer e consumo em diferentes países.

Concomitantemente, despontavam na Europa autores tecendo considerações sobre o fenômeno turístico que se desenvolvia e fortalecia enquanto atividade econômica lucrativa. Na Escola de Berlim, economistas como Gluscksmann, Shwinck e Bormann sistematizaram conhecimentos sobre essa atividade reconhecida naquele momento histórico – e ainda atualmente – como uma atividade fundamentalmente econômica.

Como mostrou Trigo (1998), na segunda metade do século XX, lazer e turismo receberam investimentos maciços, tendo um crescimento vultoso de suas infraestruturas. Mesmo com uma marcante instabilidade, repletas de conflitos, crises e disputas políticas internacionais, como a Guerra Fria, as últimas décadas deste último século trouxeram avanços significativos para essas duas áreas. Com as novas tecnologias, a globalização e a abertura de novos mercados turísticos, o turismo aparece, no início do século XXI, como o maior mercado econômico mundial.

Entretanto, esse aumento do mercado turístico parece auxiliar a conformação dada em alguns meios acadêmicos no âmbito do turismo e, portanto, na formação profissional. Segundo Serejo (2003), a ênfase pragmática e utilitarista conferida aos cursos de formação em turismo na atualidade é reflexo de uma perspectiva mercadológica. A preocupação, vista em muitos desses cursos, é, essencialmente, atender às demandas do mercado, mas apenas em seus aspectos técnicos e metodológicos, nos quais o lazer se insere por meio da segmentação do mercado turístico e como uma opção de profissionalização nesse setor. Dessa maneira, uma formação mais reflexiva, questionadora e humanista poderia ficar comprometida no processo educativo.

Contudo, assim como o lazer e o turismo são influenciados e marcados pelas regras e por valores existentes e postos na sociedade, em termos de consumo de bens e serviços, além de um entretenimento que busca um conformado (e alienado?) hedonismo, a formação profissional também está à mercê desses ditames. Uma formação que busque apenas a rentabilidade econômica, atraída por uma oportunidade lucrativa oferecida pelo mercado, está sujeita, segundo Werneck (1998), a ignorar a importância de tais fenômenos – lazer e turismo – como possibilidades de busca de qualidade de vida e enfrentamento dos limites socioculturais históricos da realidade em que se vive.

Percebendo o lazer enquanto uma dimensão da cultura, caracterizada pela vivência lúdica de manifestações culturais em um determinado tempo e espaço (GOMES, 2004) – tais como o jogo, a brincadeira, a festa, o passeio, o espetáculo, as viagens –, podem-se ver mais claramente as relações com o turismo. Fenômeno econômico, mas, também, sociocultural, que pressupõe o deslocamento concreto ou simbólico de pessoas, em tempos e espaços diferentes do seu habitual, possibilitando experiências e vivências de práticas, comportamentos, cheiros e sabores, como sugeriram Gastal

& Moesch (2007). Na maioria das vezes, envolve uma relação de estranhamento no contato com o outro, com sujeitos diferentes, lugares estranhos e familiares, com o novo e o esperado.

Esses contatos, conforme salientaram Gomes *et al.* (2008), podem despertar desejos de aproximação e vínculo, distanciamento e repulsa. Todos fazem parte de esquemas simbólicos do ser humano, num processo cultural de (re)construção e atribuição de valores e sentidos aos objetos e paisagens percebidos. Trata-se da prática humana de apropriação e reconhecimento dos espaços, e que pode ser influenciada pela mediação profissional.

Nesse sentido, observam-se, paralelamente ao ganho de visibilidade do campo do lazer e do turismo, seja como área de estudos, seja de atuação profissional, de investimentos públicos e privados, de negócios nas indústrias do turismo e do entretenimento, dentre outras formas de intervenção direta ou indireta, novas possibilidades no âmbito da formação – bem como no da atuação – profissional em turismo (GOMES, PINHEIRO & LACERDA, 2010). Com isso, alguns cuidados precisam ser tomados por aqueles que desejam participar dos processos de formação. De acordo com Isayama (2005), a formação profissional deve ser considerada de maneira ampla, levando-se em conta a importância da unidade entre teoria e prática, da característica multidisciplinar do lazer e do turismo, de uma sólida formação teórica e cultural e da necessidade da formação continuada como meio de constante desenvolvimento profissional.

Possibilidades na formação

Refletindo sobre o papel da universidade pública brasileira na atualidade, Almeida Filho (2007) demonstrou as características científico-tecnológicas que o ensino superior adquiriu. Esse modelo de universidade, segundo o autor, é marcado pelo serviço da tecnologia e da produtividade. Desde a Revolução Industrial, é possível perceber nas universidades um viés globalizante, competitivo e economicista. Além dele, mais recentemente, uma tendência à privatização dos processos e das relações de ensino.

Nesses moldes, acaba-se por comercializar a formação, tornando-a conformista, não crítica, quando se ensina aos futuros profissionais técnicas de como “fazer por fazer” e receitas de atividades ditas “recreativas”, seguindo um modelo empirista, ou seja, baseado em experiências. De acordo com Isayama (2005), a preocupação central, nesse caso, é com a instrumentalização técnica e com o domínio de procedimentos metodológicos, tornando o profissional um técnico.

Esse tecnicismo, de raiz positivista, faz com que um profissional que se submete a lidar com problemas humanos se torne mero instrumentalizador de métodos e meios corretos para se chegar a determinados fins, sem considerar o caráter moral, político e

social do próprio fim. Essa racionalidade técnica, ao comprometer a práxis, para Gómez (1997), raramente possibilita uma visão ampla e crítica das realidades para possíveis problematizações e resoluções de questões que surgem na prática, contribuindo para a reprodução de valores hegemônicos, mitos, vícios, preconceitos e estigmas.

No Brasil, os primeiros trabalhos que abordaram o tema da formação profissional em lazer foram realizados no início do século XX. Porém, foi na década de 1970 – período marcado pelo surgimento dos cursos superiores de turismo em território brasileiro (TRIGO, 1998) – que o lazer passou a ser visto no País como uma área capaz de aglutinar e impulsionar pesquisas, projetos e ações multidisciplinares, coletivos e institucionais, tornando-se um campo de estudos sistematizados e de intervenções. Nessa fase, ocorreram vários eventos científicos, encontros, seminários e congressos, nacionais e internacionais, o que impulsionou a produção científica nacional.

Embora sejam percebidos tais ganhos quantitativos relacionados ao aumento do interesse no campo do lazer e uma produção teórica cada vez maior, notam-se claramente algumas dificuldades relativas a essa produção. Conforme argumentaram Gomes & Melo (2003) e Pinheiro (2006 e 2007), várias “análises” e pesquisas sobre lazer tratam de relatos de experiência. Estes, por sua vez, não partem de uma discussão aprofundada sobre o tema e se encerram numa superficialidade teórica, enquanto outros trabalhos não apontam caminhos em suas considerações, não representando avanços nas discussões sobre o tema.

Porém, mesmo carente de aporte teórico mais consistente, a produção de conhecimento no campo do lazer, e também do turismo, no Brasil, vem se locupletando com a formação de grupos de estudos, com a produção de livros e periódicos que disseminam e compartilham as pesquisas e os estudos realizados, por intermédio de cursos de pós-graduação, tanto *lato* quanto *stricto sensu*. O mesmo ocorre por meio de eventos acadêmicos científicos, tendo a temática do lazer como eixo central, com discussão e construção de políticas públicas nos âmbitos municipais, estaduais e federais, e, também, com cursos de formação continuada que buscam a qualificação dos profissionais que lidam com o lazer.

Como visto, lazer e turismo representam duas áreas de conhecimento recentes e multidisciplinares, o que possibilita a abertura de inúmeros caminhos para a formação e a atuação profissional, e para a pesquisa. Entretanto, a partir daí, algumas dificuldades podem surgir. Bernardino & Isayama (2006) apontaram, como um dos fatores que justificam alguns problemas encontrados na formação profissional em turismo e lazer, a acanhada interação com o campo científico. Muitos dos estudos sistematizados e das produções acadêmicas se encontram em fase de consolidação. Desse modo, frequentemente, vários cursos demonstram uma preocupação em formar um profissional mais técnico, com o domínio de metodologias e conteúdos específicos.

Analisando instituições de ensino superior e cursos de turismo, Serejo (2003), Bernardino & Isayama (2006) e Gomes *et al.* (2008) mostraram a forte relação que aqueles estabeleciam, e estabelecem, com o mercado e suas constantes demandas de caráter efêmero. Desde a implantação dos cursos até a contratação de docentes, refletindo na formação dos profissionais. De acordo com Bernardino & Isayama (2006), tal situação levou o turismo e o lazer, enquanto áreas de estudo, a uma improvisação curricular que transparecia na bibliografia, nos conteúdos e, até mesmo, na atuação docente – processo que ainda pode ser observado na implantação de cursos de turismo.

Como salientou Serejo (2003), não se pode negar a formação técnica do turismo em favor de um humanismo social que prescindia desse aspecto, mas deve-se pensar na importância do desenvolvimento de ambos. Os elementos técnicos vêm contribuindo significativamente para o desenvolvimento de novas tecnologias, maior produtividade, minimização de impactos ambientais, aumento das riquezas de localidades e muitos outros fatores que justificam sua importância. Todavia, desvinculá-los de considerações histórico-sociais não coopera para mudanças do quadro social brasileiro, que se mostra desumano.

Conforme afirmou Almeida Filho (2007), equidade não se alcança apagando-se as diferenças, mas aceitando-as, e, para isso, é necessário problematizá-las. Daí a necessidade de se pensar uma formação que contemple tanto discussões teóricas como práticas. Nesse sentido, ao discutir o ensino superior, Trigo (1998) destacou a necessidade de focar a educação num sentido amplo, crítico, indo além de um mero “treinamento” de habilidades turísticas.

De acordo com as diretrizes curriculares do turismo (BRASIL, 2010), o profissional deve estar apto a compreender as políticas nacionais e regionais que tratem do turismo; utilizar metodologias adequadas para o planejamento e a execução das ações, projetos e programas turísticos em diferentes contextos; dominar técnicas relacionadas à seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e culturais diversas; promover o conhecimento dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social; saber utilizar recursos turísticos como forma de educar, orientar e assessorar turistas, empresas, moradores locais e demais envolvidos na atividade turística; ser capaz de se integrar em equipes inter e multidisciplinares, interagindo criativamente em face dos diferentes contextos organizacionais e sociais; e atuar profissionalmente com humanismo, dentre outros requisitos.

Mesmo com essa abundância de possibilidades, bem como de responsabilidades, pode-se perceber, ainda, um enfoque diferenciado na formação do bacharel em turismo, considerando-se instituições públicas e privadas de ensino. Nestas, de acordo com Bernardino & Isayama (2006), a formação está direcionada para o mercado, a partir de suas necessidades, reforçando a visão de consumo do lazer e do turismo. Em contrapartida

a essa visão mercantil, as instituições públicas demonstram uma preocupação maior com relação às questões sociais. Nessa perspectiva, lazer e turismo podem integrar ações conjuntas, multi e interdisciplinares, que contribuam para uma sociedade mais solidária, onde os sujeitos deixem de ser vistos como meros consumidores.

De acordo com Serejo (2003), vários cursos de turismo abordam o lazer numa perspectiva técnico-metodológica que privilegia a recreação como tema central. Assim, são repassados modos de reprodução de atividades, proporcionando e estimulando um consumo acrítico de atividades, em vez de um enriquecimento cultural. Uma formação nesse sentido pode contribuir para a simples integração do profissional à lógica social dominante, muitas vezes disseminada pelos meios de comunicação massificados.

Numa outra perspectiva, Moesch (2003), ao comentar a formação de animadores turísticos, defendeu um aprofundamento teórico no sentido de formar os indivíduos criticamente. De acordo com a referida autora, profissionais da animação turística não são “apenas profissionais dotados de técnicas e competências específicas, são sujeitos construtores de sensibilidade, de criatividade, de desvelamento, de integração entre o humano-cultural-ambiental” (MOESCH, 2003, p. 27). Dessa maneira, seria interessante pensar o lazer como um tema transversal presente ao longo de todo o curso de turismo.

No âmbito da pós-graduação em turismo, Gomes *et al.* (2008) demonstraram que ela está vinculada, sobretudo, à área da administração. Dessa maneira, várias são as possibilidades de formação, e os enfoques dados pelos cursos, apesar de privilegiarem dois aspectos: gestão e planejamento, o que pode reduzir o caráter multidisciplinar do turismo. Os autores *supra* chamaram a atenção para o fato de que tais cursos de mestrado poderiam ser alocados na área denominada “multidisciplinar” da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), como é o caso da Universidade Estadual de Santa Cruz que, desde o ano 2000, em parceria com a Universidade Federal da Bahia, desenvolve o mestrado acadêmico em Cultura & Turismo nessa perspectiva multidisciplinar.

Um dos grandes desafios nas etapas de formação é estabelecer uma ressignificação, por meio de uma qualificação aprofundada, do papel do profissional em lazer no âmbito do turismo. Como salientou Werneck (1998), é preciso desconstruir a expectativa cristalizada socialmente, no que concerne a um processo de formação profissional construído por meio do modelo empirista, no qual o profissional é um prático. Desse modo, faz-se necessário pesquisar, buscar meios e alternativas que possam romper com uma perspectiva puramente técnica de formação, no intuito de qualificar, também, a atuação profissional, no sentido de torná-la cada vez mais tolerante, solidária e equitativa, considerando os diversos interesses dos profissionais, dos turistas e dos residentes num processo de partilha.

(Re)pensando a atuação

Determinadas dificuldades encontradas na formação desse profissional do lazer numa perspectiva turística foram compartilhadas por Camargo (1998), quando este autor descerrou algumas das características necessárias à atuação. Dentre elas, o profissional que deseja atuar com o lazer deve apresentar uma polivalência cultural e, no mínimo, ter ciência do que está sendo construído culturalmente em sua região; deve familiarizar-se com características, expectativas, necessidades e desejos dos diferentes públicos e grupos com que poderá lidar, como crianças, adultos, idosos, pessoas com deficiência etc.; ter noção do uso dos diferentes lugares, localidades e espaços a atuar; possuir a capacidade para montar e coordenar projetos e equipes multidisciplinares; conhecer algumas formas de abordagem de outras instituições públicas e privadas que possam associar-se à programação; além de inúmeras outras questões que destas possam decorrer.

Percebe-se que a enorme gama de possibilidades de atuação do profissional do lazer no âmbito do turismo, campo cada vez mais segmentado pelo marketing turístico, extrapola as oportunidades de se vivenciarem alguns conteúdos ao longo da formação. Seja nos inúmeros lugares e espaços possíveis, seja ocupando diferentes papéis, desde o planejamento até a execução de projetos, programas e atividades, somado ao caráter multidisciplinar da área, acaba-se por pulverizar alguns aspectos no processo de formação, tornando-o, de certa forma, inconsistente.

Entretanto, embora seja necessário reconhecer a riqueza e a variabilidade, tanto relacionadas às formas de atuação como de formação profissional, marcadamente caracterizadas pela multidisciplinaridade do campo, concorda-se com Isayama (2005), pois, através de um sólido referencial teórico, é possível a compreensão da prática a partir de novos olhares, permitindo a consolidação da práxis. Assim, essa relação entre teoria e prática pode ir muito mais além de um fazer técnico, mecânico, muitas vezes ligado a uma perspectiva meramente utilitarista, pautada na recreação e realizada a partir do consumo de atividades desenvolvidas como receitas prontas impostas aos sujeitos.

Maia (2003), discutindo a formação técnica, fez uma descrição do perfil do técnico e apontou as características desejadas ao final do curso, que em nada diferem das almejadas por um profissional graduado. Não desconsiderando a importância e a viabilidade dos cursos técnicos, algumas considerações podem ser feitas a partir de então. Por exemplo, da justificativa, satisfatória, que fosse além de motivações econômicas, para a realização de determinados cursos técnicos, uma vez que se esperaria dos profissionais ali formados o desempenho dos mesmos papéis de um graduado, embora este receba salários proporcionalmente menores.

Um dos aspectos centrais dessa atuação no lazer vem sendo pensada, cada vez mais, no âmbito da animação cultural e, como dito anteriormente, da animação turística, podendo ser construídas pontes entre elas. Gomes, Pinheiro & Lacerda (2010) mostraram que os profissionais do lazer e do turismo geralmente possuem experiência com diferentes linguagens; elemento importante no desenvolvimento de suas habilidades para ver, ouvir, sentir, pensar e agir. O profissional não é somente alguém que aplica conhecimentos produzidos por outros, tampouco um agente determinado por mecanismos sociais. É um sujeito que assume sua prática a partir dos significados que ele mesmo lhe atribui, um sujeito que detém conhecimento e um “saber-fazer” tácito, a partir dos quais ele estrutura e orienta sua prática, seleciona determinados conteúdos, prioriza certas metodologias, atividades etc.

De acordo com Melo (2006), a animação cultural é caracterizada como uma

[...] tecnologia educacional (uma proposta de intervenção pedagógica) pautada na ideia radical de mediação (que nunca deve significar imposição), que busca permitir compreensões mais aprofundadas acerca dos sentidos e significados culturais (considerando as questões que nesse âmbito se estabelecem) [...] sempre tendo em vista provocar questionamentos acerca da ordem social estabelecida e contribuir para a superação do *status quo* e para a construção de uma sociedade mais justa (MELO, 2006, p. 28).

Nesse sentido, o autor em referência abordou a questão da formação, apontando para a preparação de um profissional que atuará no âmbito da educação, segundo ele, uma educação das sensibilidades, uma educação estética.

Já García (2005) trouxe o termo “militante cultural”, com sentido e papéis semelhantes aos apontados por Melo, mas com novas contribuições:

Todo aquele que realiza ações no plano da cultura, no tempo livre dos indivíduos, seja para estimulá-los à produção de bens culturais, seja para ampliar a sua participação na apropriação desses bens, tendo como motivação básica tanto o prazer de dedicar-se a algo com que se identificar fortemente, quanto a valores pessoais que conferem à cultura papel importante para o desenvolvimento das pessoas, dos grupos, das comunidades e da sociedade em geral (GARCIA, 2005, p. 33).

Essa definição corrobora, em certa medida, a ideia de educação estética defendida por Melo (2006), que busca a compreensão de sentidos e significados culturais mais aprofundados, tendo em vista provocar questionamentos à ordem social estabelecida e à superação do *status quo*, contribuindo para uma sociedade mais justa.

Silva (2008), discutindo os papéis da animação turística, mostrou que esta, pensada numa perspectiva tradicional, com um viés essencialmente econômico, objetiva simplesmente ocupar o tempo do turista, prolongando sua estadia, gerando e fomentando o consumo turístico. Entretanto, esse consumo não é influenciado apenas pelo preço das mercadorias, mas, também, pela construção e invenção social da sua necessidade. Ou seja, uma vez que o consumo turístico é influenciado por questões subjetivas, daí a necessidade de uma educação estética. Nos dizeres de Krippendorf (2001), é necessário preparar e educar os seres humanos para a viagem. É preciso tomar consciência de sua mobilidade, dos aspectos e das influências que a envolvem, bem como das razões que os levaram a viajar.

Desse modo, o animador turístico deve levar as pessoas a um processo além do ver. Mais do que ver, elas devem se envolver, procurando uma interação sociocultural ativa. Segundo Gastal & Moesch (2007), a demanda turística está cada vez mais complexa, bem informada, protagonista dos destinos visitados e, principalmente, interessada em um turismo vivencial, de relações interpessoais, respeitando as culturas e tradições locais. Deve-se promover o movimento de partilha entre os atores locais (com suas necessidades, seus interesses, suas expectativas de lucratividade, os imperativos de conservação ambiental) e os turistas/visitantes (com seus padrões de consumo, suas curiosidades e expectativas).

O poderoso esquema de marketing turístico que promete conforto, natureza, descontração e liberdade para o “homem-férias” proposto por Krippendorf pode ser repensado na prática cotidiana. Pode ir além de esquemas fundamentalmente lucrativos para uma minoria. Gastal & Moesch (2007) afirmaram que as políticas de comunicação no turismo, não raro, trabalham na busca do igual, utilizando-se de estereótipos: povos sensuais, preguiçosos, *gourmets*, esnobes etc. Essa busca da comercialização do turismo de massa, cuja a segmentação – muitas vezes excessiva – exerce um papel importante, não tem contribuído para vivências de lazer e para realizações de ações no âmbito da cultura. Ou seja, para aproximações fraternas e solidárias das pessoas.

A perspectiva de animação turística, atrelada às concepções de animação cultural, envolve processos de atuação profissional voltados para aspectos subjetivos despertados nos indivíduos envolvidos (GOMES, PINHEIRO & LACERDA, 2010). Processos que passam pela apropriação dos espaços por meio de um “re-olhar”, repensar, reavaliar, ressignificar: a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas.

Considerações finais

Com base nos argumentos aqui apresentados, pode-se afirmar que o turismo, enquanto um campo de práticas histórico-sociais, de estranhamento proporcionado

pelo deslocamento dos sujeitos e coberto por subjetividades, poderá superar os fatores quantitativos do turismo de massa, tanto na formação quanto na atuação profissional. Nos processos de mobilização subjetiva, poderão ser superados índices e dados analisados com base apenas em distâncias percorridas ou gastos financeiros por períodos do ano numa dada localidade. Este talvez possa ser um grande desafio para o profissional do lazer no âmbito do turismo: atualizar as potencialidades do produto turístico, tornando-o competitivo sem perder seus aspectos sociais, sua hospitalidade e sua humanização.

O reflexo do pequeno espaço ocupado pelas discussões dos conhecimentos sobre o lazer, no interior das propostas curriculares de cursos como administração, fisioterapia, hotelaria, terapia ocupacional, educação física e turismo, além de outros, pode ser visualizado na atuação meramente técnica de alguns desses profissionais que se propõem a atuar no âmbito do lazer. Isso caracteriza uma incompatibilidade entre as formas como esses temas são tratados nos currículos e as diferentes oportunidades de estudo e atuação que o campo vem abrindo para profissionais formados (ISAYAMA, 2005).

Apesar do constante destaque dado à multidisciplinaridade do lazer, nem sempre são claros os papéis e as funções de cada profissional dentro de uma equipe multidisciplinar envolvida na elaboração, organização, execução e condução de projetos e programas de lazer e turismo, tanto no âmbito público quanto no privado. Por isso, fica evidenciada a necessidade de mais trabalhos que contemplem os estudos acerca da interdisciplinaridade, discutindo questões relativas às ricas possibilidades de interação e intervenção entre áreas, como o turismo e o lazer. Não apenas no campo da atuação, mas, sobretudo, da formação.

Portanto, ao longo dos processos – contínuos – de desenvolvimento desses profissionais que lidarão com essas situações complexas cotidianamente, serão superadas possíveis barreiras que dificultam o relacionamento do turista com comunidades locais em tempos e espaços diferentes do seu habitual, e impedem as variadas formas de se apropriar, partilhar e produzir cultura.

Referências

ALMEIDA FILHO, Naomar de. *Universidade nova: textos críticos e esperançosos*. Brasília: UNB; Salvador: EDUFBA, 2007.

BERNARDINO, Cristina R. & ISAYAMA, Hélder F. Lazer e turismo: análise de currículos de cursos de graduação em turismo de Minas Gerais. *Licere*, v. 9, n. 2, p. 8-23, Belo Horizonte, 2006.

BRASIL. Ministério da Educação. *Resolução n. 13, de 24 de novembro de 2006*. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf>. Acesso em: 16 maio 2010.

- GARCIA, Erivelto Busto. Os novos militantes culturais. In: MARCELLINO, Nelson C. *Lazer: formação e atuação profissional*. 7. ed. Campinas: Papirus, 2005. p. 23-53.
- GASTAL, Susana & MOESCH, Marutschka. *Turismo, políticas públicas e cidadania*. São Paulo: Aleph, 2007.
- GOMES, Christianne L. Lazer: concepções. In: GOMES, Christianne L. *Dicionário crítico do lazer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- GOMES, Christianne L.; SOUZA, Tatiana R. de; LACERDA, Leonardo L. L. de & VEIGA, Ricardo T. Inserção do lazer no contexto da pós-graduação *stricto sensu* em turismo/hospitalidade no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 8, n. 3, p. 54-66, Rio de Janeiro, 2008.
- GOMES, Christianne L. & MELO Victor A. Lazer no Brasil: trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa. *Revista Movimento*, n. 19, Porto Alegre, 2003.
- GOMES, Christianne L.; PINHEIRO, Marcos Filipe G. & LACERDA, Leonardo L. L. *Lazer, turismo e inclusão social: intervenção com idosos*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- GOMÉZ, Angel P. O pensamento prático do professor: a formação do professor como profissional reflexivo. In: NÓVOA, António (Org.). *Os professores e sua formação*. Lisboa: Don Quixote, 1997.
- ISAYAMA, Hélder F. Um olhar sobre a formação profissional no Lazer. *Licere*, v. 8, n. 1. p. 11-19, Belo Horizonte, 2005.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph, 2001.
- LAFARGUE, Paul. *O direito à preguiça*. São Paulo: Kairós, 1980.
- MAIA, Lerson Fernando dos S. A formação de técnico em lazer e suas possibilidades de atuação e intervenção em políticas públicas. In: MARCELLINO, Nelson C. *Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte: para atuação em políticas públicas*. Campinas: Papirus, 2003. p. 81-100.
- MOESCH, Marutschka Martini. Turismo e lazer: conteúdos de uma única questão. In: MARCELLINO, Nelson C. *Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte: para atuação em políticas públicas*. Campinas: Papirus, 2003. p. 19-30.
- MONTEJANO, Jordi Montaner & FAVANO, Andréa. *Estrutura do mercado turístico*. 2. ed. atual. São Paulo: Roca, 2001.
- PINHEIRO, Marcos Filipe G. *Lazer e instituições asilares: reflexões baseadas na análise dos periódicos A Terceira Idade e Revista Brasileira de Ciências do Esporte (2001-2005)*. 2007. Monografia (Graduação em Educação Física) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: EEEFTO/UFMG.
- PINHEIRO, Marcos Filipe G. & GOMES, Christianne L. Lazer, velhice e instituição asilar: reflexões baseadas na revisão de literatura e nos trabalhos apresentados no Encontro Nacional de Recreação e Lazer (2001-2005). *A Terceira Idade*, v. 18, n. 40, p. 27-38, São Paulo, outubro, 2007.
- _____. *Inserção da temática Lazer nos currículos dos cursos de graduação em Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais*. 2009. 130f., enc. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: EEEFTO/UFMG.

SEREJO, Hilton F. B. O lazer e a formação profissional em turismo no nível superior: reflexões no âmbito da instituição pioneira de Minas Gerais (1974-1985). *Licere*, v. 6, n. 2, p. 43-60, Belo Horizonte, 2003.

SILVA, António de S. O desenvolvimento local e a animação turística. In: PEREIRA, José Dantas Lima; VIEITES, Manuel Francisco & LOPES, Marcelino de Sousa (Coord.). *A animação socio-cultural e os desafios do século XXI*. [Ponte de Lima]: Intervenção – Associação para Promoção e Divulgação Cultural, 2008.

TRIGO, Luiz G. G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papirus, 1998.

WERNECK, Christianne Luce G. A formação profissional no lazer em nossa moderna sociedade: repensando os limites, os horizontes e os desafios para a área. *Licere*, v. 1, n. 1, p. 47-65, Belo Horizonte, setembro, 1998.

Elaboração de planos de desenvolvimento turístico como estratégia de ensino-aprendizagem em um curso superior de turismo brasileiro – O desafio da interdisciplinaridade¹

*Marcelo Vilela de Almeida²
Alexandre Panosso Netto³*

RESUMO: O presente artigo é o relato de pesquisa sobre a elaboração de planos de desenvolvimento turístico (PDT) como estratégia de ensino-aprendizagem em um curso superior de turismo da cidade de São Paulo, Brasil. Os principais objetivos foram avaliar a eficácia da elaboração de planos de desenvolvimento turístico municipais (entendidos, por vezes, como trabalhos interdisciplinares, presentes em grande parte dos cursos universitários brasileiros de turismo) como ferramenta de ensino-aprendizagem das disciplinas relativas a planejamento turístico; e identificar os fatores que colaborariam para a obtenção de um melhor resultado em relação aos referidos trabalhos. Além de pesquisa bibliográfica sobre os temas que cercam tal estudo, foi aplicado, ao término do ano letivo, um questionário em alunos do sexto período de um dos cursos

¹ Texto originalmente produzido e apresentado no IV Congresso Latinoamericano de Investigación Turística, realizado em setembro de 2010, em Montevidéu, no Uruguai, revisto e atualizado para a *Revista Lazer & Sociedade*.

² Professor doutor do curso de Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP. Contato: rua Arlindo Béttio, 1.000 – 03828-000 – São Paulo/SP; e-mail: marcelovilela@usp.br.

³ Professor doutor do curso de Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP. Contato: rua Arlindo Béttio, 1.000 – 03828-000 – São Paulo/SP; e-mail: panosso@usp.br.

superiores de turismo mais tradicionais da cidade de São Paulo, Brasil. Posteriormente, os dados foram tabulados e analisados, permitindo-se uma análise mais abrangente. Por fim, destaca-se a grande quantidade de variáveis que influenciaram, positiva ou negativamente, na obtenção dos resultados quanto à realização da atividade em si (trabalho interdisciplinar), quanto à abordagem igualmente interdisciplinar e quanto à efetividade do referido trabalho como estratégia de ensino-aprendizagem.

PALAVRAS-CHAVE: turismo; educação superior; interdisciplinaridade; planejamento turístico; estratégias de ensino-aprendizagem.

ABSTRACT: This article is the research on the development of tourism development plans (PDT) as a strategy for teaching and learning in a college tour of the city of São Paulo, Brazil. The main objectives were to assess the effectiveness of the plans of local tourism development (understood sometimes as interdisciplinary studies, present in most university courses Brazilian tourism) as a tool for teaching and learning of the disciplines related to tourism planning, and identify factors that would contribute to achieving a better result in relation to this work. In addition to literature on the issues surrounding that study was applied at the end of the year, a questionnaire to students in the sixth period of a higher education more traditional tour of the city of São Paulo, Brazil. Subsequently, data were tabulated and analyzed, enabling a more comprehensive analysis. Finally there is the large number of variables that influence, positively or negatively, in obtaining results as to the activity itself (interdisciplinary), as the interdisciplinary approach and about the effectiveness of that work as a teaching strategy and learning.

KEYWORDS: tourism; higher education; interdisciplinarity; tourism planning; teaching strategies and learning.

RÉSUMÉ: Cet article est la recherche sur le développement de plans de développement touristique (PDT) en tant que stratégie pour l'enseignement et l'apprentissage dans une tournée des collèges de la ville de São Paulo, Brésil. Les principaux objectifs étaient d'évaluer l'efficacité des plans de développement du tourisme local (sous-entendu parfois que des études interdisciplinaires, présents dans la plupart des cours universitaires du tourisme du Brésil) comme un outil pour l'enseignement et l'apprentissage des disciplines liées à la planification du tourisme, et identifier les facteurs qui contribuent à réaliser un meilleur résultat par rapport à ce travail. En plus de la littérature sur les enjeux de cette étude a été appliqué à la fin de l'année, un questionnaire aux

élèves de la sixième période d'un enseignement supérieur plus traditionnelle visite de la ville de São Paulo, Brésil. Par la suite, les données ont été compilées et analysées, permettant une analyse plus approfondie. Enfin, il est le grand nombre de variables qui influencent positivement ou négativement, pour obtenir des résultats à l'activité proprement dite (interdisciplinaire), que l'approche interdisciplinaire et sur l'efficacité de ce travail en tant que stratégie d'enseignement et d'apprentissage.

MOTS-CLÉS: le tourisme; l'enseignement supérieur; l'interdisciplinarité; la planification du tourisme; les stratégies d'enseignement et d'apprentissage.

RESUMEN: Este artículo es la investigación sobre el desarrollo de los planes de desarrollo turístico (PDT) como una estrategia para la enseñanza y el aprendizaje en una gira de la universidad de la ciudad de São Paulo, Brasil. Los principales objetivos fueron evaluar la eficacia de los planes de desarrollo turístico local (entendida a veces como estudios interdisciplinarios, presente en la mayoría de los cursos universitarios de turismo de Brasil) como una herramienta para la enseñanza y el aprendizaje de las disciplinas relacionadas con la planificación del turismo, y identificar los factores que contribuyen a obtener un mejor resultado en relación con las obras. Además de la literatura sobre las cuestiones relacionadas con este estudio se aplicó a finales del año, un cuestionario a los estudiantes en el sexto período de una educación superior más tradicional paseo de la ciudad de São Paulo, Brasil. Posteriormente, los datos fueron tabulados y analizados, lo que permite un análisis más exhaustivo. Por último, es el gran número de variables que influyen, positiva o negativamente, en la obtención de resultados en cuanto a la actividad en sí (interdisciplinario), como el enfoque interdisciplinario y sobre la eficacia de ese trabajo como una estrategia de enseñanza y aprendizaje.

PALABRAS CLAVE: turismo; educación superior; la interdisciplinariedad; la planificación del turismo; estrategias de enseñanza y aprendizaje.

Introdução

É comum entre os estudiosos do turismo que esse fenômeno deve ser estudado e ensinado de forma interdisciplinar; todavia, nem sempre está claro como essa teoria se aplica na prática. Teoria e prática não se opõem, pois a teoria está baseada na prática para construir-se e sustentar-se. Uma prática contextualizada é uma práxis crítica, consciente, objetiva, porém nem sempre isso ocorre, pois a distância entre os temas ainda é grande.

A visão interdisciplinar busca o estudo de determinado tema a partir da articulação de várias disciplinas. Seria um olhar mais holístico, completo, sobre um fenômeno na busca de respostas propostas anteriormente. Nesse estudo, os métodos, investigadores e teorias das várias ciências trabalham em sintonia e coordenados. Assim, pretende-se superar a visão disciplinar, que analisa o tema somente sob um aspecto, uma disciplina. Mas é importante dizer que a interdisciplinaridade precisa constituir-se numa meta previamente estabelecida, não devendo ser vista como um valor cego, uma meta a ser alcançada a todo custo. Se ela é válida ou não, dependerá do objetivo do estudo, pois há objetos e problemas de investigação que não requerem a interdisciplinaridade para ser alcançados e solucionados.

Com a perspectiva de contextualizar e analisar se existe a possibilidade da confluência entre teoria e prática em um curso superior de turismo e se a interdisciplinaridade se realiza por meio de uma atividade acadêmica, foi proposto este estudo. Após a contextualização e a discussão teórica, foram avaliadas as respostas de alunos de uma instituição de ensino superior (IES) privada de turismo de São Paulo.

No questionário aplicado aos acadêmicos, buscou-se avaliar se os planos de desenvolvimento turísticos municipais realizados pelos alunos como atividade acadêmica – parte do currículo – foram válidos no processo de ensino-aprendizagem das disciplinas que tinham relação direta com a de planejamento turístico. Buscou-se, também, identificar quais foram os fatores que colaboraram para um melhor resultado na elaboração dos trabalhos. Nesse estudo, portanto, a interdisciplinaridade é posta como pano de fundo que fundamenta o agir acadêmico e o desenvolvimento do estudo na elaboração dos planos turísticos municipais.

Desafios atuais para a formação em turismo no Brasil

Segundo as estatísticas do Ministério da Educação do Brasil, na última década foram fechados ao menos 200 cursos superiores de turismo oferecidos por universidades particulares, havendo significativo aumento da oferta de cursos nas universidades públicas. Além disso, a pós-graduação em turismo no País está em processo de sedimentação e vem ganhando importância e força junto à população, aos empresários do setor, ao governo e aos órgãos de fomento à pesquisa científica brasileiros.

Numa análise rápida, percebe-se, portanto, que a atividade turística não está em crise no Brasil. O que está em crise são os cursos de graduação sem qualidade, ofertados por IES sem compromisso com seus estudantes. Porém, ainda existem alguns desafios para os educadores do turismo no Brasil, sejam eles das IES públicas, sejam das particulares, dentre os quais se destacam:

- compreender a historicidade do turismo como fenômeno social, cultural e econômico;
- evitar a fragmentação do conhecimento em turismo produzido no Brasil;
- superar os preconceitos de outras áreas de atuação sobre o turismo;
- buscar melhor embasamento teórico para uma visão mais crítica sobre a realidade turística;
- fazer com que o turismo de fato seja sustentável, acessível, inclusivo, ético, inovador, mais humano e menos comercial;
- fortalecer a pós-graduação na área;
- conduzir a uma progressiva autonomia do aluno na busca de conhecimentos;
- substituir a simples transmissão de conteúdos por um processo de investigação do conhecimento, criando situações de aprendizagem e desenvolvendo a capacidade de reflexão;
- organizar os cursos de modo a oferecer dinâmicas diferentes, de acordo com os perfis de desempenho a cada momento exigidos pela sociedade, nessa heterogeneidade das mudanças sociais, sempre acompanhadas de novas e mais sofisticadas tecnologias;
- promover contínuas revisões dos projetos pedagógicos, para que eles se constituam em elementos que discutam o ensinar e o apreender num processo de formação, de construção da cidadania e da consciência política, tratando dos fins e valores referentes ao papel da universidade na análise crítica, na transformação social e nas relações entre conhecimento e estrutura de poder;
- orientar o reposicionamento das IES, passando a oferecer cursos com qualidade e novas estratégias que resgatem a importância dos professores e estudiosos do setor ao investirem na pesquisa científica, desenvolvendo conceitos e estudos acadêmicos, bem como um olhar atento às mudanças;
- produzir conhecimentos críticos em turismo, e não somente a crítica ao conhecimento (CASTILLO NECHAR & PANOSSO NETTO, 2010).

No que diz respeito à formação, deve-se conduzir as atividades das IES para o trabalho da interrogação, da reflexão e da crítica, de tal maneira que seja possível elevar ao plano do conceito o que foi experimentado como questões, perguntas, problemas e dificuldades.

Espera-se que, dessa forma, novos horizontes promissores na educação em turismo no Brasil possam surgir e que, de fato, a educação nesse tema seja fortalecida por novos *insights*, novos aportes e novas abordagens que desse esforço se originem, correspondendo a necessidades, sentidos e experiências reais que pedem interpretação e compreensão.

A abordagem do planejamento turístico nos cursos superiores de turismo brasileiros⁴

O planejamento turístico sempre foi uma das principais áreas de formação do ensino superior de turismo no Brasil, recebendo grande ênfase desde sua origem como curso superior. O currículo mínimo que norteou a criação dos cursos de turismo desde a década de 1970, ao fixar os conteúdos mínimos, estabelece, como única matéria específica da área de turismo a de “Planejamento e Organização do Turismo”, que consta até hoje do currículo de praticamente todos os cursos superiores de turismo, principalmente os de bacharelado, embora também esteja presente nas grades curriculares dos cursos de formação de tecnólogos em turismo⁵.

Prova dessa ênfase dada ao planejamento pode ser encontrada no artigo 1º da resolução que estabeleceu o referido currículo mínimo: “a formação em nível superior de profissionais para o planejamento e a organização do turismo será feita em curso de graduação em turismo” (MATIAS, 2002, p. 13). Entretanto, na prática, dada a dificuldade do mercado de trabalho em absorver profissionais voltados para essa área⁶, pouca preocupação observou-se com a questão do ensino desta disciplina – ao contrário do que ocorreu com outras disciplinas técnico-profissionalizantes referentes a outras áreas de atuação do bacharel em turismo, como agenciamento de viagens, transportes e hotelaria, nas quais o rápido progresso técnico passou a exigir uma constante atualização dos futuros profissionais, fazendo com que o ensino também se dinamizasse.

Por outro lado, a necessidade da ênfase no ensino-aprendizagem de planejamento turístico tornou-se extremamente presente a partir dos anos 1990, quando a discussão a respeito da sustentabilidade dos destinos turísticos passou a fazer parte dos currículos escolares de turismo. Os profissionais (e não apenas os de planejamento turístico), cada vez mais cientes da sua importância, também têm procurado adotar o novo paradigma do desenvolvimento turístico definido pelo artigo 9º do Código de

⁴ Partes deste texto, assim como a abordagem da questão disciplinar (item 5), foram publicados, com modificações, originalmente no texto de Almeida (2006, p. 66-88).

⁵ Neste caso, nota-se uma carga horária mais reduzida desta disciplina, uma vez que a formação do tecnólogo em turismo está mais voltada à preparação profissional para a gestão, em nível operacional, dos equipamentos turísticos, havendo uma menor preocupação com o planejamento de destinos turísticos.

⁶ É importante salientar que esse mercado vem se ampliando. Ao contrário do que ocorria até recentemente, quando a única opção profissional restringia-se aos órgãos oficiais de turismo, veem-se bacharéis e estudantes de turismo atuando em empresas de consultoria e assessoria em turismo e em organizações não governamentais (ONGS), as quais desenvolvem planos, programas e projetos que envolvem o turismo, como as ONGS ambientalistas que atuam na área de ecoturismo, por exemplo.

Ética do Bacharel em Turismo, que ressalta o planejamento como uma das principais funções deste profissional, sempre sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável:

Artigo 9º – Entendendo turismo sustentável como modelo de desenvolvimento da atividade turística, caracterizando-se pelo aproveitamento racional de recursos naturais e culturais, o bacharel em Turismo deverá:

§ 1º – planejar o uso adequado das áreas naturais, no desenvolvimento da atividade turística;

§ 2º – criar roteiros e produtos adequados à legislação ambiental em vigor;

§ 3º – respeitar a comunidade receptora, contribuindo diretamente para a melhor absorção social dos benefícios proporcionados pela atividade turística;

§ 4º – no planejamento e organização dos produtos e roteiros, estabelecer, como premissa básica, o respeito e a defesa da integridade dos bens naturais e culturais da comunidade receptora (Código de Ética do Bacharel em Turismo).

Assim, faz-se mister refletir sobre as condições que podem levar a um melhor preparo dos futuros profissionais da área de planejamento turístico. Convém deixar clara, antes de tudo, a visão de educação aqui adotada, que difere da de treinamento. Segundo Trigo (1998, p.164), baseado nas ideias de Frank Go, a educação em turismo

[...] baseia-se no desenvolvimento intelectual da pessoa por meio, por exemplo, da *literatura específica da área, do aprendizado de línguas estrangeiras*, das habilidades no uso de computadores, do conhecimento de outros países e culturas sem direcionamento particular para trabalhos ou responsabilidades específicas. Em contraste, treinamento é o processo de trazer a pessoa para um padrão desejado de habilidades e eficiência por meio de instruções.⁷

Convém ressaltar que, ao tratar de planejamento turístico, este texto refere-se apenas ao planejamento de destinações turísticas, melhor explicitado na definição apresentada a seguir, embora algumas instituições de ensino superior englobem, na disciplina de “Planejamento e Organização do Turismo”, conteúdos referentes ao planejamento e à operação de empreendimentos turísticos, o que parece pouco apropriado, dada a possibilidade da existência de disciplinas específicas para a abordagem de tais temas:

Pode-se dizer que o planejamento turístico é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como

⁷ Ansarah (2002, p. 20), citando Cooper, também estabeleceu a distinção entre educação e treinamento.

direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. Constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução (RUSCHMANN, 2001, p.67).

Atividades práticas

Ansarah (2002, p. 33), ao discorrer sobre algumas práticas pedagógicas com vista ao maior equilíbrio entre a teoria e a prática no ensino de turismo, citou a necessidade da vivência na elaboração de planos de desenvolvimento turístico municipal – trabalho que deve, na visão da referida autora, ser desenvolvido preferencialmente no terceiro ano/quinto e sexto períodos do curso de turismo⁸, a fim de propiciar “[...] aos alunos a experiência completa de um processo de planejamento, de forma real, para que estes consigam compreender, na prática, a importância das diversas disciplinas oferecidas pelo curso de turismo”.

A autora supramencionada apresentou, ainda, dois importantes argumentos para a realização deste tipo de trabalho: (1) aplicação, por parte dos alunos, dos conceitos teóricos em uma realidade concreta, por meio das análises e da indicação de diretrizes para o desenvolvimento de uma determinada localidade; e (2) os municípios-laboratórios que oferecem a oportunidade para a realização deste tipo de trabalho acabam sendo beneficiados pelo recebimento de uma “consultoria” pela qual não poderiam pagar – evidentemente, o trabalho acadêmico não traz o mesmo resultado que aquele que poderia ser obtido com a contratação de uma empresa especializada na prestação destes serviços, mas, certamente, as sugestões apresentadas, elaboradas com o apoio dos docentes, podem ser consideradas na adoção de diretrizes para o desenvolvimento do turismo, uma vez que possuem, segundo Ansarah (2002, p. 34), um forte embasamento teórico.

Para a realização de tais atividades, Ruschman (2001, p. 73) propôs o estabelecimento de parcerias entre núcleos turísticos receptores e as instituições de ensino – o que, consoante o ponto de vista aqui consolidado, deveria ser realizado, quando possível, de modo formal, com o objetivo de fortalecer o nível de comprometimento de todos os envolvidos no processo. Instituição de ensino e governos locais, que devem

⁸ Em algumas instituições de ensino que possuem cursos de turismo com duração inferior a quatro anos/oito semestres, este trabalho pode ser realizado no segundo ano (ou terceiro e quarto períodos, dependendo do regime adotado pela instituição).

garantir as condições necessárias para a realização dos trabalhos; alunos e professores, que devem realizar os esforços exigidos para a concretização exitosa dos planos.

Entretanto, muitas vezes, a realização deste tipo de atividade é marcada por uma série de dificuldades de todo tipo, como a falta de envolvimento dos alunos e demais docentes com o trabalho, a dificuldade de obtenção de dados junto aos poderes públicos e aos empreendedores locais, as limitações de tempo de docentes e discentes para dedicação ao trabalho, de recursos financeiros necessários à realização de viagens e visitas técnicas e de recursos tecnológicos para o adequado processamento das informações obtidas, dentre outras – que devem tentar ser superadas mediante exaustivas negociações com os envolvidos e com muita criatividade por parte de alunos e professores, principalmente.

Apesar das possíveis dificuldades, a realização destas atividades práticas pode conduzir ao desenvolvimento de diversas capacidades, como as elencadas por Bordenave & Pereira (1994, p.128-130)⁹: *observar, analisar, teorizar, sintetizar, aplicar e transferir* o resultado. Estes autores apresentaram uma listagem bem mais ampla de atividades, com suas descrições e orientação para sua realização; entretanto, optou-se por limitar a menção apenas àquelas que guardam alguma relação com as atividades didático-pedagógicas de planejamento turístico. Segundo os autores em destaque, a lista

[...] apenas apresenta sugestões, às quais o professor deve adicionar os métodos criados pela sua imaginação. A única justificativa de uma lista como esta é liberar o professor novo de seu estreito confinamento à exposição oral como única atividade didática que ele conhece e sabe usar (BORDENAVE & PEREIRA, 1994, p.131).

A questão disciplinar na formação para o planejamento turístico

Ao se encaminhar para a apresentação do estudo empírico sobre a questão, não se pode deixar de, ao menos, tocar em um aspecto pertinente à realização de trabalhos de planejamento turístico sem abordar a questão da interdisciplinaridade¹⁰, visto que,

⁹ Abreu & Masetto (1990, p. 61-88) também descreveram algumas estratégias para a aprendizagem, que podem ser aplicadas no ensino de planejamento turístico.

¹⁰ Dentre algumas obras brasileiras que tratam da questão da interdisciplinaridade em turismo, destacam-se, além do trabalho de Trigo (1998), já citado: DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1998; DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: uma experiência no curso de turismo*. São Paulo: Aleph, 2002; REJOWSKI, Miriam. *Turismo e pesquisa científica*. Campinas: Papirus, 1996. Também a *Revista USP*, em número que tratou do tema "Rumos da universidade", trouxe dois textos sobre a questão:

em algumas instituições de ensino superior de turismo, tais trabalhos estão inseridos em uma proposta que pressupõe a reflexão interdisciplinar.

Não se pretende, aqui, discutir a fundo o que seja a interdisciplinaridade, nem apontar a resposta ideal para a resolução da questão da disciplinaridade; todavia, dois pontos são indiscutíveis:

- 1) deve-se buscar ao máximo a integração entre as diversas disciplinas oferecidas no semestre ou ano letivo em que o trabalho de planejamento é realizado, a fim de que o aluno perceba que a própria atividade de planejamento é interdisciplinar por excelência, desde que as disciplinas existentes no currículo permitam tal integração entre si e com o trabalho, ou seja, não se deve, sob o pretexto da interdisciplinaridade, forçar uma situação em que essa “integração” não faça nenhum sentido ou não passe de uma ilusão, pela simples obrigação do professor de determinada disciplina ter que “dar uma nota” em um trabalho que não tenha nenhuma relação com sua disciplina apenas porque esta está inserida na grade daquele semestre ou ano em que o trabalho está sendo realizado;
- 2) deve-se ter em mente o que, certamente, não é interdisciplinaridade: um conjunto de professores obrigados a ler, cada um, a “sua parte” em um determinado trabalho que diga respeito à sua especialidade só reforça a ideia errônea do que seja a interdisciplinaridade. A necessidade da integração entre as disciplinas (não somente entre os alunos, mas entre os professores também) deve ser estimulada pela equipe coordenadora destes trabalhos, e não apenas a divisão dos trabalhos em partes de acordo com a especialidade de cada docente.

Quais impactos econômicos e ambientais a implantação de determinados empreendimentos turísticos pode trazer para a localidade? Quais são as ferramentas de marketing mais adequadas para a promoção de determinados destinos turísticos ambientalmente sensíveis à ação do turismo? São questões como estas que precisam ser respondidas com o uso da interdisciplinaridade, que deve ser buscada através de um grande esforço de todos os envolvidos, embora Trigo (1998) reafirme a necessidade de se avançar rumo a um nível ainda maior de integração, que seria a transdisciplinaridade:

Não basta, por exemplo, uma interação apenas multidisciplinar (diversas disciplinas enfocando um problema ou desafio) ou interdisciplinar (integração de

conceitos e ideias como aspecto fundamental do projeto educacional). O ideal seria o mais elevado nível de integração educacional, a transdisciplinaridade, ou seja, algo além das disciplinas em si. Os programas interdisciplinares iniciam-se com as disciplinas, ao passo que a transdisciplinaridade tem como ponto de partida um desafio ou problema e, pelo processo de solução de problemas, auxiliado por diversos campos de conhecimento, procura chegar a uma solução ou resolução viável. Os autores¹¹ têm consciência de que esse modelo é o mais difícil de ser implementado, pois ele pressupõe uma integração profunda entre os professores e a compatibilidade da própria grade curricular dos cursos, além dos custos envolvidos para garantir material didático, pesquisas e material de apoio como filmes, livros, periódicos, possibilidade de viagens etc., sem contar a inflexibilidade institucional de vários centros de ensino, que dificultam a comunicação entre seus departamentos e professores (TRIGO, 1998, p.158-159).

Avaliação da elaboração de planos de desenvolvimento turístico como estratégia de ensino-aprendizagem

Apresenta-se, a seguir, o relato de uma pesquisa realizada por meio da aplicação de questionários (procedimento autoadministrado pelos respondentes), de forma censitária, em 67 estudantes do sexto período (turno matutino) do curso de turismo de uma IES particular (uma das mais tradicionais da cidade), da cidade de São Paulo, Brasil no final do ano letivo de 2002¹², que teve os seguintes objetivos: avaliar a eficácia da elaboração de planos de desenvolvimento turístico municipais (proposta pela IES como um dos trabalhos interdisciplinares realizados ao longo do curso) como ferramenta de ensino-aprendizagem das disciplinas relativas a planejamento turístico; e identificar os fatores que colaborariam para a obtenção de um melhor resultado em relação aos referidos trabalhos.

Os dados foram tabulados e analisados, permitindo-se a análise dos fatores que mais facilitaram ou dificultaram a realização dos trabalhos, da relação das atividades de pesquisa com as disciplinas do curso e dos possíveis benefícios advindos do trabalho, dentre outros aspectos.

¹¹ Trigo (1998) referiu-se a Jafar Jafari, da Universidade de Wisconsin (Estados Unidos) e a J. R. Brent Ritchie, da Universidade de Calgary (Canadá), que escreveram sobre a educação turística em número especial do periódico *Annals of Tourism Research*, em 1981.

¹² Outras turmas (inclusive do período noturno) foram avaliadas, tanto no mesmo ano como no ano seguinte, para que fosse possível realizar uma avaliação comparativa dos aspectos mencionados.

Apesar de todos os alunos terem recebido os questionários, o número de respondentes limitou-se a 31 estudantes, o que representa 46,3% dos alunos matriculados na disciplina que conduziu as atividades de planejamento turístico no sexto semestre do curso. Estes responderam aos questionários, compostos por 15 perguntas fechadas (dicotômicas e de múltipla escolha) ou mistas e uma pergunta aberta. Entretanto, como resultados preliminares, serão apresentados os resultados de oito das 16 questões.

A primeira indagação dizia respeito aos fatores que, segundo os alunos, mais facilitaram a realização do trabalho; nesta questão, os resultados obtidos foram os seguintes¹³:

- 51,6% assinalaram a orientação do professor-coordenador do trabalho como elemento facilitador;
- a mesma quantidade de alunos (representando também 51,6%) assinalou a realização da visita técnica inicial ao município estudado;
- 48,4% dos respondentes indicaram a relação professor-aluno;
- 45,2% sinalizaram o apoio do município (prefeitura, organizações não governamentais locais, empresariado etc.);
- 25,8% assinalaram as outras atividades propostas pelos demais professores, relacionadas ao trabalho interdisciplinar (TI);
- 12,9% apontaram outros fatores, como o apoio específico de uma pessoa ligada à prefeitura, o entrosamento do próprio grupo de trabalho e a realização de outras visitas;
- 6,5% destacaram a orientação dos demais professores do respectivo ano letivo;
- *o mesmo percentual (6,5%) aparece em relação ao entrosamento entre os colegas de classe.*

Os mesmos elementos foram considerados na pergunta seguinte, na qual se *procurou dimensionar quais foram os fatores que mais dificultaram a realização do trabalho*, obtendo-se os seguintes resultados¹⁴:

- 38,7% assinalaram a orientação dos demais professores do respectivo ano letivo *como fator que dificultou a realização do trabalho (relativo à falta de tempo para orientação, orientação inadequada etc.)*;
- também 38,7% dos respondentes apontaram o entrosamento entre os colegas de classe;

¹³ Os resultados ultrapassam 100% devido à possibilidade de respostas múltiplas.

¹⁴ Os resultados ultrapassam 100% devido à possibilidade de respostas múltiplas.

- 29,0% indicaram a realização de outras atividades propostas pelos demais professores, relacionadas ou não ao TI;
- 19,4% sinalizaram a orientação do professor-coordenador do trabalho (falta de tempo para orientação, orientação inadequada etc.);
- 12,9% indicaram os prazos estabelecidos para a entrega dos trabalhos;
- o mesmo percentual de respondentes (12,9%) apontou outros motivos (“ausência do professor”, excesso de trabalhos, falta de pesquisas de campo);
- 9,7% indicaram a relação professor-aluno;
- 9,7%, também, evidenciaram a falta de apoio do município;
- apenas um respondente (3,2%) viu na realização da visita técnica inicial um fator que dificultou a realização do TI;
- um indivíduo não respondeu a esta pergunta.

Aparecem, pois, como importantes elementos facilitadores da realização do TI a orientação do professor-coordenador do trabalho e a relação deste mesmo professor com os alunos – pelo menos segundo os respondentes desta turma, especificamente –, o que pode indicar a importância da comunicação e da criação da empatia com o grupo para o desenvolvimento satisfatório do processo de ensino-aprendizagem. Diametralmente oposta, aparece, pois, a orientação dos demais professores do respectivo ano letivo como fator que mais dificulta a realização do trabalho, o que pode sinalizar que algo deveria ser feito no sentido de se ajustarem essas relações e/ou atuações dos docentes envolvidos.

Também em relação a uma dimensão que poderia ser chamada de afetiva, merece atenção a possibilidade de contribuição do entrosamento entre os colegas de classe para o desenvolvimento do trabalho, visto de forma mais negativa que positiva pelos respondentes.

Quanto, ainda, aos aspectos facilitadores, merecem destaque a realização da visita técnica inicial ao município estudado (que marca o primeiro contato dos alunos com a realidade a ser analisada, o que tende a ser altamente motivador, desde que seja bem-sucedida) e o apoio do município para a realização do trabalho (que, inclusive, já pode ser sentido durante a referida visita).

Por outro lado, quase 30% dos respondentes criticaram a solicitação de outras atividades propostas pelos demais professores, relacionadas ou não ao TI – embora tais críticas possam estar associadas a diversos fatores subjetivos, que vão desde o interesse (ou desinteresse) pelo curso e pelas disciplinas até outros mais concretos, não deixa de ser digno de nota o fato de este elemento estar, também, relacionado ao envolvimento dos colegas docentes com o referido trabalho (já apontado como problemático anteriormente).

Quando perguntados sobre a metodologia utilizada (divisão do trabalho em grupos, atribuição dos temas aos grupos, apresentações dos trabalhos em sala de aula, elaboração de parte dos trabalhos em sala de aula etc.), os acadêmicos responderam da seguinte forma:

- para 51,6%, a metodologia foi adequada para a realização do TI, facilitando seu desenvolvimento;
- para 25,8%, a metodologia foi adequada para a realização do TI, não interferindo no desenvolvimento do trabalho;
- para 12,9%, a metodologia foi adequada para a realização do TI, mas de difícil aplicação prática;
- para um respondente (3,2%), a metodologia foi inadequada para a realização do TI, dificultando sua aplicação;
- dois indivíduos (o correspondente a 6,5% dos inquiridos) tiveram suas respostas desconsideradas por terem assinalado mais de uma opção (não ficando evidente a prevalência de uma das alternativas).

De modo geral, os estudantes percebem como adequada a metodologia utilizada pela realização do trabalho, sendo que, para mais da metade dos respondentes (51,6%), *ela facilita a realização do trabalho; entretanto, seria interessante avançar na análise (por meio da reformulação da questão ou de entrevistas complementares) não apenas das respostas obtidas, mas também das condições que os alunos têm para fazer tal avaliação.*

Os estudantes foram questionados, também, sobre quais etapas do trabalho eles consideraram as mais interessantes durante a elaboração do TI, obtendo-se os seguintes resultados¹⁵:

- a elaboração das propostas foi considerada a etapa mais interessante do trabalho por 70,9% dos respondentes;
- em seguida, aparece a pesquisa de campo, apontada por 48,4% dos respondentes;
- logo abaixo, aparece a elaboração do diagnóstico (definição de pontos fortes e fracos, oportunidades e riscos), assinalada por 38,7% dos inquiridos;
- 16,1% assinalaram a elaboração do prognóstico;
- 9,7% indicaram a etapa inicial do trabalho (formação dos grupos, definição do município e atribuição dos temas);

¹⁵ Os resultados ultrapassam 100% devido à possibilidade de respostas múltiplas.

- apenas 6,5% destacaram a pesquisa de gabinete (bibliográfica e documental) como etapa mais interessante do trabalho.

Esta pergunta apresentou um dos resultados mais “curiosos” do estudo: a indicação de a grande maioria dos respondentes considerar a elaboração das propostas para o município (fase final do trabalho) como a etapa mais interessante do trabalho – o que, acredita-se, está associado a um desejo de obtenção de resultados práticos e de envolvimento concreto com a realidade observada durante o ano letivo (aspecto que, de qualquer forma, parece ocorrer com o trabalho de campo também); por outro lado, chama a atenção o baixo nível de interesse pela pesquisa de gabinete – fundamental para o sucesso das demais etapas em qualquer tipo de pesquisa.

Outra questão pretendia avaliar se a orientação sobre a dinâmica do TI, fornecida no início do quinto semestre do curso, propiciou o pleno entendimento do que seria a elaboração do TI. Em relação a tal questão, os resultados foram os seguintes:

- 77,4% responderam que sim, ou seja, que a orientação sobre a dinâmica do TI fornecida no início das atividades propiciou o pleno entendimento do que seria a elaboração do TI;
- 12,9% responderam que não;
- 9,7% responderam que não se lembravam mais das orientações recebidas.

Em relação a esta pergunta, pode-se depreender que a apresentação da proposta do trabalho, no início do ano letivo, cumpre sua função de explicitar os objetivos e as dinâmicas de elaboração da atividade – o que tende a contribuir para a obtenção de resultados adequados em termos de aprendizagem (ou seja, compatíveis com os objetivos propostos).

Pretendeu-se, também, identificar (ainda que de forma superficial) a percepção dos alunos quanto à questão disciplinar do referido trabalho, perguntando-se o seguinte: “Entendida a pesquisa interdisciplinar como aquela em que um determinado problema é examinado simultaneamente de diferentes lados (prismas) para considerar aspectos diferentes ao mesmo tempo, você acha que, ao final do trabalho, ela ocorreu de fato?”. Os resultados obtidos foram os seguintes:

- para 77,4%, a pesquisa interdisciplinar ocorreu de fato;
- para um respondente (3,2%), a pesquisa interdisciplinar ocorreu, “mas não muito”¹⁶;
- para 19,4, a pesquisa interdisciplinar não ocorreu de fato.

¹⁶ Esta opção não existia no questionário, mas o respondente fez tal comentário ao lado da resposta “sim”, tendo sido, portanto, considerada para fins de tabulação.

Sem querer entrar no mérito da efetividade da ação interdisciplinar (o que exigiria outros estudos teóricos e empíricos), é no mínimo interessante que os respondentes apontem, de forma tão enfática, a ocorrência da pesquisa interdisciplinar – ou seja, mesmo com as dificuldades mencionadas anteriormente (ligadas, por exemplo, ao envolvimento dos docentes com as demais disciplinas do curso), o resultado, na visão dos discentes, pode ser considerado interdisciplinar.

Ao serem indagados sobre os maiores benefícios advindos da realização do TI, obtiveram-se as seguintes respostas¹⁷:

- 80,6% destacaram a aquisição de maiores conhecimentos sobre a área de planejamento turístico;
- 61,3% apontaram a obtenção de uma melhor compreensão da atividade turística e do fenômeno turístico como um todo;
- 32,3% sinalizaram a obtenção de experiências/vivências junto a órgãos oficiais de turismo;
- 16,1% destacaram a realização de viagens/visitas técnicas;
- 9,7% indicaram a integração da turma;
- 6,5% apontaram outros motivos (o trabalho “espantou a preguiça” e o desenvolvimento do turismo com base em necessidades reais das localidades).

Embora esta pergunta pretenda ressaltar apenas os aspectos positivos da realização deste tipo de trabalho, parecem muito salutaros os benefícios apontados pelos respondentes, dados os elevados percentuais informados em relação à aquisição de maiores conhecimentos sobre a área de planejamento turístico e à obtenção de uma melhor compreensão da atividade turística e do fenômeno turístico como um todo. Também é digna de nota a menção ao contato com órgãos oficiais de turismo (sendo, possivelmente, para muitos, a primeira vez que isso ocorreu).

Por outro lado, a realização de viagens/visitas técnicas (contraditoriamente em relação à primeira pergunta analisada e em relação à crença de muitos docentes de que os alunos gostam desse tipo de atividade externa) e a integração das turmas aparecem como elementos pouco destacados pelos alunos – o que deveria ser observado com mais atenção no sentido de serem identificadas as razões para tais resultados e de se apontarem alternativas para que eventuais problemas quanto a tais aspectos possam ser minimizados e/ou evitados.

Por fim, apresenta-se a avaliação que os respondentes fizeram das possibilidades de uso/implantação do TI por parte da Prefeitura:

¹⁷ Os resultados ultrapassam 100% devido à possibilidade de respostas múltiplas.

- para 9,7% dos respondentes, a possibilidade é total¹⁸;
- para 77,4%, a possibilidade é parcial;
- para um dos respondentes (3,2%), a possibilidade é nula;
- 9,7% não se consideraram em condições de avaliar tal aspecto.

Esta última questão analisada parece, também, indicar que a elaboração dos planos de desenvolvimento turístico municipais tende a ser benéfica não apenas para os estudantes, como estratégia de ensino-aprendizagem, mas também para as localidades estudadas – pelo menos sob a ótica dos graduandos –, o que pode ser encarado, de qualquer forma, como um elemento motivador para que eles se engajem na realização de tal atividade (a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento turístico de uma determinada localidade).

Considerações finais

Uma prática pedagógica renovada, baseada na reflexão acerca da própria atividade educativa, com as características que lhe impõem os atuais e futuros cenários socioprofissionais, deve conduzir ao ensino crítico do planejamento turístico, evitando, assim, a perpetuação de tantas palavras vazias, verdadeiros “chavões”¹⁹, tão proferidos pelos “pseudoespecialistas do turismo”.

A educação superior deve assumir a formação das competências necessárias para a atuação neste novo contexto ao preparar os alunos para participarem do processo de construção do conhecimento. As visões mecanicistas devem ser superadas, dando lugar a uma formação holística, capaz de gerar novas respostas e de criar alternativas promissoras, principalmente onde a desigualdade social é muito grande, como no Brasil. É preciso buscar soluções éticas em que a ciência se apresente engajada não apenas na produção, mas na produção do conhecimento (DENCKER, 2002, p. 45).

Defende-se que o ensino do planejamento turístico não deve ficar limitado à simples aplicação de técnicas de pesquisa de campo, pois ele precisa também incutir nos

¹⁸ Um dos respondentes assinalou, ao lado da opção, uma condição para a implantação total: a existência de recursos financeiros.

¹⁹ A este respeito, ver a discussão de Trigo sobre o “potencial turístico brasileiro” em: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A importância da educação para o turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas & MILONE, Paulo César. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. p. 253-254.

estudantes determinados conceitos que lhes permitam compreender adequadamente a importância dessa atividade, a fim de se evitar que o planejamento seja visto como uma panaceia para todos os males do turismo ou como algo impraticável, restrito à prática didática, sem nenhuma possibilidade de aplicação real.

Convém, ainda, destacar que, assim como o plano de desenvolvimento turístico não é o objetivo em si do planejamento, mas um meio para se alcançarem outros objetivos, também não o é sua elaboração para o ensino dessa disciplina: essa atividade, extremamente rica e importante, deve ser encarada como um meio para a aprendizagem, e não como um fim em si mesma.

Moesch (1990) propôs que se examinem as dimensões do turismo enquanto objeto do planejamento, para uma melhor compreensão de suas anomalias e deformações observadas no Brasil e, talvez, em toda a América Latina – e o processo de ensino-aprendizagem do turismo parece comportar perfeitamente o exame de tais dimensões:

A dimensão racional pressupõe o uso da inteligência e do bom-senso a cada vez que a reflexão levar a uma decisão e uma ação no âmbito do turismo.

A dimensão política decorre do fato de que o planejamento do turismo é um processo contínuo de escolhas e tomada de decisões, em que os objetivos e as metas resultantes dessas escolhas devem ser claros e explícitos, a fim de que possam ser aceitos.

A dimensão valorativa traz as opções de conteúdo ético, pois os segmentos sobre os quais recairão as ações de planejamento do turismo nem sempre têm acesso às decisões das mudanças adotadas.

A dimensão técnico-administrativa preocupa-se com a garantia de estruturas organizacionais dotadas de recursos materiais, técnicos, financeiros e humanos compatíveis com os níveis das decisões adotadas, com a autoridade e responsabilidades, e uma clara delegação de funções em todo o contexto prático da ação turística proposta (MOESCH, 1991, p. 55).

Discutir em sala de aula (e fora dela) essas dimensões, se possível com base na realidade concreta de localidades nas quais estão sendo realizados estudos de planejamento turístico, pode ser altamente enriquecedor ao permitir que se observem os aspectos necessários para a efetiva prática do planejamento, como a importância do cumprimento das etapas de elaboração de um plano de desenvolvimento turístico e a necessidade da existência de um arcabouço institucional que permita a concretização das ações propostas.

Referências

- ABREU, Maria Cecília & MASETTO, Marcos Tarciso. *O professor universitário em aula: prática e princípios teóricos*. 10. ed. São Paulo: MG Ed. Associados, 1990.
- ALMEIDA, Marcelo Vilela de. O ensino de planejamento turístico nos cursos superiores de turismo: reflexões e recomendações para a prática pedagógica. In: RUSCHMANN, Doris & SOLHA, Karina Toledo. *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006. p. 66-88.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais do Brasil*. São Paulo: Aleph, 2002.
- BORDENAVE, Juan Díaz & PEREIRA, Adair Martins. *Estratégias de ensino-aprendizagem*. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – Diretoria de Estatísticas Educacionais – MEC/Inep/Deed. *Sinopse estatística da educação superior 2007*. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/>>. Acesso em: 12 mai 2010.
- CASTILLO NECHAR, Marcelino & PANOSSO NETTO, Alexandre (Orgs.). *Epistemología del turismo: estudios críticos*. México-DF: Trillas, 2010.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: uma experiência no curso de turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- DISCUSSÕES sobre instituições de ensino de turismo na lista <<http://groups.google.com.br/group/ANPTUR-lista>>, realizadas no mês de agosto de 2009.
- MATIAS, Marlene. *Turismo: formação e profissionalização – 30 anos de história*. Barueri: Manole, 2002.
- MOESCH, Norma Martini. Dimensão do turismo como objeto de planejamento. In: SEMINÁRIO LATINO-AMERICANO “TURISMO: GRANDE DESAFIO DOS ANOS 90”. São Paulo: Associação Mundial para Formação Profissional Turística; Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1990. p. 55-59.
- REJOWSKI, Mirian. Panorama do ensino superior em turismo no Brasil. *Turismo em Análise*, v. 7, n. 1, p. 36-61, São Paulo, ECA/ USP, 1996.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. Planejamento turístico. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Turismo: como aprender, como ensinar*. Vol. 2. São Paulo: SENAC/SP, 2001. p. 65-86.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papirus, 1998.

Lazer e turismo em parques zoobotânicos da Amazônia: a importância da atuação profissional em áreas verdes urbanas em Belém, no Estado do Pará

*Patrícia Thatyane Miranda Cabral¹
Mirleide Chaar Bahia²*

RESUMO: As áreas verdes são espaços de imprescindível importância no sistema urbano, pelo valor paisagístico e pelas contribuições socioambientais à cidade e à qualidade de vida da população, sendo também um espaço de lazer, capaz de proporcionar o reencontro com o ambiente natural e o resgate de vivências que se distanciaram, em função da complexidade do ambiente urbano. Este artigo tem por objetivo discutir a relevância das áreas verdes urbanas localizadas em cidades amazônicas, como Belém, no Estado do Pará, e a importância de se analisar o uso público e a atuação profissional nessas áreas. O lócus da pesquisa incluiu o “Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi” e o “Parque Zoobotânico Bosque Rodrigues Alves”. Trata-se de uma abordagem qualitativa, combinando pesquisa bibliográfica e de campo, com o uso de um roteiro de entrevistas semiestruturado. A análise do estudo aponta para uma diminuição dos espaços verdes nos centros urbanos de Belém; a ausência de regularização de algumas áreas verdes, ainda não protegidas por lei; a falta de atuação profissional em diversas áreas verdes; a atuação limitada apenas aos dois parques pesquisados, entre outros aspectos.

PALAVRAS-CHAVE: lazer; turismo; áreas verdes urbanas.

¹ Especialista em Lazer, pela Universidade do Estado do Pará – UEPA. Contato: rodovia Arthur Bernardes, Pass. Natal, 175, Telégrafo, Belém/PA; e-mail: thatyane_miranda@hotmail.com.

² Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, pela Universidade Federal do Pará – UFPA. Contato: travessa Angustura, 1961/504, Pedreira, Belém/PA; e-mail: mirleide@ufpa.br.

ABSTRACT: Green areas carry an essential importance to urban systems, by means of landscaping values and socio-environmental contributions to the city and the population's life quality, besides being considered leisure areas which provide a reunion with the natural environment and a rescue of experiences diverged on urban environment complexity. This article broaches issues on the relevance of urban green areas, located in cities of Amazônia, such as Belém, Pará, and the importance of analyzing public uses and professional performances in those areas. The research was carried out through a qualitative approach, coupled with bibliographical surveys, fieldworks, and semi-structured interviews, with locus in "Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi" and "Parque Zoobotânico Bosque Rodrigues Alves". The survey analysis indicates a decrease in green areas of urban centers in Belém; a lack of regularization of some green areas which are not protected by law yet; a lack of professional performances in several green areas; the performance which is only limited to both surveyed parks, among other aspects.

KEYWORDS: leisure; tourism; urban green areas.

RÉSUMÉ: Les espaces verts revêtent une importance capitale pour le système urbain, grâce à la valeur de leurs paysages et aux contributions socio-environnementales qu'ils apportent à la ville et à la qualité de vie de la population. Ils constituent aussi des lieux de loisir permettant la rencontre avec l'environnement naturel et la reprise de certaines habitudes, disparues en raison de la complexité de l'environnement urbain. Cet article a donc pour but de discuter l'importance des espaces verts urbains situés dans des villes amazoniennes telles que Belém, Pará et la pertinence d'analyser l'usage qui en fait le public et le rôle de l'intervention des professionnels dans ces terrains. L'étude a été menée dans les parcs zoo-botaniques "Bosque Rodrigues Alves" et "Museu Emílio Goeldi". Il s'agit d'une approche qualitative combinant recherche bibliographique et enquête de terrain, cette dernière basée sur une série d'entretiens semi-structurés. L'analyse des données indique, entre autres, une réduction dans le nombre d'espaces verts dans les zones urbaines de Belém, l'existence d'espaces qui manquent de régularisation, d'une législation foncière régissant leur utilisation en milieu urbain, ainsi que d'une intervention professionnelle dans bien d'autres terrains, exception faite aux deux parcs ayant fait l'objet de cette étude.

MOTS-CLÉS: loisir; tourisme; espaces verts urbains.

RESUMEN: Las áreas verdes son espacios de vital importancia en el sistema urbano, por el valor paisajístico y por las contribuciones socio-ambientales

a la ciudad y a la calidad de vida de la población, siendo también un espacio de recreación, capaz de proporcionar el reencuentro con el ambiente natural y el rescate de los momentos vividos que se han distanciado, en función de la complejidad del medio ambiente urbano. Este artículo tiene como objetivo discutir la importancia de zonas verdes urbanas situadas en las ciudades amazónicas, como Belém, Pará, y la importancia de analizar el uso público y las actividades profesionales en esos ámbitos. El locus de la investigación fue el “Parque Zoo-botánico Museo Paraense Emílio Goeldi” y “Parque Zoo-botánico Bosque Rodrigues Alves”. Se trata de un enfoque cualitativo, combinando la investigación bibliográfica y de campo, con el uso de un guión de entrevista semi-estructurada. El análisis del estudio indica una disminución de los espacios verdes en los centros urbanos de Belém, la falta de regularización de algunas áreas verdes que aún no son protegidos por la ley, la falta de supervisión profesional en diversas áreas verdes, la acción limitada apenas a los dos parques estudiados, entre otros aspectos.

PALABRAS CLAVE: recreación; turismo; áreas verdes urbanas.

Introdução

Devido ao crescente processo de urbanização que as cidades enfrentam, principalmente após o advento do modelo industrial, a relação mais estreita com o meio natural tornou-se progressivamente distanciada, na medida em que os espaços verdes foram pouco a pouco suprimidos para a construção das indústrias e a expansão do centro urbano.

Em 1962, já na sociedade pós-industrial, Rachel Carson lançou o livro *Primavera silenciosa*, que continha a descrição de vários casos de degradação ambiental, oriundos do uso irracional dos recursos naturais pelo modelo de sistema capitalista, tornando-se bastante difundido pelas organizações não governamentais e por movimentos sociais em prol do meio ambiente. Seis anos depois, foi criado, por um grupo de 30 especialistas de diferentes áreas, o Clube de Roma, com o objetivo de discutir sobre a crise atual e futura mundial, resultando desse encontro a elaboração de um documento intitulado “Limites do Crescimento”, no qual a situação ambiental já aparece como causa de preocupação mundial (DIAS, 2003a; DIAS, 2003b).

Como uma das consequências desses acontecimentos, a sociedade civil e as instâncias governamentais começaram a sentir os efeitos negativos ocasionados ao meio ambiente e a buscar elementos teórico-práticos e instrumentos legais para a melhoria da qualidade socioambiental nas cidades, fomentando discussões sobre diversas demandas, dentre elas o direito a uma cidade sustentável, a importância das

áreas verdes urbanas na dinâmica dos grandes centros metropolitanos e, conseqüentemente, a necessidade de quadros de profissionais capacitados para atuar em tais áreas, de forma sustentável, crítica e responsável.

Objetivo

O presente artigo tem por objetivo discutir a relevância das áreas verdes urbanas localizadas em cidades amazônicas, em especial na cidade de Belém, no Estado do Pará, e a importância de se analisar o uso público e a atuação profissional nessas áreas. O lócus da pesquisa que subsidia este artigo incluiu o “Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi” e o “Parque Zoobotânico Bosque Rodrigues Alves”, espaços de grande relevância para a cidade, devido à sua representatividade junto à população e à história da capital paraense. A metodologia utilizada baseou-se numa abordagem qualitativa, combinando pesquisa bibliográfica e de campo (SEVERINO, 2000). Para a coleta de dados, elaborou-se um roteiro de entrevistas semiestruturado, direcionado aos usuários dos referidos parques, com fins de coletar informações que revelassem como têm sido o uso público e a atuação profissional nesses espaços.

Desenvolvimento

As áreas verdes na dinâmica urbana

O surgimento das cidades está atrelado às transformações ocorridas no modo de organização e de produção do ser humano. Ao deixar de ser nômade, para se fixar em um espaço, o indivíduo proporcionou a evolução da técnica da agricultura, bem como a possibilidade de estocagem dos alimentos e, conseqüentemente, a existência da troca de excedentes, surgindo assim a base do comércio. Para tanto, era necessário que tudo estivesse concentrado em um único espaço para facilitar seu funcionamento (BRAGA & CARVALHO, 2004).

Apesar de a criação das primeiras cidades ser um acontecimento datado desde a Antiguidade, os processos de urbanização e industrialização são mais recentes, tendo seu marco a partir da Revolução Industrial (séculos XVIII e XIX), quando a população urbana passou a ser maior que a rural, fato este não verificado em nenhum país até 1850. Essa nova forma de configuração das cidades resultou no que se conhece hoje como sociedade urbano-industrial (BRAGA & CARVALHO, 2004).

Com o avanço da malha urbana, *a priori*, os espaços naturais foram se tornando alvos de destruição para dar lugar às novas moradias e à expansão das indústrias, não

havendo assim a preocupação com a preservação do meio natural. A natureza já não tinha mais tanta importância quanto o lucro, segundo a nova forma de pensar advinda do modo de produção capitalista.

A ordenação espacial não supriu as necessidades dos habitantes dos centros urbanos que não tinham espaços de lazer, de encontros e práticas sociais, além da deterioração da qualidade de vida nos centros urbanos. Nesse período, na Europa, começaram a surgir ideias no sentido de tentar conciliar o espaço verde nas cidades de forma a minimizar os impactos do fenômeno urbanístico, o que não seria tarefa fácil em um período no qual a natureza ainda era vista, principalmente, como fonte de matérias-primas para o desenvolvimento industrial (SILVA & FERREIRA, 2003).

Visando a um meio para minimizar os problemas decorrentes da superpopulação e da insalubridade das cidades, foi difundido o pensamento de Howard sobre a “Cidade-Jardim”, o qual propunha um modelo que unia características do campo e da cidade. É importante destacar que, diante da situação verificada no espaço urbano nesse período, a solução encontrada por Howard foi a integração harmônica da natureza na cidade (SABOYA, 2008).

Contudo, os primeiros jardins eram de propriedade particular e um privilégio do qual dispunham somente os reis e a alta nobreza. Posteriormente, os jardins tornaram-se espaços públicos, no entanto ainda de caráter elitista e exibicionista, nos quais era comum

reunir-se: fazer-se público de sua presença, exibir pompa, ver homens e mulheres bem-vestidos e bonitos, contar e ouvir as novidades, assistir a apresentações musicais, mostrar filhas na busca de maridos, homens finos admirando e fazendo corte a cortesãs. Os jogos sociais e sexuais – com a tácita concordância entre seus praticantes – *o plaisir de la promenade*, tinham um palco magnífico nos jardins públicos (SEGAWA, 1996, p. 46).

No Brasil, os primeiros jardins botânicos foram estabelecidos, inicialmente, pela Coroa portuguesa, tendo em vista interesses científicos e comerciais em relação à flora brasileira, a qual, nos dias atuais, ainda desperta a atenção por sua grande diversidade. Além de abrigar atividades científicas, os jardins nacionais, assim como na Europa, eram espaços de encontros e relações sociais (SEGAWA, 1996).

Deve-se também à família real o hábito de se locomover para regiões com predominância natural para descansar.

A necessidade de se criar (*sic*) áreas verdes para lazer, contemplação da natureza e descanso para os cidadãos é demonstrada com mais destaque pela família real, ao construir em cidades como Petrópolis, no Estado do Rio de Janeiro, sua casa

de campo, estabelecendo assim uma nova ordem social, de que a elite urbana se usaria de casas de campo e pequenas chácaras para seu lazer e descanso, em cidades próximas aos grandes centros, sem perder sua comodidade e luxo, mas com aspectos naturais mais evidentes (SILVA & FERREIRA, 2003, não paginado).

Na atualidade, nota-se que o ritmo intenso e acelerado das grandes cidades desperta no ser humano o desejo, cada vez mais latente, de procurar por espaços que possam proporcionar vivências no ambiente natural. Nesse sentido, as áreas verdes urbanas, em forma de parques ou áreas protegidas, aparecem como uma alternativa de se ter um contato maior com espaços naturais, sem maiores despesas de deslocamento.

As áreas verdes são de imprescindível importância no sistema urbano. Além de seu valor paisagístico, contribuem para a purificação do ar, a redução de ruídos, o abrigo para a fauna e a melhoria do bem-estar e da qualidade de vida da população, sendo também um espaço de lazer ao proporcionar ao ser humano a possibilidade de reencontro com o ambiente natural e o resgate de vivências que foram se distanciando pela complexidade do ambiente urbano.

A realidade das áreas verdes urbanas de Belém: o contexto histórico, as pesquisas atuais e o olhar dos cidadãos no cotidiano

A criação dos jardins e o plantio de árvores nos logradouros públicos se fizeram presentes em várias capitais, dentre as quais, no fim do século XIX e início do século XX, se destacou a cidade de Belém, com a implantação de uma política urbanística que valorizava a criação de espaços públicos onde a natureza tinha presença marcante (SEGAWA, 1996).

Conforme explicitou o referido autor, no período de 1898 a 1911, a arborização de áreas urbanas, visando ao embelezamento da cidade e à melhora do sistema de saneamento e higienização, foi marcante no governo de Antonio Lemos, senador do Estado do Pará e intendente de Belém. Natural do Estado do Maranhão, Antonio José de Lemos, deixou sua marca na história de Belém ao realizar, durante seu governo, um plano de modernização e urbanização. Foi influenciado pelo urbanismo realizado por Haussmann, em Paris. As intervenções do urbanista francês, por sua vez, tinham como elementos predominantes

[...] traçados com numerosos entroncamentos em forma de estrela, numa estrutura de bulevares, avenidas, ruas largas que se sobrepunham à trama existente, que impôs à cidade a imagem de uma capital moderna, cuja regularidade da trama viária era compensada pela implantação de uma série de parques românticos (VIEIRA, 2007, p. 156).

Essas modificações urbanas na capital paraense foram favorecidas, financeiramente, pelo auge do ciclo da borracha, no final do século XIX e início do século XX, que, por sua vez, trouxe benefícios em várias esferas. Desse modo, as mudanças durante esse período não se restringiram somente ao campo econômico, mas também podiam ser notadas no plano cultural, que tinha como referência o padrão de vida europeu, ficando esta época conhecida como *Belle Époque*.

Em Belém, a criação e a manutenção de espaços públicos urbanos ajardinados voltados para o lazer da população e visitantes estrangeiros tiveram, na administração de Antonio Lemos, uma atenção especial. Dentre os referidos espaços, podem ser ressaltados a Praça da República, a Praça Batista Campos e o Bosque Rodrigues Alves, este último um dos ambientes estudados na presente pesquisa.

No contexto atual, o panorama que se apresenta em relação à criação e à manutenção de áreas verdes urbanas não é nada animador. De acordo com as pesquisas realizadas a partir de 2003, pelo Instituto do Homem e do Meio Ambiente da Amazônia (IMAZON), as quais traçam um perfil sobre a sustentabilidade da Região Metropolitana de Belém (composta pelos municípios de Belém, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Bárbara e Santa Isabel), constata-se que “conhecida como a ‘Cidade das Mangueiras’, Belém está ficando sem áreas verdes. A Região Metropolitana de Belém perdeu mais de 69% de sua cobertura vegetal, num processo que vem se intensificando desde 1986. Tem apenas 31%” (BAHIA *et al.*, 2008, p. 68-69).

No caso específico da capital paraense, esse número é mais alarmante, pois, entre os municípios pesquisados em 2007, “Belém possuía a menor área *per capita* de floresta: 85 metros quadrados de floresta por habitante” (LEÃO, ALENCAR & VERÍSSIMO, 2008, p. 31), uma redução de 12 m² quando comparado com o ano de 2001. E uma das causas dessa realidade é a falta de planejamento urbano e de gestão responsável, visto que a maioria dos bairros cresce sem dois fatores fundamentais: o ordenamento e a responsabilidade ambiental.

Os moradores de Belém entrevistados confirmaram esse fato em seu cotidiano e registraram que há uma limitação de opções de espaços verdes para a vivência do lazer na cidade, restringindo-se estes ao Bosque e ao Museu – nomes pelo quais os dois parques zobotânicos existentes em Belém são mais conhecidos pela população local.

Eu penso que Belém poderia ter muito mais áreas como essa. Infelizmente, é uma reserva pequena diante de uma imensidão de áreas verdes que a gente tem. E reconhecer a importância desses espaços aqui na cidade eu acho extremamente importante, deveria ter até mais, porque a cidade é grande, tem pessoas que moram muito longe e que não têm essa possibilidade, então deveria (*sic*) ter em outros locais espaços como esse (E13 – Morador).

Apesar dos benefícios proporcionados pelos espaços verdes, sua criação e manutenção ainda são deficientes por parte do poder público que, muitas vezes, não estabelece como pauta prioritária de seus planos de governo as questões socioambientais, não dando a merecida ênfase aos parques, espaços tão significativos para o usufruto da população.

Em visita aos parques zoológicos da cidade, os turistas destacaram principalmente a beleza da fauna e da flora existente nessas áreas, bem como o encantamento que esses espaços despertaram, mostrando a importância que tais áreas possuem no âmbito turístico. Mas também demonstram um certo grau de decepção em relação à quantidade de áreas verdes encontradas em Belém, pois, levando-se em consideração que a cidade está situada na Amazônia – conhecida mundialmente pela sua rica vegetação e biodiversidade –, é grande a expectativa de ver abundância de espaços verdes para o lazer.

Essa carência de áreas verdes disponíveis para o lazer, observada tanto por turistas como confirmada por moradores locais, faz parte da realidade belenense há alguns anos, e sua situação vem sendo agravada com a expansão e o avanço do processo urbanístico.

Os espaços públicos, entendidos como áreas de sociabilidade e lazer, são indispensáveis ao cotidiano das cidades e também podem ser percebidos com dupla função, pois, ao mesmo tempo que proporcionam lazer aos moradores, podem ser vistos como uma pequena amostra cultural do que determinada sociedade possui, atraindo os visitantes que querem conhecer o que pode ser classificado como típico do lugar (FIGUEIREDO, 2008).

Nesse sentido, Castrogiovanni (2000, p. 40) afirmou que as cidades

[...] consolidarão sua posição como produtos culturais e turísticos importantes. Conhecê-las continuará sendo a aspiração de muitos viajantes [...] Para aqueles que atuam como planejadores ou gestores turísticos, considerar este cenário será fundamental. Não será surpresa se, muito breve, as equipes dos planos diretores das localidades agregarem técnicos em turismo e especialistas em cultura. As localidades que assim comprometem seu futuro, com certeza, serão aquelas que se constituirão em produtos mais qualificados para atrair visitantes e investimentos de toda ordem.

A visitação aos espaços verdes se dá, em ampla maioria, pela oportunidade do contato com o meio natural, sendo esse momento de lazer e descontração um elemento significativo para a educação de crianças e adultos sobre a importância das questões socioambientais, fato comprovado em algumas falas dos frequentadores sobre a motivação que os levou a visitar os parques zoológicos e a importância dessas áreas para a cidade.

A proximidade com a natureza, a possibilidade de dar um momento de contentamento para essa criança e estar com a família (E5 – Morador).

Pelo ambiente, porque a gente vive numa cidade muito conturbada, cheia de poluição. E vir respirar esse ar aqui de vez em quando é muito bom (E10 – Morador).

Acho que é muito importante, principalmente para a saúde. Ainda é um local onde se respira ar puro. Acho que o mais importante é isso (E14 – Morador). Eu acho bastante importante para as pessoas conhecerem as espécies de árvores, da fauna, acho legal! E também ar, oxigênio! É sempre importante preservar (E21 – Turista).

Os parques urbanos oportunizam o (re)encontro com o meio ambiente natural, principalmente nas grandes metrópoles. Além de todos os benefícios socioambientais (equilíbrio do clima, redução da poluição atmosférica e sonora, oferta de um ambiente agradável para prática de esportes, caminhadas e passeios, dentre outros) que uma área verde urbana proporciona, ela também se constitui em um significativo elemento de consolidação da identidade local e do sentimento de pertencimento da população local.

Os espaços preservados e revitalizados contribuem de maneira significativa para uma vivência mais rica da cidade, quebrando a monotonia dos conjuntos, estabelecendo pontos de referência e mesmo vínculos afetivos. Além disso, preservando a identidade dos locais, pode-se manter, e até mesmo aumentar, o seu potencial turístico (MARCELLINO, 1996, p. 28).

A presença de parques no contexto urbano também se justifica pelo fato de que, além do patrimônio natural, neles se encontram ainda a história de uma cidade, sua cultura, sua identidade, o que não deixou de ser notado nas falas dos entrevistados. Por isso, é vital que os gestores olhem com mais atenção para os parques urbanos, pois eles são uma amostra da riqueza ecológica e cultural de um município, como foi relatado por um dos turistas entrevistados.

Acho importante, porque a identidade da cidade ‘tá’ muito ligada a isso, ‘tá’ muito ligada, pelo menos no que a gente tem de visão externa. Acredito que está muito ligada à natureza, ao verde, e tem que preservar senão perde a identidade, perde a história (E7 – Turista).

Nesses espaços, há possibilidade de se ter contato com a educação ambiental, por meio das experiências vivenciadas e do conhecimento das pesquisas e dos trabalhos

desenvolvidos pelos profissionais que trabalham naquelas áreas, fato destacado por um turista entrevistado, sobre os conhecimentos com os quais teve oportunidade de ter contato.

Conhecimento e deslumbramento das belezas do parque, conhecimento da infraestrutura e dos programas realizados aqui (Museu) de educação ambiental. Conhecimento de algumas plantas, da flora e da fauna que eu não conhecia (E11 – Turista).

Assim, o lazer pode também ser considerado objeto e veículo de educação (MARCELLINO, 1995), fazendo com que o morador e o visitante, durante esse momento de vivências, tomem conhecimento do patrimônio ambiental urbano de uma cidade, o qual se encontra alicerçado numa visão ampliada e evoluída de caracterização das cidades pelo seu valor histórico, social, ambiental, cultural, formal, técnico ou afetivo, com possibilidades de maior abrangência, incluindo usos e costumes (MARCELLINO, 2006).

Os dois parques zoobotânicos analisados neste estudo são exemplos de áreas verdes urbanas que proporcionam a possibilidade da vivência do lazer e do turismo, bem como a aprendizagem sobre a importância de preservação do meio ambiente e das características culturais de uma cidade, por meio da atuação profissional de equipes multidisciplinares.

O Parque Zoobotânico Bosque Rodrigues Alves

Em 1883, por proposta do presidente da Câmara Municipal, João Diogo Clemente Malcher, a 25 de agosto do mesmo ano, era criado o Bosque Municipal, no antigo bairro do Marco da Légua (atual bairro do Marco), com 15 hectares de mata remanescente da Floresta Amazônica, sendo inspirado no *Bois de Bologne*, bosque parisiense, refletindo a influência marcante do estilo europeu na sociedade belenense (MATTOS, 2006).

Foi no governo de Antonio Lemos que o referido bosque ganhou significativas melhorias, e, de acordo com Mattos (2006, não paginado), foi nessa administração “que foram colocadas grades ao redor dessa área, dando a forma de um parque florestal”, que “passou a ter feição de um jardim botânico para passeio e lazer”.

Desse modo, em 1903, o Bosque Municipal foi reaberto ao público depois de passar por remodelação durante a administração do Intendente Lemos, sendo provido com diversos equipamentos, a fim de proporcionar um espaço de lazer agradável aos visitantes, tais como:

[...] regatas, cascatas, lagos, ilhas, pontilhões, rotundas, grutas. O maquinário hidráulico foi dissimulado na forma de criptas, montanhas, vulcões (!). Pavilhões, cabanas, outras construções evocativas, área para exercícios de ginástica

e viveiros para aves e animais amazônicos também compunham o espaço de divertimento do Bosque (SEGAWA, 1996, p. 208).

O Bosque Municipal, depois denominado Bosque Rodrigues Alves, em homenagem ao presidente da República da época, já passou por várias reformas, tendo sido a última realizada entre os anos de 2005 e 2006, e hoje é um dos espaços da capital paraense que oferece ao público o contato com uma parte preservada da floresta de terra firme amazônica em pleno centro urbano, além de ser uma opção de lazer.

Em julho de 2002, o Bosque Rodrigues Alves passou a ser Jardim Botânico, entrando para a lista do *Botanic Gardens Conservation International* (BGCI), rede mundial de jardins botânicos, que possui 1,8 mil integrantes em 148 países. De acordo com a Resolução n. 339 do Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA), de 2003, entende-se por Jardim Botânico:

Área protegida, constituída, no seu todo ou em parte, por coleções de plantas vivas cientificamente reconhecidas, organizadas, documentadas e identificadas, com a finalidade de estudo, pesquisa e documentação do patrimônio florístico do País, acessível ao público, no todo ou em parte, servindo à educação, à cultura, ao lazer e à conservação do meio ambiente (CONAMA, 2003, não paginado).

Em 2008, esse espaço recebeu a denominação de parque zoobotânico, em função do Jardim Zoológico que abriga desde 1904. Esse parque possui uma variedade de espécies da fauna e da flora amazônica, e, segundo dados da Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMMA), órgão ao qual é vinculado, o espaço conta com mais de 80 mil espécies de plantas vasculares, principalmente orquídeas, cactos e outras suculentas, palmeiras, bulbosas, coníferas e árvores de regiões temperadas e espécies silvestres (SEMMA, 2010, não paginado).

O Parque Zoobotânico Bosque Rodrigues Alves tem uma Coordenação de Extensão Cultural e Educação Ambiental, responsável pelas programações culturais e de cunho educacional proporcionadas aos visitantes. São realizadas trilhas ecológicas guiadas, palestras e oficinas, principalmente às escolas que solicitam tais atividades, mediante o encaminhamento prévio de ofício à coordenação responsável. Existe ainda uma brinquedoteca, que desenvolve atividades de pintura e leitura (geralmente sobre temáticas ambientais); uma biblioteca; um parque com brinquedos; e a realização de passeios de canoa no lago.

O público com deficiência visual também tem acesso às informações sobre a flora amazônica, por meio do Jardim Sensorial, um espaço adaptado com exemplares de plantas com seus respectivos dados em *braille* (sistema de leitura usado por deficientes visuais).

O Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi

Em 1886, por iniciativa do naturalista mineiro Domingos Soares Ferreira Penna, foi fundado o Museu Paraense de História Natural com o objetivo de ser um centro para pesquisa e um catálogo da rica e diversificada fauna e flora amazônica.

Entre os anos de 1894 e 1907, o Museu Paraense, sob a direção do naturalista suíço Emílio Goeldi, alcançou sua consolidação e seu apogeu no campo da pesquisa científica. Em 1985, o Governo do Pará adquiriu uma propriedade, na época conhecida como “rocinha”³, para ser a sede do museu. Nesse mesmo ano, o zoólogo suíço deu início à instalação do parque zoobotânico na área em torno da sede (VELTHEM, 2006).

Em 1900, devido ao reconhecimento do trabalho empreendido por Goeldi e sua enorme contribuição para o Estado do Pará, por determinação do governo estadual, a instituição passou a se chamar Museu Paraense Emílio Goeldi, nome que assume até os dias atuais.

O Museu Goeldi é uma instituição de pesquisa reconhecida em nível internacional, e atualmente, possui três espaços físicos: o Parque Zoobotânico (na avenida Magalhães Barata), o *Campus* de Pesquisa (localizado na avenida Perimetral) e a Estação Científica “Ferreira Penna” (no Município de Melgaço).

O Parque Zoobotânico (PZB) do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) possui uma área de 5,2 hectares e encontra-se no centro urbano de Belém, sendo, desde sua criação, um dos mais importantes espaços de lazer na capital paraense, bem como atrativo turístico para visitantes nacionais e estrangeiros. Vale ressaltar que ele abriga um amplo leque de exemplares da fauna e da flora da região, alguns ameaçados de extinção.

São quase 70 espécies e mais 2 mil indivíduos entre peixes, répteis, aves e mamíferos, cuja reprodução em cativeiro se constitui num atrativo a mais aos visitantes [...] existem cerca de 300 espécies botânicas distribuídas em aproximadamente 60 famílias, num total aproximado de 3 mil exemplares. São árvores, arbustos e plantas de sub-bosque; madeiras de lei, frutíferas e palmeiras, estando nele representada a maioria das espécies amazônicas ameaçadas de extinção (SOARES & MORAES, 2008, p. 2).

³ Tipo especial de habitação, caracterizado como vivenda rural, e referido como “rocinha”. Rocinhas eram utilizadas por seus proprietários como casas para temporadas de descanso e se distinguem em vários aspectos das chácaras e dos sítios, seja na localização mais próxima da cidade, ao longo das principais vias de acesso, seja na existência de grandes varandas ao redor da casa, ou em outros elementos arquitetônicos (VELTHEM, 2006).

O parque conta com exposições, por meio das quais a população visitante pode conhecer os acervos nas áreas de atuação do MPEG, como ciências humanas, zoologia, botânica, ecologia e ciências da terra. As coleções científicas do MPEG contém, aproximadamente, 4,5 milhões de itens. “O acervo de etnografia conta com cerca de 15 mil peças indígenas, negras e ribeirinhas. Na arqueologia, o MPEG possui o mais importante acervo marajoara e tapajônico” (FERNANDES, 2009, não paginado).

Atualmente, o MPEG é mantido com recursos federais, por meio do Ministério da Ciência e Tecnologia, ao qual é vinculado. Faz parte ainda, juntamente do Parque Zoobotânico Rodrigues Alves, da Rede Brasileira de Jardins Botânicos, a qual se constitui em uma sociedade civil sem fins lucrativos, com o objetivo de promover a cooperação entre jardins botânicos, hortos e instituições congêneres.

Visando reordenar e modernizar a infraestrutura do Parque Zoobotânico, o MPEG desenvolveu um projeto para transformá-lo em um bioparque. Mais que uma revitalização, o projeto pretende apresentar a fauna e a flora existentes no espaço de forma diferenciada ao público, ou seja, em ambientes o mais próximo possível do seu hábitat original, diminuindo as barreiras visuais entre os visitantes e os animais, de forma a proporcionar maior integração (FERNANDES, 2009).

O Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi, além de possuir uma amostra significativa de fauna e flora amazônicas, desenvolve ações de cunho educacional, fazendo também a relação entre o que é pesquisado e produzido no Museu Goeldi e o público visitante. Essas atividades são organizadas pelo Serviço de Educação e Extensão (SEC), aproveitando-se do potencial que o espaço oferece para o desenvolvimento de ações que proporcionem o conhecimento sobre as particularidades do ambiente amazônico, bem como conscientizem a população em geral a respeito da importância de cuidar dos recursos naturais, preservando-os.

De acordo com MPEG (2010), os principais projetos educativos são os seguintes: oficinas monitoradas anuais para alunos do ensino fundamental; visitas monitoradas com atividades educativas para estudantes de escolas de ensino regular; campanhas educativas (Semana do Meio Ambiente, Dia do Índio, Dia da Árvore etc.); projeto “O Museu leva ciência à comunidade”, desenvolvido junto aos Centros Comunitários de Belém; o Minuto Zoobotânico, desenvolvido com o objetivo de repassar conhecimentos sobre os acervos vivos e históricos do parque, sensibilizando o público visitante para a preservação desse patrimônio; oficinas e cursos dirigidos a professores e comunidade; formação de monitores ambientais, com orientações sobre educação ambiental; o Espaço Cultural Arte Goeldi, criado para a valorização da cultura popular, com área para exposição de trabalhos artísticos e um empório onde é comercializado artesanato em cerâmica, miriti, madeira, artigos reciclados utilizando vegetais e animais do parque, além de publicações do Museu Goeldi e de outras editoras.

A importância da atuação do profissional de lazer em áreas verdes urbanas

Um dos aspectos primordiais a serem considerados é que os estudos e as linhas de atuação no lazer não se concentram em uma área específica, exatamente por que o lazer tem um caráter multidisciplinar, podendo apresentar intervenções interdisciplinares entre diversos campos de conhecimento e a formação de equipes multidisciplinares de trabalho, abrangendo diversas formações (educação física, turismo, pedagogia, serviço social, psicologia, sociologia, artes, arquitetura e urbanismo, administração, dentre outras) (ISAYAMA, 2002).

Para o autor em referência, a formação do profissional do lazer, aqui denominado “animador sociocultural”, requer um acúmulo de conhecimentos abrangente e deve estar pautada no compromisso pedagógico de aprofundamento teórico-prático; de engajamento político na sociedade; de sensibilidade para valorizar e respeitar os diferentes olhares sobre a realidade; de compreensão mínima das diversas manifestações/linguagens culturais como estratégia e objetivo de intervenção, dentre outros compromissos. Os objetivos da animação sociocultural se caracterizam por

[...] promover uma compreensão das pessoas em relação a si próprias e ao mundo que as cerca; buscar maior participação de todos nas questões sociais mais amplas, por meio da busca de soluções coletivas, sempre renovadas, para os problemas de sua comunidade; e, também, possibilitar uma preparação para empreender mudanças na sociedade, gerando um pensar constante sobre o papel dos sujeitos nesse sentido (ISAYAMA, 2002, p. 110).

Conforme salientou Werneck (1988), essa formação deve se preocupar em formar sujeitos que questionem a realidade e que assumam uma atitude reflexiva em face dos processos sociais e das contradições vividas na sociedade (dentre estas, a exploração desenfreada da natureza pelo ser humano), fazendo do lazer não um mero produto a ser consumido, uma mercadoria a ser comprada, mas uma possibilidade de experiência lúdica, prazerosa, crítica, criativa, sustentável e significativa a ser vivenciada com autonomia e responsabilidade.

[...] os sujeitos têm de ser *atores sociais*, capazes de refletir sobre os limites e as possibilidades da situação na qual se encontram; analisar as contradições; identificar horizontes de manobras; suportar determinados conflitos e incertezas; correr riscos (WERNECK, 1998, p. 7).

Esse animador sociocultural precisa estar formado com a compreensão de que, para além do comprometimento pela construção de novos valores – firmados em bases sólidas de uma sociedade democrática –, o lazer pode contribuir também para um processo mais amplo de educação estética, ou seja, de educação das sensibilidades, da emoção, em harmonia com o intelecto, a razão, a qual pode desenvolver nos indivíduos a capacidade de julgamento e de criticidade a partir do estabelecimento de novos olhares (mais tolerantes e multirreferenciais) acerca da vida e da realidade (MELO, 2002).

Nas vivências de lazer, o animador deve assumir o papel de mediador e educador “pelo e para o lazer”, atuando de maneira a transmitir conhecimentos e propiciar condições de aquisição de comportamentos pautados na autonomia, na seriedade, na sensibilidade e na responsabilidade, para que os indivíduos estejam cientes de suas atitudes no cotidiano e nas áreas naturais, mantendo-se sempre conscientes da necessidade de preservação da natureza e das culturas de comunidades moradoras dessas áreas, se for o caso.

A atuação do animador deve ser direcionada a fomentar a visão das pessoas para a percepção de que, por meio da experiência sensível do lazer, é possível ter acesso a um modo de conhecimento relacionado a determinadas emoções, fundidas com os sentidos corporais, no contato com a natureza.

Esse aprendizado da experimentação, em que está presente certa sensibilização, revela um modo de conhecer especial, ou seja, o conhecimento do ambiente decodificado via informações do corpo. Daí a oportunidade para uma educação ambiental traçar propostas a partir dos sentidos e sentimentos provocados por essas práticas e do que as mesmas acarretam (BRUHNS, 2000, p. 44-45).

A natureza deve ser entendida como um “espaço de celebração” (BRUHNS, 1997) e como um lócus importante para a vivência de experiências por meio de seu corpo, do meio ambiente e das relações com os outros seres. Com esse aumento de estímulos, há possibilidade de se facilitar o desenvolvimento de uma “diversidade de mecanismos de percepção, de decisão e de execução, permitindo a exploração de novas energias (a energia, em vez de ‘pro-jetar’, almeja aqui a profundidade da vivência), novas sensações” (BRUHNS, 1998, p. 20).

Nesse sentido, se a vivência do lazer na natureza não assumir características de alienação na vida das pessoas, como forma de compensação das insatisfações do dia a dia, e sim aprofundar a vivência em busca de novas sensibilidades, de novas sensações, de novas relações consigo, com os outros e com a natureza, é possível adquirir uma experiência que possibilite a projeção de novas atitudes apreendidas no lazer e trazidas para a vida cotidiana.

Especificamente nas áreas verdes urbanas que possuem suas áreas protegidas por lei, como é o caso dos parques em geral, a participação do profissional do lazer (animador sociocultural) nas equipes multidisciplinares é extremamente importante, pois são essas equipes que estarão responsáveis pela elaboração do planejamento das atividades a serem desenvolvidas na área em questão. Para que isso ocorra, o animador sociocultural precisa estar preparado, com saberes e competências gerais e específicas sobre lazer em áreas naturais, tomando caminhos mais comprometidos com uma atuação reflexiva, crítica, criativa e sustentável.

Geralmente, no detalhamento maior de utilização das áreas verdes para o lazer e o turismo, são elaborados os planos de uso público, os quais devem ser de responsabilidade dos animadores socioculturais (turismólogos, professores de educação física ou profissionais de outras áreas), os quais devem assumir algumas responsabilidades, tais como: estudar a capacidade de carga das áreas, montar programas de turismo e de visitação, fazer a articulação com a comunidade local, contratar profissionais para elaborar projetos específicos (dinâmicas de sensibilização sobre meio ambiente, oficinas e atividades de educação ambiental, planejamento de trilhas e oficinas de reciclagem, dentre outras atividades), além de planejar, executar e avaliar a programação desenvolvida nessas áreas, tomando como princípio o diálogo com os seus frequentadores, a fim de rever e retomar pontos de fragilidades e novas necessidades.

Considerações finais

Foi possível verificar que, nos dois parques zoobotânicos pesquisados, existe uma vasta programação de lazer e de educação ambiental, vivenciada por meio de atividades diversas oferecidas à população que visita o local, principalmente nos fins de semana e nos feriados. Há uma grande preocupação com a questão educacional, a fim de que ela possa mediar as relações socioambientais tanto nas áreas verdes quanto no cotidiano urbano, buscando fomentar reflexões que agucem os sentidos, as sensibilidades e as atitudes de seus frequentadores.

No entanto, infelizmente, essa não é a realidade encontrada em outras áreas verdes urbanas da cidade de Belém, muitas das quais carecem de conservação, de projetos de lazer e educação ambiental, bem como de profissionais atuando nos referidos espaços. As áreas verdes, tão significativas no contexto das cidades, vêm amargando o esquecimento por parte das autoridades governamentais, muitas vezes preteridas na elaboração de políticas públicas.

Um exemplo de tal situação é o Parque Estadual do Utinga, uma área de proteção ambiental que, apesar de seu potencial para o lazer e o turismo, bem como para a conscientização ambiental, não vem sendo usufruída plenamente pela população

da cidade, que, na maioria das vezes, nem conhece tal parque, sendo este frequentado apenas pelos residentes de seu entorno. Isso se dá por diversos fatores, dentre eles a ausência de projetos de lazer voltados à população e, conseqüentemente, a falta de atuação de animadores socioculturais na referida área. De forma geral, não há uma política de formação de animadores socioculturais aptos a trabalhar com o lazer em áreas verdes urbanas.

Cabe ressaltar que a animação sociocultural, aliada à educação ambiental, torna-se uma ferramenta essencial para facilitar a democratização do acesso às vivências na natureza, de trocas de experiências entre os grupos frequentadores dessas áreas e de encontro de diferentes culturas, mediando o conhecimento gerado pelos participantes das atividades de lazer e o que poderão incorporar em suas ações do contexto cultural e social. “É uma estratégia que parte do princípio de que, recebendo informações pertinentes, de modo adequado, o visitante estará disposto a mudar suas práticas e seus hábitos em suas visitas à natureza” (BARROS & DINES, 2000, p. 71-72).

As novas atitudes e sensibilidades despertadas por meio de vivências nas áreas verdes podem se refletir no cotidiano das pessoas, por meio de pequenas ações, como evitar jogar lixo na rua, fazer a coleta seletiva, reciclar o lixo, utilizar a água de forma consciente e disseminar a importância da necessidade de se preservarem as áreas verdes urbanas.

Referências

- BAHIA, Mirleide; COSTA, Magda C.; CABRAL, Danielle M. & CARAVELAS, Denise C. Os espaços e os equipamentos de lazer das cidades: o caso de Belém. In: FIGUEIREDO, Sílvia Lima. *Turismo, lazer e planejamento urbano e regional*. Belém: NAEA/ UFPA, 2008. p. 59-77.
- BARROS, Maria Isabel A. de & DINES, Milton. Mínimo impacto em áreas naturais: uma mudança de atitude. In: SERRANO, Célia Maria de T. (Org.). *A educação pelas pedras: ecoturismo e educação ambiental*. São Paulo: Chronos, 2000. p. 47-84.
- BRAGA, Roberto & CARVALHO, Pompeu F de. Cidade: espaço da cidadania. In: GIOMETTI, Analúcia B. dos R. & BRAGA, Roberto. *Pedagogia cidadã: cadernos de formação – ensino de Geografia*. São Paulo: UNESP, 2004. p. 1-18.
- BRUHNS, Heloísa T. O corpo visitando a natureza: possibilidades de um diálogo crítico. In: SERRANO, Célia Maria de T. & BRUHNS, Heloísa T. (Orgs.). *Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.
- _____. Esporte e natureza: o aprendizado da experimentação. In: SERRANO, Célia Maria de T. (Org.). *A educação pelas pedras: ecoturismo e educação ambiental*. São Paulo: Chronos, 2000. p. 25-46.
- _____. Lazer e meio ambiente: a natureza como espaço da experiência. *Conexões: educação, esporte, lazer*. n. 3, p. 7-26, Campinas, Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, 1998.

- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo e ordenação do espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). *Turismo urbano*. São Paulo: Contexto, 2000.
- CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE – CONAMA. *Resolução n. 339, de 25 de setembro de 2003*. Dispõe sobre a criação, normatização e o funcionamento dos Jardins Botânicos, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=377>>. Acesso em: 11 jun. 2008.
- DIAS, Genebaldo. *Educação ambiental: princípios e práticas*. São Paulo: Gaia, 2003a.
- DIAS, Reinaldo. *Turismo sustentável e meio ambiente*. São Paulo: Atlas, 2003b.
- FERNANDES, Leonardo. *Museu Goeldi: referência em acervo e pesquisas*. *Diário do Pará*, Belém, 20 de novembro de 2009. Disponível em: <http://www.diariodopara.com.br/hotsite/orgulhodopara/noticias_cont.php?idnot=68846>. Acesso em: 20 abr. 2010.
- FIGUEIREDO, Silvio. Espaços públicos nas cidades: notas sobre o ordenamento, acessibilidade e turistificação. In: FIGUEIREDO, Silvio (Org.) *Turismo, lazer, planejamento urbano e regional*. Belém: NAEA/UFPA, 2008. p. 79-92.
- ISAYAMA, Hélder Ferreira. *Recreação e lazer como integrantes de currículos dos cursos de graduação em Educação Física*. 2002. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Campinas: FEF/UNICAMP.
- LEÃO, Netuno; ALENCAR, Carla & VERÍSSIMO, Adalberto. *Belém sustentável 2007*. Belém: Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia, 2008.
- MARCELLINO, Nelson. *Estudos do lazer: uma introdução*. Campinas: Autores Associados, 1996.
- _____. *Lazer e educação*. Campinas: Papyrus, 1995.
- _____. Lazer, espaço urbano e transversalidade. In: CARVALHO, João Eloir (Org.). *Lazer no espaço urbano: transversalidade e novas tecnologias*. Curitiba: Champagnat, 2006.
- MATTOS, Antonio. Passeio ao bosque à *belle époque*. *O Liberal*, Belém, 05 de setembro de 2006. Disponível em: <<http://www.orm.com.br/oliberal/interna/default.asp?codigo=186726&modulo=873>>. Acesso em: 11 jun. 2008.
- MELO, Victor Andrade de. Educação estética e animação cultural. *Revista Licere*, v. 5, n. 1, p. 101-112, Belo Horizonte, 2002.
- MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI – MPEG. *Site institucional*. Disponível em: <www.museu-goeldi.br>. Acesso em: 15 maio 2010.
- SABOYA, Renato. Ebenezer Howard e a Cidade-Jardim. *Urbanidades*, 13/10/2008. Disponível em: <<http://urbanidades.arq.br/2008/10/ebenezer-howard-e-a-cidade-jardim/>>. Acesso em: 07 maio 2010.
- SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE – SEMMA. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/portal/new/index.php?option=com_content&view=article&id=6148&Itemid=664>. Acesso em: 18 maio 2010.
- SEGAWA, Hugo. *Ao amor do público: jardins no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, FAPESP, 1996.
- SEVERINO, Antonio. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2000.
- SILVA, Francine & FERREIRA, Willian. Parques urbanos de Uberlândia: estudo de caso no Parque Municipal Victorio Siqueirolli. In: II SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA. *Anais...* Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2003.

SOARES, Antônio Carlos L. & MORAES, Elcione. A paisagem sonora do Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi, Belém – Brasil. In: v CONGRESSO IBÉRICO DE ACÚSTICA/ XXXIX CONGRESSO ESPANHOL DE ACÚSTICA/ SIMPÓSIO EUROPEU DE ACÚSTICA – ACÚSTICA 2008. *Anais...* Coimbra: Universidade de Coimbra, 2008.

VELTHEM, Lucia. *Reencontros: Emílio Goeldi e o Museu Paraense*. Belém: MPEG, 2006.

VIEIRA, Maria Elena Mererege. *O jardim e a paisagem: espaço, arte, lugar*. São Paulo: Annablume, 2007.

WERNECK, Christianne L. G. A formação profissional no lazer em nossa moderna sociedade: repensando os limites, os horizontes e os desafios para a área. *Revista Licere*, v. 1, n. 1, p. 47-65, Belo Horizonte, setembro, 1998.

Lazer e turismo na perspectiva de turistas em cruzeiro marítimo

José Clerton de Oliveira Martins¹
Débora Regina Garcia Pinto²
Felipe Teófilo Ponte³
Francisca Fabiana Menezes Lira⁴

RESUMO: Este artigo trata dos significados da viagem turística no contexto contemporâneo. O método utilizado, a partir do enfoque qualitativo, fundamentou-se na pesquisa teórica, delimitando aspectos etimológicos das concepções de lazer e ócio, assim como a elaboração do percurso histórico sobre o que vem a ser uma viagem turística. O método convocou também aspectos da etnografia, na sua especificidade micro para identificar os significados da viagem turística para participantes de um cruzeiro marítimo. A coleta de dados realizou-se a partir da observação participante a passageiros de um cruzeiro marítimo, na rota turística Natal – Fernando de Noronha – Recife. Para a coleta de dados, aplicou-se um questionário semiestruturado. O recurso para o processo de compreensão dos discursos foi a *análise de conteúdo*. Do estudo, inferiu-se, a partir do que se observou, que os turistas elaboram práticas voltadas a um lazer que toca o tripé proposto por Dumazedier (1979), aportando significados de descanso, diversão e desenvolvimento, assim como elementos

¹ Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade de Fortaleza – UNIFOR.

² Especialista em Turismo e Meio Ambiente pela Universidade Estadual do Ceará – UECE.

³ Graduado em Psicologia pela Universidade de Fortaleza – UNIFOR.

⁴ Mestre em Psicologia pela Universidade de Fortaleza – UNIFOR. Contato: avenida Washington Soares, 1.321 – 60811-905 – Fortaleza/CE; e-mail: jclertonmartins@gmail.com.

associados ao “mercolazer” trazido por Mascarenhas (2005). Perceberam-se, ainda, vivências que apontam para as experiências de ócio, na perspectiva de Cuenca (2000), por suas características de gratuidade, prazer, contemplação e perda da noção espaço-tempo.

PALAVRAS-CHAVE: ócio; lazer; viagem turística.

ABSTRACT: This article discusses the meanings of tourist travel in the contemporary context. The method used from a qualitative approach was used in the theoretical research, delineating the etymological aspect of conceptions of leisure. Just as the development of the historical course of what turns out to be a tourist trip. The method also called aspects of ethnography, in its specificity for micro identify the meanings of travel for participants from a tourist cruise. Data collection took place from participant observation of passengers on a cruise on a tourist Natal – Fernando de Noronha – Recife, to collect data, we applied a semi structured questionnaire. Resources for the process of understanding the speech was content analysis. The study inferred from what has been observed that draw tourists to a recreation and oriented practices that touches the tripod proposed by Dumazedier (1979) bringing meaning of rest, recreation and development. Well as factors associated with the consumption leisure brought by Mascarenhas (2005). There was also experiences that point to the experiences of leisure. In view Cuenca (2000) for their qualities of generosity and contemplation.

KEYWORDS: leisure; tourist travel.

RÉSUMÉ: Cet article envisage étudier les significations du voyage touristique dans le contexte contemporain. À partir d'une approche qualitative, l'étude s'utilise de la recherche théorique, en delimitant l'aspect étymologique des conceptions de loisir ainsi que le développement de la formation historique de ce qui se présente comme un voyage touristique. La méthode a également pris les aspects de l'ethnographie, dans sa spécificité micro pour identifier les significations du Voyage pour les participants d'une croisière touristique. Les données ont été prélevées de l'observation participante de passagers en croisière sur un tour touristique Natal – Fernando de Noronha – Recife. Pour recueillir les données, nous avons appliqué un questionnaire semi-structuré. Les discours des sujets ont été soumis, en suite, à la procédure de l'analyse de contenu. L'étude déduit que les touristes élaborent des pratiques orientées vers un loisir qui touche le trépied proposé par Dumazedier (1979) en portent le sens de repos, de loisir et de développement, ainsi que les facteurs associés au mercoloisir introduit par Mascarenhas (2005). Nous pourrions parler aussi des expériences de loisir

dans le sens proposé par Cuenca (2000), qui inclu les qualités de gratuité, de plaisir, de contemplation et de perte de la notion d'espace-temps.

MOTS-CLÉS: loisirs; tourisme venir.

RESUMEN: El estudio consiste en comprender los significados atribuidos a los viajes turísticos en la contemporaneidad. Es pues un estudio cualitativo. Em el se convoca la la investigación teorica para determinar los terminos ocio, recreación y aun desde el mismo se hace un recogido histórico sobre el concepto de viaje turístico. Tambien hemos convocado la etnografía em su dimension mico para identificar los significados del viaje turísticos para pasajeros de un viaje marítimo em la ruta Natal-Fernando de Noronha-Recife. Para los analisis se convocó el analisis de contenido de Bardin com enfoque fenomenológico. Del proceso inferimos desde lo que se observou, manifestaciones de los turistas de prácticas que tocan al significado de ocio conforme convoca las tres dimensiones de ocio de Dumazedier (1979); descanso, diversión y desarrollo; assim como, elementos asociados al mercolazer propuesto por Mascarenhas (2005). También hemos observado, vivencias que demarcan para las experiencias de ocio, en la perspectiva de Cuenca (2000), por sus características de gratuidad, placer, contemplación y pérdida de la noción temporal en la experiencia del viaje por el placer involucrado.

PALABRAS CLAVE: ocio; viaje turístico.

Introdução

A elaboração deste estudo se deu a partir da pesquisa intitulada “Turismo, entre consumo e contemplação: estudo qualitativo sobre as viagens turísticas na contemporaneidade”, em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade de Fortaleza, no Ceará.

Ressalta-se que este estudo se encontra inserido no projeto “Ócio: representações, práticas e funções, na sociedade que centraliza o trabalho”, sendo este vinculado ao Laboratório de Estudos sobre Ócio, Trabalho e Tempo Livre (OTIUM) da referida universidade e se vincula ao Grupo de Trabalho OTIUM/Estudos Multidisciplinares sobre Ócio e Tempo Livre, cadastrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

A investigação pautou-se em compreender o significado das viagens turísticas num tempo social permeado pela pressa, para os turistas deste tempo social em que se vive. Para este trabalho, foram tomadas como foco as experiências observadas

numa viagem em cruzeiro marítimo na rota Natal – Fernando de Noronha – Recife, adquirido por meio de “pacote turístico”.

Nesse contexto, o estudo desenvolveu-se a partir de uma abordagem metodológica qualitativa, com enfoque etnográfico, com os recursos da observação participante, além de um questionário semiestruturado, usado como guia para entrevista.

Segundo Baztán (1975), a etnografia caracteriza-se como um estudo descritivo da cultura de uma comunidade, ou de alguns de seus aspectos fundamentais. É, portanto, um relato (subjetivo e objetivo) da observação de certa comunidade, identidade, ou grupo cultural. Nessa perspectiva, ela permite que se adentre em dada diversidade sociocultural à medida que facilita, para o pesquisador, o desenvolvimento de uma consciência crítica dessa realidade.

Outra etapa importante para a elaboração deste estudo refere-se ao levantamento bibliográfico sobre as atualizações dos conceitos de ócio e lazer, tendo em vista esclarecer as peculiaridades que evoca cada termo, suas distinções, os pontos de interseção para suporte das análises realizadas por meio do recurso da análise de conteúdo, convocada pelos elementos vivenciais dos sujeitos, no que se refere a essas terminologias abordadas, assim como por suas aplicações a partir das observações e dos discursos dos sujeitos entrevistados.

Assim, este estudo partiu de inquietações que se expressam pelos questionamentos: O que significa para os sujeitos o ato de viajar? O que motiva suas escolhas ao decidirem pela viagem?

Torna-se plausível para o estudo discutir como são entendidas as concepções de viagem turística, ócio e lazer, haja vista serem categorias que necessitam de delimitação para a análise que se desenvolveu.

Viagem turística, um breve recorte histórico

A viagem turística é um fenômeno do turismo que, historicamente, vem mudando seu sentido original, diferenciando-se a cada tempo social, país e cultura local. Portanto, faz-se importante percorrer os primeiros registros sobre a viagem e seus significados. Indubitavelmente, viagem é um termo amplo que gera diversos sentidos e, *no intuito de a pesquisa situar-se no contexto da viagem turística na contemporaneidade*, é interessante designar-se um breve recorte em seu percurso histórico.

Da Antiguidade ao início do século XIX, os viajantes caminhavam ou se deslocavam em migrações, grandes navegações, cruzadas, peregrinações por desígnios variados. Contudo, ao longo do tempo, os sentidos das viagens transformaram-se, especialmente no mundo moderno, em signo de prazer, passando a ser fruto de uma *volição pessoal* (ORTIZ, 1995).

Em sua obra *História do turismo de massa*, Marc Boyer (2003) realizou profunda explanação sobre a historiografia das viagens enfatizadas no contexto turístico, notadamente a de caráter massificado. O referido autor afirmou que “o turismo foi inventado”, expondo desde as primeiras antecipações ocorridas no século XVI, através de viajantes humanistas ávidos em contemplar atrativos da Antiguidade na Itália, passando pelas “revoluções turísticas” do século XVIII, no qual a contemplação da natureza e as práticas nas estações termais, dentre outras motivações, prolongaram o novo desejo de ir aos locais e realizar invenções com sua descoberta do exotismo no tempo e no espaço, e, finalmente, narrando minuciosamente o século XIX, enquanto o período das balizas do turismo de massa.

De acordo com Boyer (2003), esse significativo fato social da cultura europeia do século XVIII, *The Tour*, foi um fenômeno original nascido e desenvolvido na Inglaterra, que fez todas as revoluções – industrial, agrícola, financeira. No caso específico das viagens, caracterizou-se pelos deslocamentos realizados por jovens aristocratas ingleses, destinados ao continente europeu, com duração média de seis meses a dois anos, frequentemente acompanhados por preceptores e obras de grandes referências, *The grand tour*, como também pelas locomoções aos destinos termais, revelando-se como marco indicativo da massificação da viagem.

A invenção dos lugares e das práticas do turismo, ainda elitista, é uma soma de histórias singulares. A mais antiga é a do termalismo mundano. Os britânicos inventaram em seguida a balneação marítima e a temporada de inverno no sul da França (...). Livros especializados explicavam como era preciso viajar, enumeravam as virtudes pedagógicas da viagem que “forma a juventude”, “afasta os preconceitos”, “leva a conhecer outros povos”. No século XVIII, foram implantados todos os estereótipos que vivem ainda hoje de maneira maciça (BOYER, 2003, p. 39).

As viagens europeias no século XVIII foram também responsáveis, em grande dose, pelo culto ao cenário natural dentro de uma abordagem estética sublime. Homens de gosto e educados que viajavam para a Itália em busca de arte, história e antiguidades tinham a oportunidade de, na longa e penosa passagem pelos Alpes, desfrutar do selvagem e do grandioso oferecido pelo cenário da paisagem montanhosa.

Os meios de transporte, sempre lentos, condicionavam a travessia pelos Alpes em cadeiras, no lombo de mulas ou mesmo a pé. Foram condições técnicas de transporte com irrefutável influência sobre o olhar do viajante, um olhar cuja qualidade era necessariamente outra que a do viajante do século XIX, que já percorria a paisagem dentro do trem a vapor e, depois, pela autoestrada, em que as coisas vistas se tornavam um “borrão”.

Já na concepção de Salgueiro (2002), tratava-se não do viajante em expedições de guerras e conquistas, não do missionário ou do peregrino, nem de cientistas ou diplomatas em missão oficial, mas sim do *grand tourist*, conforme era chamado o viajante amante da cultura dos antigos e de seus monumentos, com forte inclinação para contemplar paisagens. Um viajante que dispunha de recursos financeiros e tempo disponível nas primeiras viagens registradas pela historiografia da prática social de viajar por puro prazer e por apreciação à cultura.

A cada novo período, um número expressivo de viajantes era atraído e tinha despertado o interesse para esse cenário que, aos poucos, foi se modificando, de modo que, no final do século, o *Grand Tour* já estava estabelecido para os filhos da classe média urbana (formada por burgueses).

Por sua vez, contrário à concepção experiencial-contemplativa de Salgueiro (2002) e semelhante à concepção de Boyer (2003), Santos Filho (2005) suscitou alguns questionamentos referentes aos aspectos de contemplação da paisagem, reforçador de sua cultura, apreciativo das artes e de edificação pessoal por parte dos viajantes do *Grand tour*. Em suas palavras, este autor opôs-se à ideia de Valéria Salgueiro no sentido de:

[...] pensar o fenômeno do turismo não como algo definitivo, mas, sim, como uma construção histórica que vem sendo moldada segundo o desenvolvimento das relações de produção. [...] Os lazeres começam a ser comercializados, sejam no *Grand Tour* ou por Thomas Cook e com o direito às férias, apesar de estar marcado por lazeres e turismos resultados de uma estratificação social e econômica injusta e discriminatória de ricos que desfrutam das praias europeias, e dos pobres, nos encontros familiares e cultos religiosos (SANTOS FILHO, 2005, p.75).

Nos relatos do autor em referência, enquanto jovens aristocratas, já iniciados nos modelos de produção industrial, deleitavam-se em prazer e contemplavam paisagens e obras artísticas nas grandes viagens, jovens plebeus, por sua vez, usufruíam de seus lazeres nas atividades do cotidiano familiar e religioso, pois, naquele período, especialmente para esta classe social, trabalho e lazer não se distinguiam, demonstrando o caráter estratificado e hierarquizado dessa atividade desde os primórdios.

A viagem turística, portanto, parece vir caracterizando-se como uma atividade de lazer permeada pela lógica econômica utilitarista e funcionalista, favorável à apreensão de experiências prazerosas de acordo com o preço que se pode pagar.

Do *Grand Tour* às viagens em pacotes

Considerou-se, no início, que uma característica essencial dos *Grand Tours* era o fato de que as viagens não se davam num tempo de ruptura com o trabalho. Na verdade,

o *Grand Tourist* era um privilegiado, cujas viagens não eram custeadas pelas economias do seu trabalho. Isso, contudo, é bem diferente do que veio a ocorrer com o turista moderno, aquele do chamado turismo de massa que se expandiu na Europa ao longo do século XIX até os dias de hoje, com indivíduos usufruidores de pacotes turísticos.

Identifica-se, no contexto socioeconômico, cultural e político atual, uma mudança de eixo do tempo social dominante, a partir da mecanização do processo produtivo e, agora, com a aceleração do ritmo de vida. Torna-se contraditório o objetivo da sociedade produtivista às necessidades existenciais, estruturando a vida de forma a excluir o tempo para si e para a família, e centralizando a vida no tempo para o trabalho.

O forte apelo ao consumo invade as atividades de lazer, assim como a viagem turística. A essência do lúdico, que é a liberdade de escolha, de decidir o que fazer sem qualquer constrangimento, é ainda um privilégio de poucos. A inabilidade mediante o tempo livre, a liberdade tolhida e a sociedade acelerada encontra-se representada, na contemporaneidade, na busca pela satisfação total e imediata, ambiente da reinvenção permanente do consumo e dos modos de vida. Com o consumo de experiência, foco do capitalismo contemporâneo, o hedonismo se impôs como um valor supremo, ocasionando relações superficiais, fluidas.

É comum presenciar turistas em pacotes dito ecológicos em visitas que oferecem sensações de choque. Frequentemente, as posturas etnocêntricas enxergam o nativo da comunidade visitada como pobre, selvagem ou primitivo, registrando em fotos a cultura local e, posteriormente, exibindo-as, no retorno de suas viagens, como troféus de safári. Viagens formatadas, institucionalizadas e reduzidas na suas possibilidades de fruição.

Essa viagem turística não favorece uma experiência autêntica, promotora de enriquecimento, pois acontece como um processo exterior ao sujeito, a favor de uma lógica mercantil, uma vez que, frequentemente, ocorre em cenários criados onde esses sujeitos não participam da elaboração da sua viagem, o que pode comprometer a experiência em termos de satisfação.

Por outro lado, uma viagem turística distante desse contexto permite interações entre culturas diferentes, desenvolvimento do sujeito, contemplação do ambiente, imersão na cultura local, trocas culturais, interações, conhecimento da história, e, ainda, na dimensão subjetiva, proporciona poder criativo, humanização, satisfação na experiência em si, convertendo-se o sujeito viajante em protagonista da sua própria experiência.

Considerações sobre o termo *lazer*

Etimologicamente, o lazer origina-se dos termos latinos *licere/licet*, que criados pela antiga civilização romana, relacionavam-se com o permitido, sobretudo consi-

derando os momentos em que cessavam os deveres e as obrigações. A gestação do fenômeno *lazer*, como esfera própria e concreta, deu-se, paradoxalmente, a partir da Revolução Industrial, aparecendo como uma resposta a reivindicações sociais pela distribuição do tempo liberado do trabalho, e assumindo, em um primeiro momento, o sentido de descanso (MARCELLINO, 1983).

Segundo Claude Charron *apud* Camargo (1998), o lazer é o conjunto de atividades que se cumprem, uma vez terminado o trabalho cotidiano, semanal ou anual. As atividades podem ser bastante diversas, como praticar esportes, realizar trabalhos voluntários em casa, participar de jogos, caminhadas e excursões, fazer trabalhos manuais, ir ao cinema, militar politicamente, ler, fazer cursos noturnos, além das atividades sociais que são prazenteiras. Em suma, é uma mescla muito heterogênea de ações e tarefas do corpo e da mente, que são satisfatórias porque o indivíduo pode escolher livremente.

Para Renato Requixa (1980), o lazer é visto como uma ocupação não obrigatória, de livre escolha do indivíduo que a vive, e cujos valores propiciam condições de recuperação psicossomática e de desenvolvimento pessoal e social.

Nesse contexto, outra discussão pertinente vai ao encontro da relação entre o lazer e o consumo, uma vez que este cotejo implica mais do que um preenchimento material de uma necessidade em um espaço externo ao ambiente de trabalho. Segundo Werneck (2003), o consumo pode ser compreendido sob vários enfoques, sendo priorizadas, nesta análise, as perspectivas da racionalidade econômica e da racionalidade sociopolítica.

Outra terminologia que precisa ser esclarecida, haja vista ser confundida por inúmeros autores da área enquanto sinônimo de lazer, diz respeito ao ócio. Uma experiência que toca uma dimensão distinta e, ao mesmo tempo, equivalente das esferas dos tempos sociais.

Ócio na contemporaneidade

Ao longo da história, a concepção de ócio sofreu inúmeras transformações, tendo a mais radical delas ocorrido na modernidade – época na qual o trabalho e a racionalidade tornam-se um dos principais norteadores da vida dos indivíduos. Etimologicamente, a palavra ócio encontra-se associada à *psicagogia*, um fundamento arcaico implicado no processo de formação dos homens da Grécia Clássica (séculos VII a.C. e VI a.C.). Permite-se dizer que ela representava um aprendizado resguardado a preceitos como a potencialização dos talentos e o autoconhecimento (SALIS, 2003).

De um ponto de vista pessoal, o ócio integra a forma de ser de cada pessoa, tornando-se expressão de sua identidade. No entanto, a vivência do ócio não é

dependente da atividade em si, nem do tempo, do nível econômico ou da formação de quem a vivencia, mas sim de sua relação com o sentido atribuído por quem a vive (CUENCA, 2000).

Josef Pieper (2004), em *Ocio e a existência*, indagou sobre a experiência de ócio a partir da lógica da contemplação festiva. Um movimento em que o sujeito transgride dada função social, eliminando o espaço e o tempo, adentrando, então, uma contemplação do mundo enquanto uma totalidade e realizando a si mesmo como um ser projetado para o mundo como um todo.

Em sua compreensão, o ócio pode ser analisado sob duas perspectivas: objetiva e subjetiva. Do ponto de vista subjetivo, tem relação com a vivência de situações e experiências prazerosas e satisfatórias; já do ponto de vista objetivo, relaciona-se com a prática de algumas atividades (VALLE, 2000).

Assim, ócio vem se inserindo nesta contemporaneidade como o âmbito da experiência livremente escolhida, expressão de identidade e subjetividade, desvinculada das obrigações e pressões de qualquer ordem. Ele se relaciona com a motivação intrínseca, mas possível a partir da consciência deste valor.

“Diário de bordo”: aspectos observados na experiência da viagem

O navio dota-se de capacidade de transporte para 650 passageiros e 15.781 toneladas. É constituído de 11 deques, dos quais oito ficam disponíveis para movimentação e uso dos passageiros. As cabines de acomodação dividem-se entre os oficiais e funcionários prestadores de serviço.

Os oito deques destinados à movimentação e ao uso dos referidos compradores do pacote turístico constituem-se da seguinte forma: (1) *Fortune Deck* – cassino e cabines; (2) *Cedars Deck* – hall de acesso ao navio (serviço e passeios) e cabines; (3) *Phoenician Deck* – *Shorex Office Reception, Duty Free, Travel Value Shop, Photo Gallery*, hall de acesso ao navio; (4) *Merry Deck* – *Mermaid Restaurant* (vista panorâmica para piscina), *Reflections Lounge, Reflections Bar, Dance Floor, Business Center, Stars Show Lounge*, clubinho da criança (máquinas de fliperama) e biblioteca; (5) *Boat Deck* – *spa*, massagem, hospital, salão beleza, *Horizont Buffet*, cabines luxo; (6) *Sun Deck* – academia, sauna, piscinas, bar (área externa); (7) *Compass Deck* – bar do primeiro piso, minicampo de golfe, piscina (área externa); e (8) *Panoramic Deck* – bar do segundo piso (área externa).

Os turistas compunham, predominantemente, uma faixa etária entre 18 e 54 anos, segundo os registros de bordo do navio. Observou-se um número mínimo de crianças participando do cruzeiro. A população de passageiros era composta somente

de brasileiros, que, em sua maioria, realizavam pela primeira vez uma viagem nesse tipo de transporte.

Durante o percurso, observou-se, quanto à disposição das dependências do navio, que os passageiros buscavam, com maior frequência, os decks 6, 7 e 8 (setores externos), onde se encontravam as piscinas, a academia, a sauna e o minicampo de golfe; eles também buscavam o bar do primeiro piso (deck 7) e o do segundo piso (deck 8).

Dentre os equipamentos relatados, percebeu-se a predileção pela piscina, pelos bares e pela parte externa do navio. Ressalte-se que esta última referência servia como espaço pelo qual os turistas optavam quando não participavam da programação estabelecida pelo cruzeiro. Dessa forma, observou-se que, nos referidos ambientes, os passageiros demonstravam contemplar o entorno visitado (o mar, os pássaros, os relevos das costas, os barcos pesqueiros), além de falarem por telefone com parentes, amigos etc.

O *Horizont Buffet* era frequentado apenas nos períodos destinados à alimentação. O *Travel Value Shop* (deck 3) representava um mini-shopping de luxo no cruzeiro e, apesar de se perceber certo fluxo nesse espaço, o registro de compras foi, durante o percurso do programa, baixo, segundo funcionários do setor.

No hospital, foram registrados, segundo o relato do médico, apresentado no último dia da viagem, apenas cinco casos resguardados a problemas de enjoo e mal-estar, causados pelo balanço do navio.

O deck 4 tinha um predomínio de passageiros à noite, haja vista os shows (apresentações de piano, música ao vivo), as mostras de comédia, os concursos de caraque, e o bar. A biblioteca funcionou como espaço para jogos de carta e dominó. O clube das crianças funcionava apenas durante o dia, destacando-se a existência de uma quantidade mínima dessa população.

Descritas essas percepções e observações colhidas no transcorrer da viagem (durante os cinco dias), parte-se agora para outro momento do estudo: a análise dos dados extraídos do referido cruzeiro, durante o seu percurso, e ainda a partir de algumas impressões dos compradores de pacotes turísticos.

O sentido da viagem para os turistas

Segundo Minayo (2000), o método de análise de conteúdo ajusta-se tanto à articulação dos dados das pesquisas de viés qualitativo quanto à análise de trabalhos de cunho quantitativo. Bardin (1977) afirmou que a *análise de conteúdo* abrange as seguintes prerrogativas: explicitação, sistematização e expressão do conteúdo das mensagens. Esses elementos vão de encontro à construção de um discurso lógico e justificado.

Diante do colocado, ressalta-se que a pesquisa, dentre os métodos de coleta de dados, utilizou-se do questionário semiestruturado com duas perguntas norteadoras (“O que motivou a realização desse tipo de viagem?” E “Qual o sentido que essa viagem apresenta para você?”) e duas fechadas (sexo e faixa etária).

Valendo-se, para este estudo, das indagações de cunho livre, elegeram-se, a partir dos objetivos propostos, quatro falas compostas por dois discursos de homens e dois de mulheres, com idades entre 18 e 54 anos, que foram analisadas e discutidas no desenvolver do trabalho. Vale salientar que se efetuou tal escolha em virtude das limitações postas para um texto desta natureza (número de páginas etc.). Ressalta-se que a escolha dos discursos priorizou enfatizar o fator *variabilidade*, haja vista ser um elemento que traz significância amostral para as análises.

A seguir, podem ser vistos, então, os trechos-chave recolhidos:

Caracterização – Homem, 22 anos:

1. (...) o principal elemento que me fez viajar neste cruzeiro foi o fato de conhecer um novo lugar e um lugar tão rico como Fernando de Noronha (*sic*).
2. (...) essa viagem tem o sentido de encontro em família, pois neste cruzeiro conseguimos reunir pais e filhos. Foi uma viagem muito gratificante (*sic*).

Caracterização – Mulher, 54 anos:

1. (...) principais motivos da viagem: apreciar o ecossistema da ilha; viajar em família com os filhos; curtir uma viagem marítima (*sic*).
2. (...) principal sentido da viagem foi estar com a família e desfrutar neste lugar paradisíaco (*sic*).

Caracterização – Homem, 48 anos:

1. (...) a questão do novo, uma vez que é minha primeira viagem de navio. Por já ter viajado por terra em muitas outras ocasiões e também ter tido ótimas referências quanto ao prazer de fazer uma viagem dessa natureza (*sic*).
2. (...) o sentido de tentar entender, ou melhor, reconhecer, o valor da coragem, da determinação, de ser arrojado o suficiente para enfrentar o desconhecido e descobrir valores, outras terras e conquistas pessoais. Isso porque, na imensidão do mar, lembro-me de como deve ter sido a experiência dos navegantes do passado, que por sua coragem e visão de futuro nos trouxeram a esse estado de prazer, conhecimento e beleza (*sic*).

Caracterização – Mulher, 18 anos:

1. (...) um sonho e realização de trabalho (*sic*).
2. (...) muito bom (*sic*).

Mediante os discursos, foi elaborado um quadro analítico, dividido em três setores – população, UR (unidade de registro) e UC (unidade de contexto) – cujo objetivo primou por adequar-se didaticamente à proposta de Laurence Bardin (1977) da análise de conteúdo, e aos próprios dados levantados no contexto do trabalho. Desses dados, foram extraídos trechos, no interior das falas, a partir da técnica da análise temática (leitura flutuante, escolha do material e elaboração dos indicadores) ou, segundo a autora em questão, nas operações de desmembramento do texto em unidades, ou seja, descobrir os diferentes núcleos de sentido que constituem a comunicação e, posteriormente, realizar o seu reagrupamento em classes ou categorias.

Usam-se duas terminologias específicas nos processos de análise: unidade de registro (UR), cuja prerrogativa resguarda-se a um recorte semântico do *texto menor* – o discurso do sujeito (a fala); e a *unidade de contexto* (UC), que, em síntese, deve fazer compreender a unidade de registro – implica uma construção dedutiva (palavra-chave) que descreva o significado do trecho trazido.

Em todo o processo da análise qualitativa, buscou-se apoio nos fundamentos do método fenomenológico, havendo preocupação com a experiência a partir da realidade observada, o que leva à compreensão de que ela é construída socialmente e, por sua vez, não pode ser única, de modo que existem, assim, infinitas possibilidades de interpretação.

Quadro 1 Análise de conteúdo

nº	população	unidades de registro (ur)	unidades de contexto (uc)
1	Homem, 22 anos	Conhecer um novo lugar Viagem muito gratificante	Conhecimento/descoberta Descanso/satisfação
2	Mulher, 54 anos	Apreciar o ecossistema da ilha Curtir uma viagem marítima	Percepção estética Diversão
3	Homem, 48 anos	Prazer de fazer uma viagem dessa natureza	Prazer
4	Mulher, 18 anos	Realização de trabalho	Satisfação

Fonte: elaborado pelos autores em junho de 2010, seguindo orientações da metodologia de análise de conteúdo de Bardin (1997).

Interpretou-se, a partir da coleta de dados (os trechos significativos/UR e as palavras sínteses/UC), que a população amostral representada pelo gênero masculino apresenta, no sentido dos seus discursos, elementos que resguardam uma vivência

turística pautada nos preceitos do lazer, segundo as concepções de Dumazedier (1976 e 1979), ou seja, uma prática exercida à margem das obrigações sociais, interligada a uma função de descanso, desenvolvimento da personalidade e diversão – conhecida por estudiosos como a teoria dos três “D”. Requixa (1976) complementou essa conceituação ao inferir que o lazer constitui-se como sendo:

[...] um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (REQUIXA, 1976, p. 33).

Bramante (1998) observou ainda que o lazer, na prática da sua vivência, está relacionado diretamente às oportunidades de acesso aos bens culturais, os quais são determinados, de forma geral, por fatores sociopolíticos e econômicos, e influenciados por fatores ambientais. Por meio dessa acepção, seria possível incluir o discurso do sujeito número 2, posto que um dos fragmentos da sua fala tocou esse sentido. Para tanto, percorrendo ainda esse discurso, observou-se a presença do elemento estético, uma variável que, dependendo do seu contexto de uso e interpretação, adentra a esfera do ócio.

Nessa perspectiva, Arroyabe (2006) tratou a dimensão estética do ócio como uma experiência dinâmica que requer, da parte do pesquisador, certo esforço no que se refere a distinguir relações, identificar os sistemas simbólicos ou destrinchar os significados. John Dewey (1949) chamou a atenção para aqueles momentos concretos na história do indivíduo, quando determinados processos de vida adquirem uma intensidade e uma unificação em torno de um objeto, de um acontecimento ou de uma situação.

No sujeito 4, depara-se com um trecho significativo que representa um tipo de realização sentida que atravessa os âmbitos do trabalho e fora dele. Observa-se um tipo de experiência marcada por uma dimensão privilegiada da expressão humana dentro de um tempo conquistado, materializada por intermédio de uma experiência pessoal criativa, de prazer e que não se repete no tempo-espço. Ela é enriquecida pelo seu potencial socializador e determinada, predominantemente, por uma grande motivação intrínseca e realizada dentro de um contexto marcado pela percepção de liberdade (SALIS, 2004; CUENCA, 2000; MARTINS, 2008).

Considerações finais

A partir do processo relatado, muitas possibilidades se manifestam na proposta de se investigar sobre os sentidos atribuídos por turistas em viagem num cruzeiro

marítimo. Assim, por exemplo, o processo revelou manifestações, por parte dos turistas, de práticas voltadas para um lazer na proposta de Dumazedier (1980), focada em descanso, diversão e desenvolvimento, principalmente no que diz respeito às *atividades* fora do cruzeiro: passeios marítimos (mergulhos, passeios de lancha, banhos de mar etc.) e terrestres (passeios nas cidades, nas praias etc.).

Em outra possibilidade, e de acordo com o referencial teórico convocado, as experiências a partir dos sentidos atribuídos a estas, impressos nos discursos dos sujeitos, levam a inferir que, em alguns momentos, a viagem toma o sentido de experiência estética e de elementos do ócio autotélico (CUENCA, 2000), sobretudo naqueles momentos nos quais os passageiros rompiam a rotina estabelecida pelo programa prescrito, como contemplando a natureza (paisagens arbóreas, o mar, os pássaros, a lua etc.), por exemplo, em confluência com aspectos, como gratuidade, eliminação da noção tempo-espaco, prazer, autonomia na escolha da experiência etc., além de suas motivações intrínsecas resguardadas ao próprio âmbito do processo de viagem.

Ressalta-se que essas características não foram as únicas encontradas nas observações e percepções durante a viagem no cruzeiro, pois, por meio da metodologia etnográfica de cunho fenomenológico, encontraram-se configurações de uma prática que se direcionava ao contexto de um lazer consumista.

A incorporação desses valores resulta na satisfação na busca pela posse (compra) de objetos, direcionados pelo ato de consumir. Nessa direção, Mascarenhas (2005) apontou que plataforma mercantil constitui-se, atualmente, como mais uma manifestação do lazer, e esta representa a forma dominante de tal fenômeno em tempos de hipermodernidade consumista.

Nesse contexto, os espaços para o lazer passam a ser direcionados ao ato alienante de consumir. A consequência advinda desse processo é uma ilusória sensação de prazer e satisfação imediatos, resultando em efeitos de aborrecimento, tédio e vazio após determinado período de prática.

Para além de mero negócio, retoma-se a ideia inicial das viagens a partir do pensamento de que esse ato deve ser, antes de tudo, uma manifestação do desejo de transformação de si, no encontro com o outro, que pode envolver algum consumo, porém este não representaria o fim da experiência de viajar.

Para finalizar, entende-se que as viagens turísticas podem ser atividades de lazer plenas de experiências prazerosas com um fim em si mesmas, percebidas pelo sujeito como maior grau de autenticidade e autonomia. Viagens estas que podem elevar esse homem inserido no contexto social consumista a também levá-lo a perceber-se protagonista de sua viagem proporcionando momentos de descoberta, aprendizado, contemplação, interação, descanso, desenvolvimento, diversão.

Referências

- AGUIRRE, Báztan. *Etnografía: metodología cualitativa en la investigación socio-cultural*. Barcelona: Boixareu Universitaria Marcombo, 1995.
- AMARAL, Ricardo. *Cruzeiros marítimos*. Barueri: Manole, 2002.
- AQUINO, Cássio A. B. & MARTINS, José Clerton de O. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade que centraliza o tempo de trabalho. In: CUENCA, Manuel C. & MARTINS, José Clerton de O. (Orgs.). *Ócio para viver no século XXI*. Tradução de Artur Rocha, Clerton Martins, Maurício Benevides et al. Fortaleza: As Musas, 2008.
- ARROYABE, María Luisa A. F. de. Estética del ocio. In: CUENCA, Manuel C. *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio*. n. 31. Bilbao: Universidad de Deusto, 2006. Cap. 2, p. 41-58.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BOYER, Marc. *História do turismo de massa*. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2003.
- BRAMANTE, Antônio Carlos. Lazer: concepções e significados. *Licere*: v. 1, n. 1, p. 9-17, Belo Horizonte, set., 1998.
- CAMARGO, Luiz Octávio de L. *Educação para o lazer*. São Paulo: Moderna, 1998.
- CUENCA, Manuel C. *Ócio humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000.
- CUENCA, Manuel C. & MARTINS, José Clerton de O. (Orgs.). *Ócio para viver no século XXI*. Tradução de Artur Rocha, Clerton Martins, Maurício Benevides et al. Fortaleza: As Musas, 2008.
- DEWEY, John. *El arte como experiencia*. Versão e prólogo de Samuel Ramos. México: Fondo de Cultura Económica, 1949. Resenhado por Luis Washington. *Revista Brasileira de Filosofia*, v. 3, n. 1, p. 182-187, São Paulo, jan./mar., 1953.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Sociologia empírica do lazer*. Tradução de Sílvia Mazza e J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- _____. *Lazer e cultura popular*. Tradução de Maria de Lourdes S. Machado. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- LABATE, Beatriz C. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia Maria T.; BRUHNS, Heloísa T. & LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. São Paulo: Papirus, 2000. p. 55-80.
- MARCELLINO, Nelson C. *Lazer e humanização*. Campinas: Papirus, 1983
- _____. *Estudos do lazer: uma introdução*. Campinas: Autores Associados, 1996.
- MASCARENHAS, Fernando. *Entre o ócio e o negócio: tese acerca da anatomia do lazer*. 2005. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Campinas: FEF/UNICAMP.
- MINAYO, Maria Cecília de S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- ORTIZ, Renato. *A viagem, o popular e o outro*. Caxambu: ANPOCS, 1995.

PIEPER, Josef. Ócio e a existência humana. Tradução de Michael M. Schäfer. *Revista de Magistro de Filosofia*, n. 2, Anápolis, jul./dez., 2004.

REQUIXA, Renato. *Sugestão de diretrizes para uma política nacional de lazer*. São Paulo: SESC, 1980.

SALGUEIRO, Valéria. *Grand tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura*. *Revista Brasileira de História*, v. 22, n. 44, p. 289-310, São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01882002000200003&script=sci_arttext&tlng>. Acesso em: 17 jan. 2010.

SALIS, Viktor D. *O ócio criador, trabalho e saúde*. São Paulo: Claridade, 2004.

_____. *Mitologia viva: aprendendo com os deuses a arte de viver e amar*. São Paulo: Nova Alexandria, 2003.

SANTOS FILHO, João dos. Espelho da história: o fenômeno turístico no percurso da humanidade. *Revista Espaço Acadêmico*, n. 50, Maringá, julho, 2005. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/050/50jsf.htm>>. Acesso em: 19 jan. 2010.

SERRANO, Célia Maria T.; BRUHNS, Heloísa T. & LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papyrus, 2000.

VALLE, San Salvador del. *Políticas do ócio*. Documentos de Estudios de Ocio, n. 17. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000.

WERNECK, Christianne Luce G. *Significados de recreação e lazer no Brasil: reflexões a partir da análise de experiências institucionais (1926-1964)*. 2003. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: UFMG.

Direito e turismo

Livia Maria Armentano Koenigenstein Zago¹

RESUMO: Enquanto a segunda maior atividade econômica do planeta, o turismo ainda carece de compreensão jurídica mais ampla que contemple todos os envolvidos em atividades turísticas, garantindo-lhes direitos e impondo-lhes deveres de maneira mais específica e direcionada. Neste ensaio, a autora parte de considerações históricas sobre o Direito e o turismo, que considera os dois fenômenos sociais mais antigos da humanidade, para, então, refletir sobre o conceito jurídico, ou a falta de um conceito jurídico para o turismo, assim como sobre as faces pública e privada que contemplam os atos e fatos pertinentes à atividade turística no ordenamento jurídico. A partir dessas reflexões, ela defende e sugere vocação, objeto, princípios, compromissos e configurações peculiares ao Direito do Turismo, para que se configure de fato como ramo autônomo do Direito brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: turismo; conceito; Direito privado do turismo; Direito público do turismo.

ABSTRACT: As the second major economy of the Earth, Tourism is not contemplated yet with a wider juridical comprehension involving all the actors in the tourism activities, their rights and their responsibilities in a more specific and directive way. Coming from historical considerations about Law and Tourism,

¹ Doutora em Direito do Estado e livre-docente, pela Universidade de São Paulo – USP; professora doutora no curso de Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP. Contato: rua Arlindo Béttio, 1.000 – 03828-000 – São Paulo/SP; e-mail: liviazago@terra.com.br.

considered the two older social phenomena in the Humankind, the author reflects on the juridical concept or on the absence of a juridical concept for Tourism, as well as on the public and private faces of the law involving acts and facts in tourism activities. Based on these deep reflections, specific vocation, object, principles, commitments and configurations peculiar to Tourism Law are suggested and defended, so that it can be in fact characterized as an autonomous branch of the Brazilian law.

KEYWORDS: tourism: definition; private law of tourism; public law of tourism.

RÉSUMÉ: Comme la deuxième activité économique de la planète, le tourisme n'a toujours pas compris de concept juridique plus large qui comprend toutes les personnes impliquées dans les activités touristiques, leur garantissant des droits et de leur imposer des devoirs d'une manière plus spécifique et ciblée. Dans cet essai, l'auteur de la partie historique de la loi et du tourisme, estime que les deux phénomènes sociaux plus anciennes de l'humanité, pour réfléchir sur la notion juridique, ou l'absence d'un concept juridique pour le tourisme ainsi que sur faces qui comprennent les actes publics et privés et les faits se rapportant au tourisme dans le système juridique. A partir de ces réflexions avocates et propose d'appeler, l'objet, les principes, les engagements et les paramètres propres à la loi sur le tourisme, qu'ils effectivement mis en place en tant que branche autonome du droit brésilien.

MOTS-CLÉS: tourisme: concept; tourisme droit privé; droit public du tourisme.

RESUMEN: A medida que la segunda actividad económica en el planeta, el turismo todavía carece de la comprensión jurídica más amplia que incluye a todos los involucrados en la actividad turística, garantizando los derechos e imponer en ellos los derechos de una manera más específica y focalizada. En este ensayo, el autor de la parte histórica de la ley y turismo, considera que los dos fenómenos sociales más antiguos de la humanidad, para reflexionar luego sobre el concepto jurídico, o la falta de un concepto jurídico para el turismo, así como en rostros que son actos públicos y privados y los hechos relacionados con el turismo en el ordenamiento jurídico. A partir de estas reflexiones defensoras y sugiere llamar, objeto, principios, compromisos y configuración única de la Ley de Turismo, que en realidad creada como rama autónoma del Derecho brasileño.

PALABRAS CLAVE: turismo: concepto; turismo de derecho privado; turismo de derecho público.

Introdução

Desde as sociedades mais primitivas, dois fenômenos significativos acompanham o homem, com seus sonhos, sua força, seus medos, esperanças e alegrias. O primeiro refere-se ao Direito. Da natureza gregária do ser humano que o obriga a viver em sociedade, emerge a necessidade de normas para a convivência nos grupos e entre eles. O segundo fenômeno refere-se ao turismo, que permite ao homem a alegria do lazer, além da integração e do conhecimento de seres, culturas e sítios diferentes dos seus.

O Direito acompanha o homem desde antes mesmo do mistério de seu nascimento até o mistério de sua morte, assim como acompanha sua sociabilidade. Também o acompanha em seus deslocamentos turísticos, e de tal forma que o Direito e o turismo têm profundo entrosamento. Esse entrosamento é tão interessante e peculiar que o turismo se identifica e se relaciona com muitos dos ramos do Direito existentes, até em sua tipologia. A simples indicação de um turismo ecológico, de um turismo rural, de um turismo urbano, por exemplo, já indica o relacionamento com o Direito Ambiental e com o Direito Urbanístico, por exemplo.

O estudo do Direito exige rigor e precisão, pois o Direito é ciência. Mas também exige sensibilidade e compreensão muito grandes, já que deve disciplinar o que é humano. O turismo, por seu turno, consiste em segmento de harmonização entre os povos e de respeito à diversidade, e está inserido na Constituição Federal brasileira como fator de desenvolvimento social e econômico, de obrigatória promoção e incentivo por parte da União, do Distrito Federal, dos Estados e dos Municípios. Como fenômeno de ordem econômica, o turismo traz divisas para o País, e é importante gerador de empregos. Também possibilita o intercâmbio entre pessoas e culturas, o que ocorre por intermédio do transporte – terrestre, aéreo, marítimo, virtual, nacional, regional, comunitário e internacional. Implica a prestação de serviços fomentados, fiscalizados e disciplinados pelo Estado. O exercício da atividade turística exige a elaboração de contratos, pactos, acordos, ajustes, convênios, consórcios, bem como a utilização de intermediários, gerando obrigações e responsabilidades.

Por estar tão intrinsecamente ligado à natureza humana, o turismo resta afetado também por uma face perversa que se configura, por exemplo, na degradação do meio ambiente natural ou construído, assim como nos crimes contra a honra e a dignidade humanas. Esta última configuração retrata o lamentável e equivocadamente denominado “turismo sexual”, que envolve os menos protegidos, a exemplo de mulheres, crianças e adolescentes, vilipendiando, sobretudo, as pessoas originárias de países com menor poder econômico.

Nesse cenário é que se pergunta se existe um conceito geral de turismo sob o aspecto jurídico. A doutrina, nesse sentido, é deficitária e vaga. Como o turismo constitui fenômeno jurídico muito novo, o Direito se ressentido de uma elaboração

doutrinária de peso. O que existe, antes, é uma esparsa legislação sobre turismo, na qual a abundância, além de desnecessária, apenas confunde.

O conceito de turismo

O conceito jurídico de turismo não é objeto de atenção doutrinária, não constando dos manuais sobre o Direito do Turismo. Essa questão encontra barreira em suas múltiplas facetas, assim como na expansão de sua tipologia. Inicialmente considerados como viagens turísticas apenas os deslocamentos por lazer, hoje não são menos turísticas as viagens de trabalho, para participação em congressos, por motivos de doença, por razões de ordem religiosa, e mesmo de sexo, dentre outros tipos.

Outra dificuldade que se agrega à diversidade de tipos que o turismo tem é que o fenômeno, além de jurídico, é sociológico, econômico e político. Estudar o conceito de turismo envolve conhecimento e referência das normas internacionais às normas edilícias; além disso, implica a regulamentação e a proteção jurídicas de interesses antagônicos: de um lado, os empresários e as empresas de turismo e, de outro, o consumidor do turismo. Os empresários do turismo são os proprietários de hotéis, pousadas, pensões, hospedarias em geral, *campings*, agências e operadoras de viagens, bares, restaurantes, setor de diversões e espetáculos, esportes, transportes terrestres, marítimos e aéreos, enfim, todos os que servem à cadeia turística. O turismo pode, ainda, ser prestado pelo próprio Estado.

Essa natureza mista do turismo, que é pública e privada, importa em que a Administração Pública tenha papel relevante nas áreas de formação, implementação e acompanhamento das políticas públicas sobre o turismo, sobre o fomento, a limitação, a sanção e a disciplina da atividade turística.

Carmen Fernández Rodríguez (2001) destacou a definição de atividades turísticas extraída de uma das várias leis espanholas sobre o turismo, o Decreto n. 231, de 1965:

[...] são todas aquelas que, de maneira direta ou indireta, se relacionam ou podem influir predominantemente sobre o turismo, sempre que propiciem a prestação de serviços a um turista, como as de transporte, venda de produtos típicos de artesanato nacional, espetáculos, festivais, esportes e manifestações artísticas, culturais e recreativas, e especialmente as profissões turísticas (FERNÁNDEZ RODRIGUEZ, 2001, p. 22).

Essa autora esclareceu que muitos autores atribuem aos tratadistas da Escola Berlimense a ampliação do conceito de turismo, nos seguintes moldes: “Vencimento do espaço por pessoas que afluem a um local onde não têm residência fixa”. Esse conceito,

para a jurista espanhola, é excessivamente amplo e, nada obstante englobe todas as facetas do turismo, peca, justamente, pela ampliação, já que o simples deslocamento de alguém para local que não seja o de sua residência fixa o qualifica como turista, com todas as consequências jurídicas daí advindas. Segundo ela, melhor seria definir o turismo de forma residual ou negativa, vale dizer, defini-lo pelo que ele não é. Destacou, ainda, que é extrema de dúvidas que o turismo implica um deslocamento; mas as motivações para tal deslocamento podem ser de variadas ordens, e não apenas com fito de evasão. No entanto, a evasão serve para conceituar um cidadão como turista, pois do contrário não passaria de um viajante que, num conceito amplo de turismo, provavelmente também seria um turista, eis que as motivações de um simples viajante também podem ser a evasão e a fuga.

A Lei de Turismo de Castela e Leão, de 1975, preferiu substituir a expressão “turista” pela expressão “usuários turísticos”, que é mais ampla e afasta o que a população normalmente entende por turista, ou seja, o estrangeiro. A expressão usuários do turismo abrange os nacionais e os locais, também demandantes e receptores dos serviços turísticos.

A lei madrilenha número 8, de 1995, reconhece que

[...] o turista atual é um consumidor maduro que se converteu em um cliente experimentado e exigente, com novas motivações e abundante informação, que exige qualidades maiores de conservação e preservação do meio ambiente e dos recursos naturais (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, 2001, p. 27).

Em junho de 1964, o Convênio de Nova York definiu o turista como

[...] toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião, que entra no território de um Estado contratante, distinto daquele em que cada pessoa tem sua residência habitual, e permaneça nele por 24 horas, no mínimo, e não mais de seis meses, em qualquer período de 12 meses com fins de turismo, recreio, esporte, saúde, assuntos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios sem propósito de imigração.

Do conceito de turista formulado na Declaração de Manilha sobre o Turismo Mundial, de 1980, depreende-se que o turismo é visto como verdadeiro direito fundamental do homem. Nos termos dessa declaração, turista é “a pessoa que acede ao descanso recreativo e às férias e à sua liberdade de viajar, no espaço de tempo livre e de ócio” (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, 2001, p. 28).

Na área do Direito, não se encontrou, portanto, um conceito genérico e satisfatório do turismo. Por outro lado, com toda a importância que o turismo vem adquirindo

em nível nacional e internacional, começa-se a reconhecer a existência de um ramo novo e autônomo do Direito: o Direito do Turismo.

O reconhecimento de um Direito como ramo próprio e específico importa na existência de uma principiologia peculiar e de um objeto destacado dos demais ramos do Direito. A natureza multifária do turismo é responsável pela imensa dificuldade de sua definição, sobretudo a jurídica, assim como chega a constituir verdadeiro obstáculo ao reconhecimento do Direito do Turismo como um ramo autônomo do Direito.

Até agora, os autores não se atreveram a reconhecer e a justificar a autonomia do Direito do Turismo, nada obstante haja vários estudos e obras sob a denominação “Direito do Turismo”. É o caso, por exemplo, de Pierre Py (2002), que analisou a questão que se apresenta na doutrina a respeito da admissibilidade do Direito do Turismo como um ramo autônomo.

Py rejeitou a autonomia do Direito do Turismo, tecendo interessante raciocínio: o turismo é uma atividade regida por diferentes corpos de regras jurídicas e fontes emanadas de diferentes ramos do Direito; possui um conjunto de regras próprias de direito público e um conjunto próprio de direito privado, que denominou direito público do turismo e direito privado do turismo. A partir desse raciocínio, Py argumentou que Direito do Turismo é o direito da atividade turística, porque a atividade turística é o objeto do Direito do Turismo. Se o Direito do Turismo não pode ser definido por seu regime jurídico, pode sê-lo por seu objeto. Mas o próprio Py reconheceu grandes dificuldades no entendimento proposto, porque não existe, no sentido econômico do termo, um ramo turístico, e muito menos um produto turístico típico, pois a maior parte dos bens e serviços utilizados pela atividade turística não o é com exclusividade, a exemplo do setor de alimentação, da locação de residências de férias, que servem a turistas e a não turistas. Infere com razão que toda atividade econômica pode ter uma função turística. Por esse motivo, concluiu: “melhor definir a atividade do turismo centrada no seu sujeito, o turista, o que possibilita o manejo de um critério com mais objetividade”.

Esse critério mais objetivo foi estabelecido em função da permanência da pessoa em determinado local e adotado na Conferência das Nações Unidas sobre o turismo e as viagens internacionais, realizada em Roma, no ano de 1967.

Mas, raciocinou ainda Py, o critério do sujeito também não traduz objetividade completa. O referido autor citou, como exemplo, a regulamentação de hotéis de turismo que não são frequentados exclusivamente por turistas e a regulamentação da locação de veículos, não exclusiva dos turistas; mencionou a hipótese do turista jogador de tênis, que está na mesma situação diante da regulamentação legal de um tenista não turista. As disposições legais sobre locomoção se aplicam a turistas e não turistas. Assim sendo, concluiu Py, o Direito do Turismo não pode, também, ser definido em função do turista, sob pena de ter que abranger praticamente todo o Direito. Resta

defini-lo como as regras de Direito suscetíveis de serem aplicadas aos turistas, nos seguintes termos:

O conjunto de instituições e de regras jurídicas pelas quais o móvel turístico é determinante, seja porque ele se incumbe de desenvolver a atividade turística, seja porque suas regras têm por finalidade proteger o consumidor, ou a profissão turística, seja porque têm por finalidade conciliar turismo e ordem pública (PY, 2002, p. 23).

Há entendimentos de que o Direito do Turismo é um ramo do Direito Econômico, pela preponderância deste sobre o Direito do Turismo, que releva outras conexões, relacionadas à sua finalidade de proteção das liberdades públicas, da ordem pública, assim como suas finalidades sociais. A natureza econômica do Direito do Turismo reside nos seguintes fatores: o turismo é fonte de riqueza; o consumidor turístico é particularmente vulnerável, porque compra um produto à distância, frequentemente vendido por um intermediário; a diversidade e a complexidade do produto turístico criam questões delicadas nos relacionamentos profissionais.

Nada obstante todas as dificuldades doutrinárias, a vocação da França para o turismo impôs que se elaborasse, em caráter de urgência, o Código do Turismo francês, editado após longo labor jurídico, que atravessou dos anos 2000 a 2006, dada a dificuldade de consolidar uma legislação esparsa, heterogênea e de difícil acesso. Para a elaboração desse Código do Turismo francês, foi utilizada a técnica denominada *<code pilote/code suiveur>*. Essa técnica consiste na simples colagem, para um código, a título puramente informativo, de um dispositivo de outro código, com o objetivo de facilitar, aos leitores dos códigos, a mais ampla e completa informação possível.

O mecanismo *<code pilote/code suiveur>* foi analisado pela Comissão Superior de Codificação da Secretaria de Governo da França, que apontou, em seu uso, três inconvenientes: (a) conduz ao inchaço artificial de certos códigos, com a mistura de disposições normativas e disposições simplesmente informativas; (b) estimula a administração a apresentar projetos de códigos, na realidade, sem substância, consistindo, simplesmente, no código copiado; e (c) é fonte de equívocos, tornando dispositivos *acrescidos a título meramente informativo em espécie normativa autônoma*, por alteração das normas transportadas. De fato, o acréscimo da norma repetida à norma-piloto não implica uma automática adequação, conduzindo, às vezes, a uma modificação que poderá ensejar verdadeira criação do Direito.

Entendeu a comissão mencionada que a utilização de tal técnica deveria restringir-se a um título, capítulo ou artigos de outro código. Apenas excepcionalmente, quando a reprise do Direito for absolutamente necessária à compreensão do Direito, o método é admitido. Essa excepcionalidade foi reconhecida ao Direito do Turismo,

considerado, segundo os franceses, um Direito de natureza transversal, com características tanto de direito público quanto de direito privado, além de ser um direito formado de muitas outras regras legais de turismo, espalhadas em diversos diplomas legais, decretos, portarias, circulares, resoluções, às vezes obsoletos e fora de uso, tudo isso contribuindo para tornar opaco este ramo do Direito e dificultando, bastante, o delicado trabalho de sua codificação. A codificação do Direito do Turismo, todavia, tornou o turismo mais acessível, mais inteligível e mais palatável aos consumidores e aos profissionais do turismo.

Da mesma forma, a edição de um Código do Turismo atende às necessidades de todo um setor dessa atividade, das grandes empresas aos profissionais do turismo, juizes, associações de consumidores e advogados. Significa o reconhecimento da existência institucional do turismo. Testemunha sua importância econômica e social.

A doutrina italiana se preocupa com o Direito do Turismo, mas está centrada na questão da legislação turística e do ensino do Direito do Turismo. Do ponto de vista jurídico, o turismo não foi objeto das devidas atenções. Existe, sim, um conjunto normativo de respeito, que foi criado a partir das necessidades dos envolvidos no turismo: dos produtores, consumidores e da regulamentação exigida pela transformação de um fenômeno elitista em um fenômeno massivo. O Direito do Turismo na Itália, assim como na França, tem séria preocupação com a repartição de competências entre o Estado e as regiões. Não existem disposições normativas diretas referentes aos valores ou aos princípios norteadores do turismo, que podem ser extraídos da análise sistêmica da Constituição, sobretudo dos princípios de direito fundamental, como a liberdade de locomoção, de expressão, de associação, enriquecimento cultural, meio ambiente, tutela da saúde, dos benefícios físicos e psíquicos que o turismo propicia. Na Constituição italiana existe, tão somente, menção à indústria hoteleira, inserida nas atividades econômicas.

Muitas questões de ordem jurídica se apresentam como as que evidenciam interesses contrastantes: um empreendedor imobiliário – e este exemplo foi citado por Maurizio Malo (*apud* MORANDO & TÁZON, 1999) – pode ter interesse em construir novos hotéis ou implementar construções turísticas em locais cujas características ambientais não suportam tais empreendimentos, seja para preservação paisagística, seja por outro fator peculiar. O sopesamento e a graduação desses interesses são da competência do Direito Administrativo e do Poder Judiciário.

Normas de Direito Internacional, como tratados ratificados por países, convenções e outros dispositivos, passaram a compor o Direito do Turismo. A legislação interna de cada país possui elevado número de leis sobre hospedagem, agências de turismo, operadoras de turismo, transporte, espetáculos, tributos, taxas, portos e aeroportos, trens, ônibus, locação de automóveis, residências de turismo, praia,

montanha, campo, estradas, estações de água, termas, estações de esqui, estadia, albergues, pensões, guias de turismo, agentes de turismo.

Na Europa, com o Tratado de Maastricht, que alterou o Tratado de Roma, foram reconhecidos valores até então desconsiderados, como a proteção ao meio ambiente, à cultura, a garantia ao desenvolvimento e à solidariedade entre os membros da Comunidade, a sustentabilidade, o bem-estar social; foram criados novos setores de proteção comunitária, a saber: a energia, a proteção civil e o turismo.

O Direito do Turismo possui uma figura importante e essencial: o turista. Quem é o turista? Quais seus direitos, deveres e responsabilidades?

O turista, em qualquer parte que vá nesta qualidade, deve ser tratado com dignidade e respeito, daí a existência de normas principiológicas e deontológicas próprias, além de legislação específica, que merecem estudo. Da mesma forma, o profissional do turismo tem suas regras de conduta, seus deveres, responsabilidades e direitos a serem albergados pelo Direito que disciplina, também, as agências de turismo, as operadoras turísticas, o setor de transporte turístico, de hospedagem e tantos outros relacionados com o Turismo.

O Direito do Turismo tem idêntico DNA do turismo e do turista: por essa razão, impõe elevada, íntima e contínua conexão e relacionamento com outros ramos do Direito, nacional, regional, comunitário e internacional. É receptivo e emissor, demanda muitas questões inter-relacionadas e, ao mesmo tempo, repousa nos institutos mais tradicionais do Direito, como direitos fundamentais e respeito à soberania dos Estados e à livre determinação dos povos, por exemplo.

O desenvolvimento do turismo na América do Sul ainda é incipiente, e a atuação do MERCOSUL – Mercado do Cone Sul é acentuadamente deficitária. No ano de 2001, ocorreu a XXXIII Reunión Especializada del Turismo del Mercosur, no Paraguai, sendo ali estabelecidas quatro recomendações, aprovadas pela Organização Mundial do Turismo (OMT), concernentes às áreas social, política, econômica e jurídica.

A doutrina sobre o Direito do Turismo reconhece a dificuldade de tratar tal ramo do Direito como um Direito autônomo, porque é um Direito que se nutre de outros ramos, tanto públicos quanto privados. Na realidade, o Direito do Turismo ainda está em fase embrionária. Urge estudar quais são seus princípios norteadores e qual o seu objeto.

O Direito do Turismo, também, apresenta outra problemática, que é sua natureza híbrida: não é direito público nem direito privado. Ao mesmo tempo é direito público e é direito privado. A doutrina propõe a divisão do Direito do Turismo em Direito do Turismo público e Direito do Turismo privado, considerando as relações que o turismo possui com esses dois ramos do Direito.

O direito público do turismo

Como poderá ser visto, diversos ramos do direito público estão intimamente relacionados com as atividades do turismo e seus atores.

O *Direito Constitucional* estrutura e consiste na base, na raiz, de todo o ordenamento jurídico. A Constituição brasileira refere-se diretamente ao turismo no artigo 180 do Título VII, intitulado “Da Ordem Econômica e Financeira”, com a seguinte dicção: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”.

Impende observar, desde já, que o turismo não pode ser entendido, apenas, singela e unicamente, como “um fator de desenvolvimento social e econômico”. Primeiramente, está em harmonia e sintonia com os princípios fundamentais do País, que são, nos termos do artigo 3º da Carta Magna:

I – construir uma sociedade livre, justa e solidária; II – garantir o desenvolvimento nacional; III – erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais; IV – promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

O turismo, inserido no título da Ordem Econômica e Social, que está fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, e cuja finalidade constitucional consiste em assegurar a toda existência digna, conforme os ditames da justiça social, deve seguir os seguintes princípios:

I – soberania nacional; II – propriedade privada; III – função social da propriedade; IV – livre concorrência; V – defesa do consumidor; VI – defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; VII – redução das desigualdades regionais e sociais; VIII – busca do pleno emprego; IX – tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País (artigo 170).

O turismo, portanto, está obrigado a respeitar “a livre concorrência; a defesa do consumidor; a defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação”. Assistem-lhe, por outro lado, os direitos “da livre concorrência e o tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País”. Deve o setor turístico

envidar esforços com o propósito de contribuir para a “redução das desigualdades regionais e sociais e para a busca do pleno emprego” (artigo 170).

Como fator de desenvolvimento social, o turismo se relaciona com os direitos sociais que, na Constituição do Brasil, são os que seguem: “a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados” (artigo 6º). O lazer, assim como o turismo, também se beneficia dos seguintes direitos sociais dos trabalhadores urbanos e rurais, dentre outros:

[...] salário mínimo fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender a suas necessidades vitais básicas e às de sua família como moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social; repouso semanal remunerado, preferencialmente aos domingos; gozo de férias anuais remuneradas com, pelo menos, um terço a mais do que o salário normal; aposentadoria (artigo 7º).

Sendo o lazer, constitucionalmente eleito, uma necessidade vital básica, o turismo também o é. E ao ser humano assiste o direito ao turismo, assim como o direito ao lazer. Por outro lado, o turismo se conecta com os direitos humanos e fundamentais que constituem o cerne do artigo 5º da Constituição Federal, dentre eles: liberdade de locomoção, liberdade de associação, liberdade de reunião, liberdade de expressão. De fato, o turismo, nas lúcidas palavras de Pierre Py (2002, p. 3), é liberdade.

A genética do turismo é a mesma do lazer, do qual é parte integrante e vice-versa, porque o lazer também é parte integrante do turismo. Assim sendo, aplicam-se ao turismo as mesmas disposições constitucionais concernentes ao lazer, como a cultura e o esporte, verdadeiros deveres do Estado para com seus cidadãos, na forma do artigo 215, que a todos garante o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes de cultura nacional, apoiando, incentivando e protegendo a valorização e a difusão das manifestações culturais.

Identicamente, o turismo deve ser fator de proteção do patrimônio nacional brasileiro, cujos bens, materiais e imateriais, individuais ou em conjunto, podem constituir fonte de lazer, como ocorre com as formas de expressão, os modos de fazer, criar e viver, as criações científicas, artísticas e tecnológicas, as obras, objetos, documentos e demais edificações destinadas a manifestações artístico-culturais, os conjuntos urbanos e demais sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (artigo 216).

É dever do Estado, em parceria com a comunidade, garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes de cultura nacional, protegendo as manifestações populares de todas as etnias, a exemplo das indígenas e das afro-brasileiras.

Os meios de comunicação assumem, dentre outras, a tarefa de propiciar lazer, garantindo a Constituição Federal total liberdade de manifestação do pensamento, da expressão e da informação, e proibindo qualquer censura de natureza política, ideológica e artística. As férias e o tempo do lazer, para a maioria dos brasileiros, sobretudo em razão de sua parca condição econômica, significam períodos extras de atividades para melhorar o orçamento doméstico. Raramente viajam, porque viajar implica despesas. Esta é uma das razões pelas quais o rádio e a televisão apresentam a mais acessível opção de divertimento, tornando-se tão indispensável quanto outros equipamentos domésticos, como a geladeira e o fogão, por exemplo. A televisão, sobretudo, representa a liberdade, o escape, o sonho. O futebol, a novela e os longos programas domingueiros constituem o lazer para a maioria das pessoas.

Mas o lazer e, conseqüentemente, o direito ao lazer, assim como o turismo e, conseqüentemente, o direito ao turismo não podem ser considerados, como vem acontecendo, como um luxo supérfluo e dispensável, ante a mentalidade usual de que o trabalho deve dominar todo e qualquer espaço da vida do homem.

Concorrem para a permanência dessa mentalidade vários fatores, como o alto custo de vida, o salário insuficiente para fazer jus a todas as despesas do lar, o desemprego e a concorrência cruel e desleal para a obtenção e a manutenção do emprego, cuja falta ou perda constitui o fantasma e o medo de todo trabalhador que sequer conhece o lazer e o turismo como direitos seus, considerando-os produtos supérfluos. Acresce, ainda, que, se tivesse oportunidade de dedicar-se a atividades prazerosas, não encontraria possibilidades econômicas e sociais de desfrutá-las em condições de igualdade com os mais favorecidos economicamente.

O *Direito Administrativo* é conceituado por Hely Lopes Meirelles (2003, p. 38) como o “conjunto harmônico de princípios jurídicos que regem os órgãos, os agentes e as atividades públicas tendentes a realizar concreta, direta e imediatamente os fins desejados pelo Estado”. Ramo do direito público, disciplina o relacionamento entre a Administração Pública e os administrados, pessoas físicas ou jurídicas, tendo como principal objetivo realizar atividades concretas, visando ao bem-estar e ao desenvolvimento da comunidade.

O Direito Administrativo tem relevante papel na efetivação do turismo, a ponto de alguns autores terem sugerido constar, na divisão interna do Direito Administrativo, o Direito Administrativo do Turismo (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, 2001). É através da Administração Pública que se efetivam as políticas públicas do turismo, assim como os planos e planejamentos turísticos.

A relevância mundial do turismo, inegavelmente uma das atividades econômicas mais expressivas, impõe a intervenção do Estado no mercado turístico, com o objetivo de planejar e otimizar seu desenvolvimento. Daí a importância da formulação e da avaliação das políticas públicas de turismo, visando, de um lado, ao desenvolvimento

sustentável com melhores condições sociais e econômicas para as populações locais e, de outro lado, propiciando a satisfação para os turistas.

A Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008, ao dispor sobre a Política Nacional de Turismo, enfatiza que a mesma obedecerá aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, segundo os objetivos distribuídos nos 22 incisos do artigo 5º, dos quais são ressaltados os seguintes: a redução das disparidades sociais e econômicas de ordem regional; a promoção e o estímulo ao turismo; o desenvolvimento das atividades culturais, de entretenimento e de lazer; a prática de turismo sustentável; a ampla preservação, inclusive cultural e social; e a promoção, a formação e o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para a área do turismo.

No entanto, impõe-se destacar que ter uma política do turismo não significa ter ou não um Ministério do Turismo. Significa ter uma política. E uma política do turismo inclui e se coordena com uma política dos transportes, do meio ambiente, da cultura, das comunicações e do saneamento urbano.

A Administração Pública direta, por intermédio do Ministério do Turismo, tem a função de desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social, assim como de conduzir as políticas públicas do turismo, executadas pela Secretaria Nacional de Políticas do Turismo.

No panorama administrativo brasileiro, relacionam-se, disciplinam, fiscalizam e exercem atividades concernentes com o turismo, no âmbito da Administração Pública, a Administração Pública Direta (União, Estados, Distrito Federal e Municípios), a Administração Pública Indireta (autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista), os entes denominados paraestatais, como o SESC e SENAC, as organizações sociais (Lei n. 9.637, de 15 de maio de 1988) e as empresas qualificadas como de interesse público (Lei n. 9.790, de 23 de março de 1999).

Os poderes da Administração Pública, como o poder normativo e o poder de polícia, suas competências de regulação, regulamentação, de fiscalização, de sanção e de fomento são tão fortes no turismo que há autores que veem o turismo como um ramo do Direito Administrativo.

Vários institutos jurídicos próprios do Direito Administrativo podem ser utilizados com o objetivo de promover uma atividade turística e de lazer. Assim, uma desapropriação pode ser desencadeada para a construção de uma praça, de um parque, teatro, biblioteca; o tombamento utilizado para resguardar e proteger bens de valor histórico, artístico e cultural, para a construção de estradas, de aeroportos. Os bens públicos têm notável importância para o turismo, tanto os de uso comum do povo, como ruas, parques, praias, praças, como os de uso especial, a exemplo de bibliotecas, museus e teatros públicos, dentre outros.

O lazer, como dever que incumbe ao Poder Público, impõe a criação e a manutenção de parques, estádios, quadras esportivas, escolas, teatros, bibliotecas, centros de esporte e lazer. Ao Poder Público também compete oferecer meios adequados e eficientes para que o turismo seja usufruído, garantindo com efetividade a segurança pública, dando satisfatórias condições de transporte público, promovendo espetáculos, atividades de lazer em praças, escolas, museus que possam ser usufruídos de forma democrática e universal, permitindo o acesso de todos os cidadãos.

A Administração Pública detém o poder de polícia administrativa, que é exercido na fiscalização das construções dos estabelecimentos em questões de segurança, de salubridade, de poluição sonora, visual, ambiental e dos costumes, cujo objetivo é debelar atitudes que causem prejuízos aos bens públicos, mal-estar à coletividade ou afronta à lei.

A indústria do turismo responde com um aporte tributário significativo relativamente a Imposto de Renda, Imposto de Operações Financeiras, Imposto de Circulação de Mercadorias, Imposto sobre Serviços, Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana, Imposto de Importação, bem como é responsável pelo recolhimento de diversas taxas. Por outro lado, como incentivo, o *Direito Tributário* poderia estimular a atividade industrial, comercial e de serviços ligada ao turismo, constituindo-se em uma das melhores divisas de um país com tanto potencial como o Brasil.

Para o *Direito Urbanístico*, o lazer deve estar presente em todos os momentos da vida do habitante da cidade, daí a preocupação com os elementos da urbe que obstaculizam, impedem ou trazem, em vez do desejado e possível lazer, verdadeiro estresse. Um dos fatores de estresse urbano é a poluição: as cidades são intensamente poluídas. Verificam-se níveis quase impossíveis de poluição sonora, olfativa, visual etc.

Diversos fatores afrontam o turismo, o lazer e o prazer dos usuários da cidade, obrigados a conviver desde o início do dia, no trajeto trabalho/casa, trabalho/escola até o final de sua jornada, com poluição desprezível e atentatória ao lazer e ao descanso visual, auditivo e olfativo. É possível, a título exemplificativo, enumerar alguns itens, tais como: a poluição ocasionada pela comunicação visual (anúncios, *outdoors*, pichações); a fiação exposta e malcuidada; a deterioração dos parques espaços públicos, das calçadas, dos viadutos, das praças, dos parques, das ruas, dos edifícios; a depredação dos equipamentos públicos; a excessiva motorização; o elevado e desordenado número de camelôs atuando em pleno espaço público; os *motoboys* e a carência de iluminação.

Dentre as propostas de intervenção do Poder Público tendentes a melhorar a paisagem urbana, sugeridas pelo Instituto Florestan Fernandes, destacam-se as seguintes: considerar a paisagem um direito do cidadão; manter camelôs concentrados em locais destinados a essa finalidade; penalizar edificações mal construídas e premiar sua rápida recuperação; ultimar edifícios inacabados; incentivar mutirões para o

embelezamento de bairros populares, pinturas de fachadas, arborização e melhorias nos espaços públicos; fomentar programas de adolescentes para melhorar a pichação; criar “praças de serviços” nos bairros, com espaços para pontos de encontro; construir passeios públicos arborizados; produzir sistemas e espaços para o encontro de idosos e crianças; gerar facilidades para os deficientes físicos; montar painéis temporários para a propaganda eleitoral; estabelecer distância mínima entre painéis e *outdoors*; estabelecer quiosques permanentes para anúncio de eventos culturais; instalar cabines para polícia comunitária nos bairros; promover a instalação de cabines sanitárias em todas as praças; e proceder à revisão da legislação sobre a paisagem urbana.

Neste novo milênio, mais da metade da população mundial está vivendo em cidades. As cidades são muito mais que simples espaços físicos marcados por maior densidade populacional. A maior parte da população urbana está privada das possibilidades de satisfazer suas mais elementares necessidades. Tão importante é o fenômeno, que já se fala na existência de um ramo do Direito chamado Direito à Cidade, que inclui o direito à terra, aos meios de subsistência, ao trabalho, à saúde, à educação, à cultura, à moradia, à proteção social, à segurança, ao meio ambiente sadio, ao saneamento, ao transporte público, ao lazer e à informação.

O *Direito Ambiental*, ramo novo do direito público, recebe outras denominações, como Direito Ecológico, Direito do Meio Ambiente, Direito de Proteção à Natureza. O conceito de meio ambiente é alvo de muita discussão doutrinária, que se inicia com a crítica da expressão meio ambiente, taxada de redundante, na medida em que a palavra ambiente já inclui a noção de meio.

Preferiu-se adotar a definição legal da Lei n. 6.938, de 31 de agosto de 1981, chamada Lei da Política Nacional do Meio Ambiente, segundo a qual o meio ambiente é “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica que permite, abriga e rege a vida humana em todas as suas formas”.

Não é difícil apreender a importância que tem o meio ambiente, natural ou construído, para a implementação do lazer pessoal e da coletividade, sua repercussão na vida humana e, conseqüentemente, em todos os outros ramos do Direito com os quais se interliga e interage.

O objeto do Direito Ambiental, nos termos do artigo 225 da Constituição Federal, é a proteção do bem “meio ambiente”, qualificado como bem de uso comum do povo, ao qual todos têm direito de forma ecologicamente equilibrada, essencial à sadia qualidade de vida, constituindo obrigação partilhada entre o Poder Público e a coletividade defendê-lo e preservá-lo para as presentes e as futuras gerações.

O Direito Ambiental alberga uma principiologia muito rica e peculiar, tecida ao longo de estudos e acordos firmados em convenções e tratados internacionais, fixados na Constituição Federal e expressos na legislação ambiental, que inclui, em suma, princípio da preservação, princípio da prevenção, princípio do poluidor-pagador,

princípio do ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental do ser humano, princípio da participação da comunidade e da solidariedade entre os povos, princípio da função socioambiental da propriedade, princípio do desenvolvimento sustentável (MILARÉ, 2000).

Destacam-se dois desses princípios: primeiramente, o princípio da prevenção ou da precaução, que firma e ressalta o caráter acautelatório de que o Direito Ambiental se reveste. De fato, o objetivo maior do Direito Ambiental está na prevenção, já que a reparação dos danos e a repressão criminal de ações contra o meio ambiente, na grande maioria das vezes, não conseguem recompor a degradação ambiental perpetrada, quase sempre irreparável. Esse princípio está muito ligado ao princípio da preservação do meio ambiente. O segundo princípio denomina-se princípio do usuário pagador e poluidor-pagador. O princípio do usuário pagador compreende o princípio do poluidor-pagador, acolhido pela Lei da Política Nacional do Meio Ambiente como aquele que impõe ao poluidor e ao predador a obrigação de recuperar e/ou indenizar os danos causados. Esse princípio, no entanto, não pode ser compreendido de forma simplista, ante as razões acima expostas, quando se referiu o princípio da prevenção ou precaução.

O *Direito Securitário* – seja de vida, seja de extravio de bagagens, seguro-viagem, seguro-saúde – representa, hoje, grande importância para o turismo. A saúde também é objeto de seguro, consistindo, em certos países, condição de entrada, assim como o são o passaporte e o visto. Quinze países europeus assinaram a Convenção de Schengen: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Islândia, Itália, Grécia, Luxemburgo, Noruega, Países Baixos, Portugal e Suécia. Por essa convenção, o turista que viajar para o chamado “espaço Schengen” deve fazer, obrigatoriamente, um seguro de saúde internacional com cobertura, durante toda a estada no país visitado, para as despesas médicas, farmacêuticas e hospitalares, além de repatriamento, no valor mínimo de 30 mil euros.

Mantém o *Direito Econômico* estreitas relações com o Direito do Turismo, tanto que alguns autores veem o Direito do Turismo como um ramo do Direito Econômico.

O Direito Econômico moderno surgiu na segunda metade do século xx, em decorrência do *crack* da Bolsa de Nova York, em 1929, e em consequência, também, dos efeitos das duas guerras mundiais, que impuseram a intervenção do Estado no domínio econômico, visando ao controle do mercado mediante a regulação e a normatização da economia, para alcançar o equilíbrio entre os interesses das empresas, públicas e privadas, e os interesses da sociedade e do cidadão.

A ordem pública econômica pode ser entendida como o conjunto de medidas adotadas pelo Estado com o objetivo de organizar e disciplinar as relações econômicas, de acordo com os interesses dos cidadãos e da sociedade, no que concerne às relações de produção, distribuição, acumulação e consumo de bens materiais. O intervencio-

nismo estatal, que surgiu para pôr cobro aos exageros especulativos surgidos pela ausência de regulação, terminou por consistir num exagero de regulação, decorrente do excesso de intervenção.

A livre concorrência consiste no mercado no qual há acessibilidade de novos fornecedores ou produtores, pela proibição do controle dos preços e dos suprimentos.

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça, e, dentre outras competências, segundo o artigo 3º da Lei n. 8.884/94, possui as de apreciar: (a) atos sob qualquer forma manifestados, que possam limitar ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência, ou resultar na dominação de mercados relevantes de bens ou serviços (artigo 54, *caput*); (b) atos que visem a qualquer forma de concentração econômica, através de fusão ou incorporação de empresas, constituição de sociedade para exercer o controle de empresas, ou qualquer forma de agrupamento societário que implique participação de empresa ou grupo de empresas resultante em 20% de um mercado relevante, ou em que qualquer dos participantes tenha registrado faturamento bruto anual no último balanço equivalente a 400 milhões de reais (segundo a Lei n. 10.149/2000); e (c) outros atos elencados na Lei n. 8.884.

Detém a autarquia competência para proferir decisões administrativas e repressoras de práticas econômicas que possam repercutir negativamente no mercado; aplicar penalidades administrativas para o infrator; fazer cessar a conduta anticoncorrencial produtora de efeitos perversos no meio social (fim principal); inibir práticas ilícitas futuras. As decisões do CADE são irrecorríveis, sendo, assim, definitivas no âmbito administrativo, o que não exclui a apreciação judicial.

A repressão ao abuso do poder econômico visa coibir a dominação dos mercados, a eliminação da concorrência e o aumento arbitrário dos lucros, dos preços, fatores que impedem a opção por produtos, pela qualidade, pelo preço e pelo desenvolvimento e modernidade que a concorrência traz. Identicamente, seus objetivos se aliam fortemente aos princípios norteadores do Código do Consumidor, também muito interconectado com o Direito do Turismo, sobretudo em razão da hipossuficiência do consumidor em face do poder das empresas.

É da alçada do *Direito Penal* a repressão de atos ou de atividades tipificadas como crimes ou contravenções penais, contidas no Código Penal, na Lei das Contravenções Penais (Decreto-Lei n. 3.688, de 03 de outubro de 1941) ou em leis esparsas, como é o caso das leis que tipificam crimes contra o meio ambiente, contra o consumidor, contra a criança e o adolescente, contra o patrimônio público etc. Muitas leis esparsas consignam crimes e contravenções ao exercício da função administrativa e que podem relacionar-se com o turismo: os referentes a divertimentos públicos com jogos de azar; o favorecimento de prostituição; a manutenção de casas de prostituição ou para fins libidinosos; o rufianismo; o tráfico de mulheres para a prostituição; o ato e o escrito

obsceno, embriaguez pública e escandalosa; servir bebidas alcoólicas a menores de 18 anos; perturbação da tranquilidade pública e molestamento de pessoas em via pública.

O desenvolvimento da comunicação via Internet possibilita a prática de infrações penais que atingem os direitos contratuais, como os contratos para aquisição de viagens, passagens aéreas e espetáculos, com intenção de fraudar, constituindo, por exemplo, crime de estelionato ou crimes contra o consumidor; os direitos autorais, direitos da infância e da juventude, como a pornografia infantil via rede.

Vale dizer que as atividades de lazer, com especial referência ao turismo, podem causar danos irreparáveis ao meio ambiente, constituindo crime ambiental.

Em relação ao *Direito Processual*, processo é o meio, o instrumento legal por intermédio do qual se busca a efetivação do direito dito material, como são o Direito Constitucional, o Direito Administrativo, o Direito Urbanístico, o Direito do Consumidor, o Direito Ambiental, o Direito do Trabalho, o Direito Penal e o Direito Tributário. O processo comporta divisão segundo a matéria de que cuida. Assim, há o processo civil, o processo penal, o processo trabalhista e o processo administrativo. Contém o processo uma série de princípios e uma normatização específica, sobretudo no que concerne ao direito de ação e ao direito de petição, de reclamação, de representação, de insurgência.

Compete ao Direito Processual estabelecer os tipos de ação, as competências dos juízes e dos tribunais para decidir as questões que lhes são levadas a conhecimento. São do âmbito do processo civil as ações declaratórias de inconstitucionalidade, as ações de reparação de danos materiais e morais, as ações de cobrança, as ações de nulidade de contratos, de atos, os mandados de segurança, as ações populares, as ações civis de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens de valor histórico, cultural, artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, dentre outras.

Importante observar que, a partir do advento da Constituição Federal de 1988, o processo administrativo foi reconhecido em nível constitucional. Isso equivale a reconhecer que os processos administrativos têm a mesma dimensão e importância dos processos judiciais. Tome-se, por exemplo, o processo administrativo que se desenvolve na EMBRATUR, referentemente às agências de turismo, por infrações cometidas por essas agências, nos termos do disposto no Decreto n. 84.934, de 1980. Esses processos são desencadeados a partir de uma denúncia, ou de fiscalização sobre as empresas de turismo, e podem, após concluídos, ensejar a aplicação de penalidades, como advertência por escrito; multa pecuniária; suspensão ou cancelamento do registro; interdição de instalação, estabelecimento, empreendimento ou equipamento. A pena de cancelamento de registro pode implicar o impedimento, pelo prazo de cinco anos, do exercício de qualquer atividade ligada ao turismo em território nacional.

No que concerne ao *Direito do Trabalho*, ressalta-se que os trabalhadores podem ser turistas que viajam nos períodos de descanso e de férias. Observou o jurista Amauri

Mas, como nem sempre os homens puderam contar com horas livres, privilégio, na Antiguidade e na Idade Média, das classes social e economicamente mais favorecidas, devendo-se ao movimento trabalhista a mudança substancial de atitude e a conquista da limitação das horas de trabalho, com um início tímido da participação dos operários em poucas atividades culturais e esportivas.

A Constituição Federal inclui o *trabalho* e o *lazer* como direitos sociais que pertencem à categoria dos direitos e garantias fundamentais. Assim, nos termos do artigo 6º, “são direitos sociais a educação, a saúde, o *trabalho*, a moradia, o *lazer*, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.

Destaca-se o direito a férias que visa, especificamente, ao repouso e ao lazer do trabalhador urbano, rural ou público, fazendo com que o Direito do Trabalho se interligue com o Direito do Turismo e o Direito de Família, já que as jornadas de trabalho e as férias propiciam maior convívio familiar etc.

O direito privado do turismo

Do *Código Civil*, por exemplo, é possível destacar os seguintes institutos que podem, um, alguns ou todos, dependendo dos fatos e das circunstâncias, relacionar-se com o turismo: pessoas, físicas e jurídicas; ausência; associações; fundações; domicílio; bens; negócios jurídicos; representação; obrigações, como as obrigações solidárias, tão importantes para as questões indenizatórias envolvendo agências e operadoras de turismo; pagamento e suas modalidades; mora; perdas e danos; vícios; contratos, como compra e venda, troca, doação, prestação, locação, empréstimo; normas quanto à prestação de serviços, à empreitada, ao depósito, ao mandato; também em relação à agência, à comissão, à corretagem, ao transporte de pessoas e coisas, ao seguro, à fiança, aos títulos de crédito, à responsabilidade civil; também disciplinamento da posse, da propriedade, do direito de família e das sucessões.

O Código Civil de 2002 incorporou a matéria do antigo Código Comercial, e a matéria empresarial é de suma relevância para o turismo. O “comerciante” passou a denominar-se “empresário”, que é, nos termos do artigo 966 do Código Civil, “aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços”. O empresário leva adiante uma atividade econômica, portanto destinada à criação de riqueza, porque faz circular ou produz bens ou serviços. Trata-se de atividade que coordena trabalho, natureza e capital, praticada como uma profissão com habitualidade e objetivando o lucro.

A sociedade empresária é aquela que tem por objeto o exercício de atividade própria de empresário, podendo constituir-se sob diversas formas, como sociedade

por cotas de responsabilidade limitada, sociedade de comandita simples e sociedade anônima, dentre outras. Não se pode deixar de citar a importância, para o turismo, das agências e operadoras de turismo e suas características tão peculiares.

Assim que o turismo começou a desenvolver-se, o usuário do turismo contava com seu agente de viagens para dele solicitar a facilitação de questões pontuais, como a compra de uma passagem de transporte ou a reserva em um hotel. Após, o turista passou a solicitar da agência de viagens que organizasse para si toda uma viagem conforme o itinerário indicado, atendendo às suas necessidades e aos seus desejos. Posteriormente, ainda, a agência de viagens é que passou a oferecer as viagens prontas, acabadas, com roteiros, passagens, hotéis, refeições, até reservas e ingressos para *shows*, teatro, espetáculos, esportes, tudo a um custo mais barato, porque se tratava, na realidade, de um pacote, ao qual o interessado aderiria ou não.

As agências de viagens, de mera facilitadoras, passaram, também, a ser promotoras não só de viagens, como de grande variedade de serviços associados com o ato de viajar, como transporte e hospedagem, oferecidos através de pacotes turísticos, amplamente divulgados e selados por intermédio de contrato, usualmente de adesão. As agências, hoje, não são meras intermediadoras de uma ou várias compras e vendas. São verdadeiras arquitetas das viagens por elas organizadas. Delas se exige muito mais, porque têm o encargo de cuidar, de zelar por seus clientes. Assim, também é seu dever prestar informações sobre destino, serviços turísticos e viagens; planejar, organizar, distribuir e comercializar os serviços de viagens e produtos turísticos. Nessa variada gama de competências, as agências acabaram por ser verdadeiros canais de estímulo às viagens, direcionando os fluxos turísticos.

Formaram verdadeiras teias, nacionais e internacionais, dando origem às operadoras de turismo, que são agências de viagem que formam grandes grupos empresariais e que se integram a outras agências de viagem (integração horizontal) ou companhias aéreas, de transporte, cadeias de hotéis, locadoras de veículos (integração vertical). Essas operadoras vêm trabalhando intensamente via Internet, num verdadeiro conglomerado de empresas que atuam no mundo virtual. A Internet, como meio de comunicação de massa, foi minuciosa e sensivelmente analisada pela professora Beatriz Helena Gelas Lage (2000, p. 46-8) sob o aspecto do turismo.

A instantaneidade da comunicação, os meios insuperáveis da multimídia, como imagens, mapas, gráficos, movimentação, cor e imagem, e o custo mais barato diante de outros meios de comunicação tornam a Internet o mais bem-sucedido veio econômico no comércio do turismo. Utilizada intensamente, a Internet serve como meio de venda de pacotes de agências, hotéis, parques temáticos, transportes. Também é utilizada como marketing para consumidores, constituindo-se em importante ferramenta crítica de coleta de dados, pois os consumidores participam ativamente, via e-mail, em conexão direta e imediata com os prestadores de serviço,

tecendo elogios, procedendo a críticas, reclamações, avaliações, recomendações, descrições e sugestões.

Correlatamente às vantagens, a Internet também trouxe sérios problemas, tendo o Direito que se adaptar às inovações tecnológicas, regulamentando-as, bem como aos negócios novos, representados por contratos, pagamentos, propaganda enganosa, violação de direitos autorais e crimes praticados via rede.

A responsabilidade das agências de turismo é sempre principal e objetiva, e ocorre pelo simples fato de ter colocado o produto no mercado. Destarte, a agência organizadora e promotora é responsável pela prestação efetiva do serviço, pela sua liquidação junto aos prestadores de serviços e pelo reembolso aos usuários pelos serviços não prestados na forma e na extensão contratadas.

As obrigações assumidas para execução de serviços turísticos que se realizarem, total ou parcialmente, no exterior serão de exclusiva responsabilidade da agência de viagens e turismo. As agências de turismo são diretamente responsáveis pelos atos de seus prepostos, inclusive os praticados por terceiros por elas contratados ou autorizados, ainda que na condição de autônomos, assim entendidas as pessoas físicas por elas credenciadas, tácita ou expressamente. As únicas hipóteses de exoneração da responsabilidade das agências turísticas são as seguintes: (a) casos de comprovada força maior; (b) expressa responsabilidade concorrente de outras entidades; e (c) culpa exclusiva ou concorrente do turista.

O Código Civil forma um macrossistema de direito privado, assim chamado porque o Código do Consumidor, com suas disposições típicas e específicas da relação de consumo, passou a ser visto como o microssistema do direito privado.

A Lei n. 11.771/2008 não cometeu o equívoco de enfraquecer o consumidor diante da cadeia de fornecedores, o que poderia ocorrer se simplesmente se atribuísse às agências de turismo a responsabilidade objetiva pela intermediação e execução de seus serviços, e responsabilidade solidária pelos serviços de fornecedores que não pudessem ser identificados, ou fornecedores estrangeiros que não possuíssem representantes no Brasil, como constava do parágrafo 6º do artigo 27 da atual lei, que foi objeto de veto.

A Constituição Federal de 1988 incluiu a defesa do consumidor no plano da política constitucional entre os direitos e garantias fundamentais no seu artigo 5º, XXXII: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”; esta é uma das chamadas cláusulas pétreas, que não podem ser objeto de emenda constitucional, conforme disposto no artigo 60, parágrafo 4º, IV, da Constituição Federal.

O *Código de Proteção e Defesa do Consumidor* (CDC), Lei n. 8.078/90, apresenta-se como definidor de uma nova ordem de proteção dos direitos sociais, ao reforçar a questão da cidadania e reconhecer a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. Uma de suas principais características é sua linguagem, de fácil compreensão, já que tal lei se destina a todos os chamados consumidores. Aplica-se, integralmente,

aos serviços e às atividades turísticas. Uma vez que o exercício do direito do turismo envolve, também, uma relação de prestação de serviços, privados ou públicos, não é demais trazer algumas considerações sobre esse importantíssimo diploma legal.

Consumidor é toda pessoa física ou jurídica, ou a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Já fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. E serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, creditícia e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores; o respeito à sua dignidade, à saúde e segurança; a proteção de seus interesses econômicos; a melhoria da sua qualidade de vida; e a transparência e harmonia das relações de consumo.

O princípio da vulnerabilidade, certamente, sobreleva a todos os demais do Direito Consumerista, daí porque será feita a ele expressa referência. No ensinamento de Luiz Antonio Rizzatto Nunes (2000):

[...] o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido.

Impõe, também, o Código de Defesa do Consumidor o princípio da boa-fé objetiva, que exige um nível mínimo de respeito, de cuidados, de lhanza, de cooperação, de transparência com o parceiro contratual. A informação também tem grande valor para o Direito do Consumidor. Deve ser a mais ampla, substancial, extensiva a todos os aspectos da relação de consumo desenvolvida, que cabe integralmente aos fornecedores (BENJAMIN, 1991).

Assim, a publicidade enganosa é aquela que contém dados falsos; induz o consumidor em erro a respeito da natureza, característica, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Por sua vez, a publicidade abusiva é aquela que incita à violência; é discriminatória de qualquer natureza; explora o medo e a superstição; aproveita-se da deficiência de julgamento das crianças; desrespeita valores ambientais; é capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar, e integra o contrato que vier a ser celebrado (artigo 30).

A oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, dentre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e à segurança dos consumidores (artigo 31). Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

- I – exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;
- II – aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;
- III – rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos (artigo 35).

A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal (artigo 36).

O Código de Defesa do Consumidor protege o usuário dos serviços de turismo, penalizando aquele que utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas, incorretas ou enganosas, ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo, ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer, com detenção de três meses a um ano e multa.

Normalmente, o contrato entre as operadoras e as agências de viagem e turismo consiste em contratos de adesão, que são aqueles que já vêm elaborados, sendo que o turista apenas lá apõe a sua assinatura. Este tipo de pacto mereceu atenção destacada da legislação consumerista que, em seu artigo 54, disciplina que:

Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

O Código de Defesa do Consumidor também agasalhou, para privilegiar a parte frágil na relação do consumo, a inversão do ônus da prova, que cabe ao fornecedor, e a teoria da desconsideração da pessoa jurídica, pela qual responde o sócio da empresa, com seus bens, pela responsabilidade decorrente do consumo, evitando a fraude que se perpetua em nome da empresa, que é ficção jurídica e que não pode salvaguardar interesses escusos na relação que se estabelece entre o turista e o prestador de serviços.

Sob o aspecto processual, o Código de Defesa do Consumidor agasalhou a tese da inversão do ônus da prova em favor do consumidor, de modo que não mais lhe caberá provar a existência do defeito: o fornecedor é que terá de provar que o produto estava perfeito, ou que o defeito decorreu do uso inadequado do produto por parte do consumidor. O consumidor poderá acionar qualquer um dos envolvidos na *cadeia de consumo*, ou seja, a companhia aérea, a agência de viagens, a operadora de viagens, por exemplo.

Também o usuário do serviço público, dentre eles os serviços que têm como objeto o lazer, recebem a proteção especial do Direito, a começar pela Constituição Federal, que exige o bom e eficiente atendimento aos usuários do serviço público os quais, no exercício de seu direito de participar da Administração Pública Direta e Indireta, poderão reclamar da qualidade da prestação dos serviços e representar contra seu exercício negligente ou ineficaz (artigo 37 *caput* e parágrafo 3º).

O Estado de São Paulo possui a Lei de Proteção ao Usuário do Serviço Público (Lei n. 10.294, de 20 de abril de 1999). O objetivo da lei é a tutela dos direitos do usuário, e aplica-se aos serviços públicos prestados pela Administração Pública direta, indireta e fundacional e pelos particulares delegatários, por qualquer forma, de serviços públicos. Segundo a lei paulista, são direitos básicos dos usuários a informação precisa e o controle adequado do serviço público.

Para assegurar o direito à informação, o usuário deverá ter conhecimento do horário de funcionamento das unidades administrativas, do tipo de atividade em cada órgão, de sua localização e da indicação do responsável pelo atendimento. O atendimento ao usuário é pessoal, por cartas, cartazes, meios eletrônicos de comunicação e todos os meios de propaganda.

O usuário do serviço público tem direito a um serviço de qualidade, sendo obrigação dos prestadores do serviço público atender ao usuário com urbanidade e

respeito, sem qualquer discriminação, e também segundo os preceitos dos códigos de ética em vigor. O controle do serviço adequado é desempenhado pelas ouvidorias e pelas comissões de ética.

Considerações finais – O direito do turismo: ramo autônomo do direito

A partir do exposto, sugere-se que o Direito do Turismo, para se configurar como ramo autônomo do Direito, tenha vocação, objeto, princípios, compromissos e configurações próprias (ZAGO, 2008). Dessa forma, defende-se a vocação transacional do Direito do Turismo, que se aplica ao turismo interno regional e internacional, tendo por objeto a promoção da locomoção dos seres humanos, interna, regional, internacional ou, mesmo, virtual, com finalidades de lazer, esporte, férias, conhecimento, contemplação, cultura, enfim, de todas as áreas de manifestação e expressão do ser humano, de forma harmoniosa e integrada entre todos os povos, as comunidades e o meio ambiente.

Dentre os princípios do Direito do Turismo, elencam-se os seguintes: a promoção da hospedagem e da livre locomoção por quaisquer meios de transporte, inclusive digital; o desenvolvimento pacífico, pleno e sustentável, com respeito à biodiversidade e à diversidade cultural; a inclusão e não exclusão; a boa vontade; a não discriminação; e a quebra de todas as fronteiras que impeçam a paz e a harmonia entre os seres humanos, a flora e a fauna, deste e de todos os outros planetas. Na ordem internacional, o Direito do Turismo deve acolher os princípios de respeito e prevalência dos direitos humanos; respeito à autodeterminação; respeito às diferenças dos povos e das comunidades receptoras; repúdio à violência; busca do desenvolvimento sustentável e da paz sustentável; cooperação entre os povos para o progresso da humanidade.

O Direito do Turismo deve honrar os compromissos de promover o alcance da paz e da harmonia mundiais e uma ética mundial do turismo, que se refletirá em todas as outras atividades humanas. Também envolve o compromisso de todos os envolvidos na cadeia turística, em especial os Estados, a indústria e o comércio turístico ou que se relacionem com o turismo, as operadoras e os agentes de viagem, os profissionais da área do turismo e do lazer, assim como o próprio turista, que deverá firmar compromisso formal, antes de cada viagem, de conhecimento e obediência aos princípios éticos e legais do turismo. Na sua configuração privada, o Direito do Turismo deverá contemplar, especificamente, os contratos de turismo, assim como disciplinar os deveres e as obrigações dos turistas, dos profissionais do turismo e da atividade turística. Já na sua configuração pública:

- o turismo deverá ser reconhecido constitucionalmente como um direito fundamental do ser humano e um princípio diretivo dos Estados, como fator para a implementação de uma sociedade livre, justa e solidária; para garantir o desenvolvimento nacional; para erradicar a pobreza e a marginalização; para reduzir as desigualdades sociais e regionais; e para promover a paz, o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação;
- ao Estado incumbe o dever de formular, acompanhar e executar, sem solução de continuidade, políticas públicas para o turismo, visando propiciar um turismo democrático e universal ao alcance das crianças e dos adolescentes, promovendo, de todas as formas possíveis, a inclusão, a partir das pessoas com deficiência, idosos, carentes, crianças e adolescentes;
- o Estado deverá promover, incentivar e criar condições para o turismo e para a educação voltada ao turismo, diretamente ou através de parcerias, inclusive desenvolvendo o artesanato e as culturas regionais e locais;
- o Estado deverá promover o turismo também mediante benefícios fiscais;
- os tributos recolhidos a título da atividade turística, ou dela decorrentes, deverão ter percentual destinado à educação e à melhoria do setor turístico;
- ante a dificuldade de fiscalização de todas as atividades que podem causar dano ao meio ambiente, natural ou construído, dever-se-á estudar a possibilidade jurídica de atribuir aos profissionais de turismo, devidamente capacitados para tal, poder de polícia para fins de preservação e conservação do meio ambiente, monumentos, praças, museus, obras de arte e outros, podendo, para tanto, lavrar autos de infração e aplicar multas administrativas, cujo rendimento reverterá em favor da atividade turística;
- os profissionais de turismo e os turistas serão responsabilizados, civil, penal e administrativamente, por descumprimento das normas contidas na legislação turística específica, sobretudo por desrespeito às normas ambientais e constitucionais fundamentais;
- o Direito Penal do Turismo deverá tipificar os crimes praticados contra turistas, desde a violência ao estelionato, incluindo a exploração, de qualquer espécie, contra os turistas;
- o Direito Penal do Turismo deverá tipificar, também, os crimes oriundos da atividade turística, como a exploração sexual, tão impropriamente classificada e denominada como “turismo sexual”, a exploração de menores, a degradação ambiental e ao patrimônio público material e imaterial do País;
- o Código de Ética do Turismo deverá ser encampado pelo Código do Turismo.

Referências

- BENJAMIN, Antônio Herman V. *Comentários ao Código de Proteção ao Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1991.
- FERNÁNDEZ RODRIGUÉZ, Carmen F. *Derecho administrativo del turismo*. Madrid: Marcial Pons, 2001.
- LAGE, Beatriz Helena G. *Turismo, hotelaria e lazer*. 4. ed. São Paulo: Núcleo de Turismo da Universidade de São Paulo/Atlas, 2000.
- MEIRELLES, Hely L. *Direito administrativo brasileiro*. 28. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.
- MILARÉ, Êdis. *Direito do ambiente*. São Paulo: RT, 2000.
- NUNES, Luiz Antônio R. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material*. São Paulo: Saraiva, 2000.
- PY, Pierre. *Droit du tourisme*. 5. ed. Paris: Dalloz, 2002.
- WILHEIM, Jorge (Coord.). *Intervenções na paisagem urbana de São Paulo*. São Paulo: Instituto Florestan Fernandes de Políticas Públicas, 2000.
- ZAGO, Livia Maria A. K. *Terrorismo, turismo, direito*. São Paulo: Memnon, 2008.

Segmentação e motivação em turismo: reflexões sobre tipos de oferta e perfis de demanda

*Claudia Martins Pantuffi*¹
*Regina Ferraz Perussi*²

RESUMO: O texto trata da segmentação da oferta e da demanda turística, apontando conceitos e tipologias de práticas da atividade aliadas às motivações, segundo os perfis de visitantes. Foi realizada uma pesquisa exploratória estruturada com o intuito de observar e analisar como os mais conhecidos tipos de turismo se relacionam aos segmentos de turistas, apontando aspectos favoráveis e limitantes à realização dos referidos tipos da oferta, em consonância com os interesses dos turistas. Como fatores limitantes, destacaram-se a questão do custo das viagens e a falta de segurança das destinações. Concluiu-se que há uma estreita relação entre a escolha de destinos e as práticas pertinentes de acordo com os interesses dos indivíduos, sobretudo relacionados à faixa etária, à formação acadêmica, ao estado civil e ao desenvolvimento profissional.

PALAVRAS-CHAVE: segmentação; motivação; oferta; demanda; tipologias de turismo.

¹ Mestre em Psicologia pela Universidade São Marcos; coordenadora do Curso de Turismo do Centro Universitário SENAC São Paulo; docente da Sociedade de Ensino Superior Mozarteum. Contato: avenida Engenheiro Eusébio Stevaux, 823 – 04696-000 – São Paulo/SP; e-mail: cpantuffi@uol.com.br.

² Mestre em Turismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP; especialista em Planejamento e Marketing Turístico pelo SENAC São Paulo; docente no Campus Universitário SENAC São Paulo. Contato: avenida Engenheiro Eusébio Stevaux, 823 – 04696-000 – São Paulo/SP; e-mail: reginaferraz.perussi@gmail.com.

ABSTRACT: The text deals with segmentation of supply and tourism demand, pointing concepts and typologies of activity practices allied to motivations second visitors' profiles. A structured exploratory research was conducted to observe and analyze how the most popular types of tourism relates to tourists segments, pointing favorable and limiting aspects an achievement of offer types according with tourists interests. It has been pointed as most known typology the Ecotourism and as unusual practices health and sports tourism, being this last very often practiced by interviewers as well as the Cultural Tourism, with the self achievement and curiosity as main motivation. Tourism ways which most have sparked interest to be practiced were Interchanges and Cruises. As limiting points it can be highlighted issues as travel cost and the lack of safe in destinations. It was concluded that *there is a close* relationship between destination choice and relevant practices in accordance with the individual interests, especially related to age, academics, marital status, and professional development.

KEYWORDS: segmentation; motivation; supply; demand; tourism typology.

RÉSUMÉ: Le texte traite de la segmentation de l'offre et la demande pour le tourisme, en pointant sur les concepts et les pratiques des types d'activités confondus avec les motivations, selon le profil des visiteurs. Nous avons effectué une recherche exploratoire structurée afin d'observer et d'analyser la façon dont les types les plus populaires du tourisme sont liés à des segments de touristes, en soulignant les aspects positifs et des inconvénients à la réalisation de ces types d'approvisionnement en ligne avec les intérêts des touristes. Comme les facteurs limitants, la question la plus importante de savoir si le coût du Voyage et le manque de sécurité des destinations. Il a été conclu qu'il existe une relation étroite entre le choix des destinations et des pratiques pertinentes en conformité avec les intérêts des individus, en particulier liés à la vieillesse, l'éducation scolaire, l'état matrimonial et le perfectionnement professionnel.

MOTS-CLÉS: segmentation; motivation; offre; demande; types du tourisme.

RESUMEN: El texto trata de la segmentación de la oferta y la demanda turística, señalando conceptos y tipos de actividad junto con las motivaciones prácticas, de acuerdo a los perfiles de los visitantes. Se realizó una investigación exploratoria, estructurada con el fin de observar y analizar cómo los tipos más populares del turismo están relacionados con los segmentos de turistas, destacando los aspectos positivos y los inconvenientes para la consecución de los tipos de su ministro de conformidad con los intereses de los turistas. Como puso de relieve los factores que limitan la cuestión de los gastos de viaje y la falta de

seguridad de los destinos. Se concluye que existe una estrecha relación entre la elección de los destinos y las prácticas pertinentes de conformidad con los intereses de las personas, principalmente relacionada con la edad, nivel educativo, estado civil y el desarrollo profesional.

PALABRAS CLAVE: segmentación; motivación; oferta; demanda; tipos de turismo.

Introdução

O vertiginoso desenvolvimento das cidades no mundo globalizado, aliado às inovadoras tendências da sociedade contemporânea, tem provocado diversos desdobramentos em inúmeras áreas do conhecimento. Para o turismo, esse processo tem resultado em uma multiplicidade tanto na oferta quanto na demanda, o que pode ser notado pelo crescente número de tipologias ou formas de realização da atividade e os inúmeros perfis de turistas que praticam cada um desses tipos nos destinos turísticos.

Tal realidade precisa ser investigada e analisada no âmbito das organizações ligadas diretamente à atividade turística para que possam ser identificados os desejos, as necessidades e os interesses do público-alvo, de modo que elas tenham condições de adaptar a sua oferta à realidade da demanda. Para conhecer o perfil dos turistas mais adequados a seus produtos e serviços, as empresas turísticas devem se utilizar do artifício da segmentação de mercado ou da demanda.

Dessa forma, este artigo apresenta, em um primeiro momento, a definição e as formas de realização da segmentação turística da oferta (tipos de turismo) e da demanda (turistas). Posteriormente, contempla o conceito de motivação e como o mesmo se relaciona à atividade turística. Para uma melhor comprovação da realidade, foi efetivada uma pesquisa exploratória sobre o tema, que é mostrada na sequência, com sua respectiva análise de resultados. Por fim, são apresentadas as considerações finais acerca do assunto investigado.

Segmentação da atividade turística

Em decorrência da pluralidade dos grupos humanos vigentes, com estilos e gostos totalmente diversificados, as empresas do *trade* turístico precisam detectar os segmentos que desejam atingir para que possam não só se destacar, mas sobreviver ao acirrado mercado de trabalho. As pesquisas de marketing possibilitam o conhecimento minucioso dos anseios desta demanda, que se apresenta, nos últimos anos, cada vez mais informada, exigente e consciente de seus direitos e deveres. Por esse motivo, é

fundamental que as organizações elaborem estratégias competitivas para alcançar uma adequada posição no setor turístico e, conseqüentemente, o lucro almejado.

Kotler & Armstrong (2003, p. 73-174) dividiram o marketing em marketing de variedade de produtos e marketing de massa, conforme as ações voltadas para o seu público. O primeiro apresenta escolhas diferenciadas a fim de distinguir os produtos em relação aos concorrentes, considerando que o mercado é heterogêneo, enquanto o segundo oferece um produto único para todos os tipos de consumidores com uma oferta padronizada. Devido aos altos custos dos investimentos, as empresas que possuem condições financeiras limitadas optam pelo marketing de massa. Por outro lado, o marketing de variedade de produtos pode ser adotado por empresas que buscam um melhor posicionamento em seu ramo de atuação, aumento no volume de vendas e uma maior rentabilidade do estabelecimento em face da necessidade do maior desenvolvimento de pesquisas e de condições técnicas para atender aos diversos nichos (subsegmentos).

No caso específico da segmentação do mercado em turismo, Cobra (2001, p. 160) afirmou que ela consiste em uma:

Técnica utilizada para agrupar consumidores de serviços de turismo com comportamentos de compra semelhantes para realizar esforços concentrados e especializados de marketing sobre esse segmento (agrupamento de consumidores), pois se supõe que esse subgrupo de consumidores responderá de uma maneira similar ao esforço de marketing.

A segmentação é de fundamental importância para o setor turístico porque detecta os grupos com características homogêneas e impulsiona um maior número de pesquisas que revelam o perfil dos turistas reais e potenciais, atendendo de forma mais específica às suas expectativas, ao mesmo tempo que propicia a melhoria da infraestrutura da oferta das destinações turísticas e atenua os efeitos da sazonalidade.

Para Middleton & Clarke (2002, p. 117), a segmentação pode ser definida como “o processo de divisão de um mercado total – como todos os visitantes – ou um setor do mercado – como viagens de férias – em subgrupos ou segmentos para fins de gerenciamento de marketing”.

Com a maior concorrência no mercado, surgem várias políticas de preços e propagandas direcionadas para cada tipo de consumidor, ampliando o número de ofertas de produtos e serviços para a sociedade de modo geral.

Assim, verifica-se que existem inúmeras maneiras de segmentação no turismo, tanto no que se refere à oferta dos destinos quanto aos tipos de demanda. Nesse sentido, Beni (2004, p. 223-224) afirmou que:

[...] um dos principais meios para segmentar o mercado é através da identificação do motivo da viagem, que pode variar entre turismo de lazer, negócios e compras, desportivo, ecológico, rural, de aventura, religioso, cultural, científico, gastronômico, estudantil, de congressos e eventos, familiar e amigos, de saúde ou médico-terapêutico.

Por sua vez, Ansarah (2005, p. 290-298) apontou outros segmentos do mercado de turismo, como científico, intercâmbio cultural, pedagógico, enoturismo, golfe e espacial. Nessa mesma publicação, foram destacadas outras vertentes do turismo, voltado para a terceira idade, religioso, social, industrial, náutico, de pesca, *backpacker* ou mochileiro, dos albergues da juventude (*Hi hostel*), esportes radicais, de cavernas e turismo de aventura.

Panosso Netto & Ansarah (2009) incrementaram tal lista com alguns tipos mais específicos e atualizados, como arqueológico, sertanejo, comunitário, étnico, gastronômico, enoturismo, automobilístico, esotérico, linguístico, hedonista, ferroviário e espacial, dentre outros.

Cabe ressaltar que, em caráter oficial, no Brasil, atualmente o Ministério do Turismo trabalha com 12 segmentos: ecoturismo, turismo de aventura; cultural; de esportes; de estudos e intercâmbio; náutico; de negócios e eventos; de pesca; rural; de saúde, social e de sol e praia.

Essa divisão do mercado favorece a criação de políticas de preços e promoções direcionadas para cada público-alvo, atendendo às suas expectativas específicas. Para se realizar o marketing de segmentos, é necessário que se enfoque a segmentação no público com o qual se pretende atuar. Com esse objetivo, devem ser estabelecidas variáveis de segmentação, como apontado por Kotler & Armstrong (2003, p. 177-183).

- Segmentação geográfica: consiste na divisão do mercado em diferentes unidades geográficas, como países, estados, regiões, municípios ou bairros, localização e clima. Sob esse ponto de vista, por exemplo, as empresas de turismo precisam considerar o local de origem dos turistas.
- Segmentação demográfica e socioeconômica: analisa as características objetivas das pessoas de determinada localidade por meio de estatísticas. É baseada nos critérios de faixa etária, gênero, tamanho da família, estado civil, renda ou classe social, profissão, grau de instrução ou nível de escolaridade, religião, etnia e nacionalidade, dentre outros. De acordo com a idade, as pessoas têm interesses diferenciados e buscam atividades divergentes, aspecto que interfere na quantidade de viagens e no perfil dos destinos, o que, por sua vez, está geralmente relacionado com o tipo de ocupação, os rendimentos, o número de dependentes e a disponibilidade de tempo livre.

- Segmentação psicográfica ou de personalidade: indica a separação dos consumidores por estilo de vida, prática de atividades, interesses específicos, *hobbies* e valores. Cabe ressaltar que pessoas do mesmo grupo demográfico não possuem necessariamente os mesmos tipos de características comportamentais. Esta variável é significativa para os gestores de turismo porque classifica os turistas de acordo com suas preferências e os motivos de viajar para certas destinações.
- Segmentação por benefício: de acordo com Tomanari (2003, p. 35) e Swarbrooke & Horner (2002, p. 140), baseia-se na divisão do mercado segundo as vantagens que os consumidores buscam em determinada categoria de produto ou serviço. No caso dos clientes de organizações turísticas, pode-se citar a busca de *status* ou prestígio social, qualidade, economia, melhor atendimento, rapidez na prestação dos serviços e marcas conhecidas. Como exemplo do setor turístico, os programas de fidelização utilizados pelas companhias aéreas e cadeias hoteleiras, promovendo serviços para os clientes que buscam a economia em virtude da quantidade de utilização dos serviços como o principal benefício. Há também os viajantes que escolhem os destinos que estão em voga (modismos) apenas para se destacar em seu meio de convivência ou como forma de imitação de personalidades do momento, o que é denominado mimetismo.

Dias & Cassar (2005, p. 141-146) sugeriram uma classificação semelhante para o agrupamento de indivíduos com base nos seguintes critérios, porém com algumas divisões extras: (a) demográfico (características da população como sexo, faixa etária, estado civil, grau de instrução etc.); (b) geográfico (local de origem, densidade populacional ou clima); (c) socioeconômico (renda ou classe social dos indivíduos ou famílias); (d) por benefícios (vantagens advindas da aquisição do produto ou serviço); (e) psicográfico (estilos de vida, personalidade e interesses/opiniões); (f) comportamento de compra (lealdade ou fidelidade do consumidor a um produto ou uma empresa); (g) por múltiplos fatores (envolve uma mescla dos anteriores).

Esses critérios revelam os interesses ou razões para realizar ou não cada tipologia da atividade turística, o que será apresentado no item posterior.

Motivações turísticas

Considerando-se as segmentações descritas anteriormente, cabe identificar o que leva o indivíduo a buscar determinado tipo de atividade relacionada aos seus anseios e motivações.

Segundo Beni (2004), motivos são razões que fazem com que o indivíduo realize uma viagem, fatores pessoais que emergem do interior da pessoa ou dos desejos que lhe direcionam a ação. Para Silva (2004, p. 2), a motivação envolve os motivos (necessidades) e as ações para satisfazer essas necessidades.

[...] tudo que é realizado tem um motivo por detrás, que pode ser consciente ou inconsciente. Nesse caso específico, pode-se imaginar que determinado cliente tenha seus motivos para procurar um tipo específico de serviço, elogiar ou criticar certo tipo de atendimento, assim como um profissional tem seus motivos para trabalhar em determinado lugar.

Nesse contexto, é preciso entender de fato o significado de motivação, que, de acordo com Maximiano (2000, p. 347), tem sua origem no próprio termo.

A palavra motivação (derivada do latim *motivus, movere*, que significa mover) indica o processo pelo qual um conjunto de razões ou motivos explica, induz, incentiva, estimula ou provoca algum tipo de ação ou comportamento humano. O comportamento humano sempre é motivado. Em áreas especializadas, a palavra motivação adquire significados específicos. Por exemplo, a motivação do consumidor refere-se às razões que o levam ao comportamento de comprar.

Swarbrooke & Horner (2002) apontaram que os turistas são diferentes entre si e podem mudar com o tempo de acordo com o seu momento de vida, sendo que, muitas vezes, esses turistas são influenciados por mais de um motivo, o que permite relacionar e considerar as variáveis das teorias que abordam a motivação.

Conforme salientou Bergamini (1997), a psicodinâmica motivacional pode ser caracterizada pela existência de carências intrínsecas (necessidades que existem no interior de cada um), que são necessidades não supridas e geradoras de desequilíbrio, associadas às sensações desagradáveis, fazendo com que os indivíduos tomem atitudes ou adotem comportamentos que têm como objetivo eliminar tal desequilíbrio.

A autora supracitada ressaltou que motivação e necessidade são sinônimos e, quanto maior a necessidade, maior será a motivação, ou seja, para se comportar, o indivíduo terá que possuir a energia decorrente da necessidade, pois “a maior parte das teorias psicológicas sobre motivação foi, de alguma forma, inspirada pelas correntes filosóficas gregas que apregoaram o hedonismo. Para esse tipo de pensamento, as pessoas, de maneira habitual, tendem a buscar o prazer e a evitar a dor” (BERGAMINI, 1997, p. 34).

Dessa forma, pode-se considerar que o turista busca na viagem a satisfação de necessidades não atendidas por meio do prazer que pretende atingir e, nesse sentido,

a tipologia pode estar diretamente relacionada ao motivo/desejo mobilizador para a ação do turista.

Nesse contexto, pode-se considerar a “hierarquia das necessidades”, de Maslow, para relacionar os motivos que levam o turista para uma ou outra tipologia de turismo. Segundo Dubrin (2003), a teoria de Maslow ordena as necessidades humanas num modelo piramidal, destacando que as necessidades básicas precisam de satisfação para garantir a sobrevivência do indivíduo e, nas necessidades mais elevadas, o indivíduo atinge o desenvolvimento pessoal e sua potencialidade. O referido autor destacou que os cinco níveis de necessidades são os seguintes: fisiológicas (água, ar, alimento, sono e descanso); segurança (ambiente que garanta o bem-estar do indivíduo); necessidades sociais (pertencimento a um grupo, estabelecimento de relações afetivas); necessidades de estima (reconhecimento, autorrespeito, prestígio); necessidades de autorrealização (crescimento até o máximo potencial, desafios).

Ainda segundo o autor em questão, à medida que uma necessidade é satisfeita, ocorre uma transferência para o patamar seguinte, ou seja, uma necessidade satisfeita deixa de ser motivadora. Com relação ao turismo, é possível citar, como exemplo, o caso de um indivíduo que busca determinada atividade para fazer amigos e, à proporção que atinge seu objetivo, novas necessidades relacionadas ao turismo surgirão para ele.

Maximiano (2000, p. 352) complementou que o ponto central dessa teoria é que os seres humanos estão em constante desenvolvimento e que “uma necessidade ou grupo de necessidades pode ser predominante nos motivos internos de uma pessoa, devido a fatores como idade, meio social ou personalidade”.

A hierarquia de necessidades, segundo Maslow, seria a mesma para todos os homens e mulheres que trabalham, qualquer que seja sua cultura e qualificações [sic]. Dessa forma, as mais imperiosas são as necessidades “fisiológicas”, comer, vestir-se, morar corretamente, a própria pessoa e sua família. Em seguida, as necessidades de segurança, garantia de emprego, proteção social e jurídica, proteção médica em especial. Em terceiro lugar, as necessidades sociais: necessidade de amizade e afeição, tanto no trabalho como na vida fora do trabalho. Em seguida, no mais alto da escala, primeiro a necessidade de estima, quer dizer, ao mesmo tempo a confiança em si que procura o sucesso e a consideração dos demais, bem como o prestígio e a reputação conferidos pelo bom domínio do papel profissional. Enfim, a necessidade de se autorrealizar ou mais precisamente transformar em ação aquilo de que se é capaz de fazer e concretizar as próprias qualidades potenciais (LEVY-LEBOYER, 1994, p. 62).

As necessidades estabelecidas por Maslow têm o papel de mobilizar o comportamento do indivíduo com a finalidade de satisfazê-las, sendo que, quando alcançadas algumas, outras aparecem – por exemplo, fazer uma excursão com um grupo desconhecido caracteriza-se como necessidade social (fazer novos amigos) e, uma vez satisfeita essa necessidade, surge outra, que pode ser a de realizar viagens a uma estância hidro-mineral ou um *spa*, o que, nesse caso, refere-se à necessidade fisiológica de descanso.

Swarbrooke & Horner (2002) destacaram que os fatores motivacionais relacionados ao turismo pertencem a dois grupos: os que motivam um indivíduo a tirar férias e aqueles que influenciam uma pessoa a tirar férias em determinado período e com destino específico. Os autores citados apresentaram algumas tipologias que podem se relacionar aos fatores motivacionais, tais como: físicos (obter relaxamento, tomar banho de sol etc.); emocionais (vivenciar romance, nostalgia, aventura etc.); pessoais (visitar amigos, fazer novos amigos etc.); desenvolvimento pessoal (aumentar conhecimento ou aprender algo novo); *status* (aderir à moda, ter exclusividade, gastar de maneira ostensiva) e culturais (visitar lugares de interesse, conhecer outras culturas).

Quanto aos fatores que podem contribuir para determinar a motivação, destacam-se alguns, quais sejam: personalidade e estilo de vida – estes relacionados ao critério de segmentação psicográfica, conforme apresentado por Kotler & Armstrong (2003); experiências anteriores como turista ou as vivências no destino (nostalgia); percepção, por parte do sujeito, de suas fraquezas e forças e, por fim, como ele deseja ser visto por outras pessoas.

“As motivações de cada turista individual não só são diferentes, como podem também variar entre diferentes segmentos de mercado” (SWARBROOKE & HORNER, 2002, p. 91). Isso pode ser ilustrado, por exemplo, no caso de famílias com crianças pequenas, que buscam locais onde encontrem atividades infantis; ou de jovens, que normalmente têm interesse em festas e fazer novas amizades; ou, ainda, de pessoas mais velhas que, supõe-se, procuram lugares onde possam descansar.

Para McIntosh (1977 *apud* BENI, 2004), os motivos podem ser agrupados como físicos (tratamento de saúde, relaxamento, atividades esportivas); culturais (conhecimento de outros países, considerando todos os aspectos culturais desde arte até hábitos alimentares); interpessoais (desejo relacionado ao convívio social); de *status* e de prestígio (desejo de ser reconhecido)

Por outro lado, é possível relacionar a motivação ao tipo de produto, como se pode observar no quadro a seguir.

Quadro 1 Motivações principais e diferentes tipos de atrações para o visitante

Parque temático	Atividades excitantes Risco e aventura Escapismo <i>Status</i> , se ele tiver aquele passeio como o mais interessante
Museu	Aprender algo novo Nostalgia <i>Status</i> , caso seja internacionalmente famoso
Galeria de arte	Prazer estético Relaxamento Interesse especial em arte <i>Status</i> , no caso de ver telas mundialmente famosas
Lazer em shopping	Escapismo Procura de pechinchas <i>Status</i> , no caso de comprar algum produto de grife
Campo de golfe	Exercício Fazer novos amigos <i>Status</i> , se for um campo de renome

Fonte: Swarbrooke & Horner (2002, p. 93).

Portanto, percebe-se uma íntima vinculação entre tipologia de turismo e as motivações de realização da atividade turística, sendo que, de modo geral, é possível afirmar que os viajantes procuram concretizar mais de um tipo de turismo em suas viagens, considerando-se que existem inúmeras carências e vontades, que correspondem às suas motivações, o que os leva à busca de uma maximização do alcance de expectativas no mesmo tempo e espaço.

Com o intuito de detectar de maneira concreta a relação intrínseca entre segmentação e motivação no turismo, as autoras desenvolveram uma pesquisa exploratória estruturada com questões fechadas, que foram enviadas por e-mail para 86 pessoas no mês de março de 2010.

Análise da pesquisa

A amostra da pesquisa foi constituída de 58 mulheres e 28 homens, sendo que a maioria estava concentrada na faixa etária entre 19 e 25 anos (41%), seguida de 26 a 35 anos, com 23%; depois, pelas idades compreendidas entre 36 a 40 e 41 a 50 anos, com 13% cada. Apenas duas pessoas possuíam até 18 anos e somente sete encontravam-se com mais de 51 anos.

De acordo com Swarbrooke & Horner (2002, p. 92), “um aspecto da demografia que a indústria do turismo parece acreditar que determina as motivações pessoais é o gênero”, porém, à medida que as motivações individuais são analisadas, observa-se que essa diferença citada não é constatada e, dessa forma, pode-se inferir que a predominância feminina na amostra não causará viés significativo na análise dos resultados.

No que tange ao estado civil, a grande maioria afirmou que é solteira, com uma porcentagem de 65%, sendo que 30% dos participantes da pesquisa se declararam casados e 5%, separados, enquanto nenhum entrevistado relatou estar viúvo. O fato de a grande maioria ser solteira é expressivo, uma vez que pode direcionar a escolha das atividades. Swarbrooke & Horner (2002) confirmaram essa hipótese de que o *status* familiar pode ser um pressuposto para o comportamento do consumidor, destacando que os adultos jovens tendem a buscar novas experiências, liberdade e participação ativa.

Como a maior parte da amostra foi coletada junto a estudantes universitários ou professores em São Paulo, o grau de escolaridade ou nível de instrução mostra que a maioria está cursando o ensino superior, com 37%, ao passo que 23% já concluíram a faculdade/universidade, outros 31% finalizaram a pós-graduação e somente 6% estão em fase de conclusão de *lato sensu* ou *stricto sensu*.

Relacionando a predominância da faixa etária com o grau de formação da amostra, podem-se considerar os dados obtidos por Kaynok (1996 *apud* SWARBROOKE & HORNER, 2002) em outra pesquisa realizada que, dentre outras informações, retratou que os indivíduos com nível cultural mais alto demonstraram maior interesse por destinos que favoreçam contato com a natureza e atividades culturais, enquanto os mais jovens tendem a buscar práticas de atividades nos destinos escolhidos.

É fato que existem inúmeras tipologias de turismo e, a cada momento, surgem novos termos para a atividade. No entanto, foram apenas selecionados dez tipos considerados mais conhecidos da maioria dos indivíduos, tendo em vista que seria necessária uma explicação pormenorizada dos significados de outras terminologias não tão usuais para os entrevistados.

Por outro lado, é fundamental frisar que o tipo mais convencional de turismo, que se refere ao de lazer, não foi inserido na investigação por se considerar que o senso comum atrela a atividade turística normalmente ao entretenimento, e pretendeu-se mostrar que o leque de opções e razões para viajar é muito mais amplo.

Sendo assim, foram escolhidos os seguintes tipos de turismo: de negócios, de compras, desportivo, ecoturismo ou turismo ecológico, religioso, cultural, intercâmbio, de eventos, de saúde e cruzeiros marítimos. Da totalidade de entrevistados, 46 pessoas afirmaram conhecer todas as terminologias, mesmo não tendo realizado todas as formas de atividade turística. Das tipologias elencadas, destacaram-se a de saúde e desportivo como desconhecidas pelos respondentes, com 35% e 29% do total, respec-

tivamente, enquanto que o ecoturismo se sobressaiu como o tipo menos incomum com apenas 4,7% da amostra.

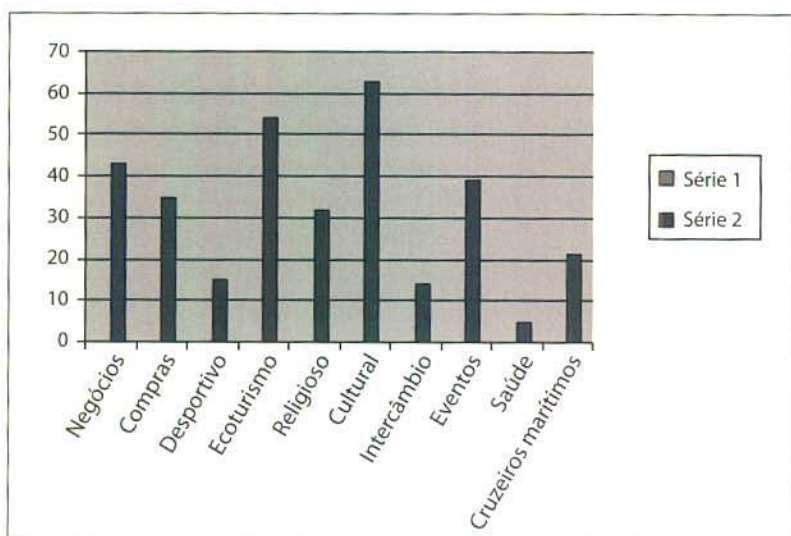


Gráfico 1 Práticas de tipos de turismo

Fonte: As autoras (2010).

Quando questionados sobre os tipos de turismo que já praticaram, como se observa no gráfico acima, os indivíduos podiam apontar diversas formas da atividade e assinalaram com maior destaque o turismo cultural, com expressivos 73%, e o turismo ecológico, com 63%, o que reforça o exposto anteriormente com relação à formação acadêmica e à faixa etária, além do nível de conhecimento.

As práticas que também obtiveram acentuada pontuação foram o turismo de negócios, com metade dos respondentes, e o turismo de eventos, com 45%. Cabe ressaltar que a prática do turismo de negócios está estritamente vinculada à atividade profissional e, dessa forma, pode-se considerar que essa modalidade não está relacionada a uma opção do turista, mas sim a uma demanda ou necessidade do mercado de trabalho.

É interessante notar que o turismo cultural, na realidade, permeia todos os tipos de turismo, levando-se em conta que a atividade turística em si visa ao conhecimento de uma nova destinação, sendo que cada localidade possui suas peculiaridades em termos de hábitos e costumes, algumas principalmente pelo idioma, vestuário e

gastronomia típicos e diferenciados. Além disso, pode-se depreender que os entrevistados transcenderam o sentido do turismo cultural apenas de visitação a atrativos culturais materiais, como museus e igrejas, conforme apontado por Beni (1997, p. 430), quando este autor atestou que a tipologia em questão se refere “à afluência de turistas a núcleos receptores que oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas representado a partir do patrimônio e do acervo cultural encontrado em ruínas, nos monumentos, nos museus e obras de arte”.

Provavelmente pelo fato de se encontrar cada vez mais em voga pela preocupação ambiental em larga escala, o turismo ecológico ou ecoturismo seja não apenas muito conhecido, mas, principalmente, bastante praticado. Marinček (2008, p. 216) explicou que, no início dos estudos sobre esse segmento do turismo, era mais comum a utilização do termo “turismo ecológico”, que foi sendo gradativamente substituído por ecoturismo e, com a introdução de atividades como *rafting*, rapel, tirolesa, *casca-ding* e *canyoning*, uma nova denominação passou a ser usada: turismo de aventura. Atualmente, de modo geral, o vocábulo “turismo de natureza” pode ser considerado o mais abrangente por abarcar as diversas modalidades e se diferenciar dos demais segmentos existentes no mercado.

Nota-se que os tipos que foram indicados como desconhecidos pelos respondentes (turismo de saúde e desportivo) foram os mesmos apontados como de menor prática. Além da coerência apresentada, verifica-se que pode existir alguma dúvida acerca do conceito dessas tipologias. Nesse sentido, torna-se pertinente mostrar que o chamado turismo de saúde, também conhecido como turismo de tratamento ou terapêutico, pode ser definido como “o conjunto de atividades turísticas que as pessoas exercem na procura de meios de manutenção ou de aquisição do bom funcionamento e sanidade de seu físico e de seu psiquismo”, segundo esclareceu Andrade (2000, p. 76). Por outro lado, o mesmo autor considerou o turismo desportivo como “todas as atividades específicas de viagens com vistas ao acompanhamento, desempenho e participação exercidos em eventos desportivos, no país e/ou no exterior” (ANDRADE, 2000, p. 75).

Logo, muitas pessoas podem atrelar o turismo de saúde apenas ao bem-estar do corpo, e não da mente, o que tem a possibilidade de ser alcançado pela estada em um *spa* ou em um *resort*, por exemplo, enquanto o turismo desportivo pode ter uma imagem ligada somente ao exercício de determinado esporte por atletas profissionais, e não à assistência a eventos esportivos em geral, como campeonatos regionais e, até mesmo, uma Copa do Mundo e as Olimpíadas.

Quando indagados sobre o que os levou à prática dos tipos de turismo mencionados, é possível notar, na figura a seguir, que os entrevistados indicaram com maior incidência a realização pessoal, com 74,5%, seguida pela curiosidade, com 63%, e o interesse em participar do grupo, com 28%. Opções como desafio e teste para a resis-

tência e a coragem foram pouco consideradas, e apenas alguns indivíduos apontaram modismo e necessidade e/ou desejo de ser reconhecidos pelo grupo. Dentre outras razões indicadas, foram mencionados os motivos ligados à atividade profissional, por exemplo, experiência de trabalho, solicitação da empresa e desenvolvimento profissional. Fatores como aprimoramento do idioma, busca da fé e de descanso, manutenção da saúde, aumento de conhecimentos e interesse próprio também foram citados.

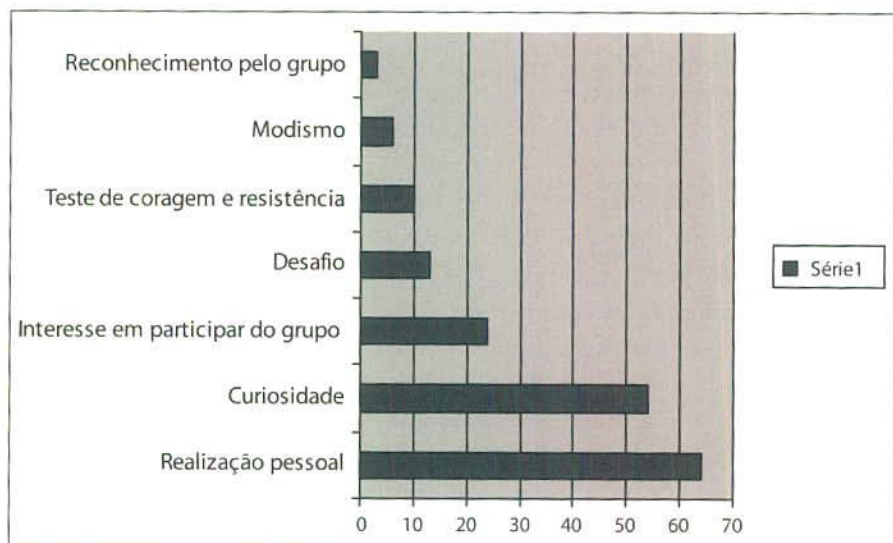


Gráfico 2 Fatores motivadores das práticas de turismo

Fonte: As autoras (2010).

Pode-se destacar que os fatores levantados referentes à curiosidade e ao desenvolvimento tanto profissional quanto pessoal relacionam-se com o perfil da amostra, uma vez que, em sua maioria, envolve jovens estudantes ou recém-formados que buscam aperfeiçoamento em sua área de atuação.

Com essas respostas, percebe-se a relevância da atividade turística como elemento que propicia a busca da autorrealização, seja pela aquisição de conhecimentos, seja pelo enfrentamento de novos desafios, pela concretização de um sonho ou a transformação de vida como resultado da experiência vivenciada no destino.

Além disso, o interesse em conhecer *in loco* paisagens e culturas diferenciadas aguça a curiosidade dos seres humanos desde os primórdios de sua existência, tendo sido um dos primeiros fatores propulsores da atividade turística. Consideradas as

condições de vida atribulada e estressante, sobretudo nas megacidades, como no caso de São Paulo, local de aplicação da pesquisa, a questão do convívio social se mostrou uma importante justificativa para a realização de viagens turísticas. Pode-se entender que a busca pela inserção e participação nos grupos sociais é um fator motivacional apresentado na teoria de Maslow, que retrata a necessidade de o indivíduo pertencer e de se inserir em grupos específicos. Muchinsky (2004, p. 368) confirmou essa assertiva, destacando que “as necessidades sociais incluem o desejo de associação, de gregarismo e de companhia. Elas envolvem a capacidade do indivíduo [sic] existir em harmonia com outras pessoas”.

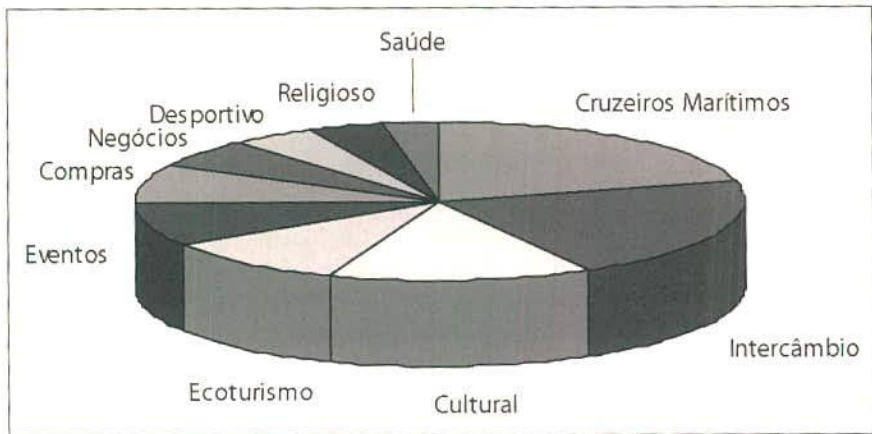


Gráfico 3 Tipos de turismo que se gostaria de praticar

Fonte: As autoras (2010).

Outra pergunta buscava identificar as aspirações turísticas das pessoas dentro das tipologias indicadas pelas pesquisadoras, conforme mostra a ilustração acima. Dessa forma, o turismo de intercâmbio e o de cruzeiros marítimos empataram no número de indicações, com 56% cada. De modo geral, o primeiro tipo apontado pode ser explicado pelo fato de que muitas pessoas se interessam em ampliar conhecimentos com uma viagem de maior duração para o aprendizado de novos idiomas e aquisição de experiência de vida em outro país, conhecendo em profundidade diversas culturas, o que, de certa forma, confirma o interesse dos participantes da pesquisa em se desenvolver profissionalmente com a faixa etária e a formação acadêmica.

Sob outro prisma, o cruzeiro marítimo pode ser definido como um “resort flutuante”, pelo fato de hospedar e transportar os passageiros com conforto e segurança.

Com o conceito de férias organizadas e boa relação custo *versus* benefício, possibilidade de relaxamento e esquecimento do cotidiano, “um cruzeiro marítimo consegue o fenômeno de agradar seus hóspedes por uma oferta variada de atividades, entretenimento, equipamentos e serviços [...] acaba acertando em opções que criam satisfação em diferentes perfis de hóspedes [...], conforme contemplou Amaral (2002, p. 7). Por todos esses motivos, agregado à crescente vinda de armadoras para o Brasil e pacotes promocionais das operadoras de turismo, inclusive com opções com *all inclusive* (alimentos e bebidas consumidos de forma ilimitada), modalidades de cruzeiros destinados a públicos específicos (como *fitness*, música, festas, gastronomia etc.), seguramente esta se configura como uma forma de turismo muito incentivada pela mídia, e é natural que haja uma procura por esse tipo de experiência. É relevante também destacar que o interesse demonstrado pelos pesquisados esteja relacionado com o aspecto curiosidade, apontado pela pesquisa como motivador para novas opções de turismo.

Posteriormente, nota-se o anseio pela vivência do ecoturismo com quase 27% pelos motivos acima citados, mas também pela vontade de um maior contato com a natureza, os autóctones ou as comunidades locais, e a prática de atividades radicais ou de aventura, o que mais uma vez demonstra compatibilidade entre perfil e motivação.

Para Britto & Fontes (2002, p. 33), o turismo de eventos é caracterizado como “uma atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, para o comércio local, restaurantes e hotéis e para a comunidade” e, nesse sentido, desperta atenções de vários públicos, envolvendo diversos tipos de acontecimentos que estão contidos na maioria das tipologias de turismo. Assim, é normal que tenha surgido como uma alternativa bem votada como aspiração de viagem, com 23% de indicações, pois atinge o lado pessoal e profissional, com a procura de lazer e diversão, além de novas relações sociais.

A busca pelo prazer de consumir, principalmente em lojas de grifes famosas, encontrar bons preços e oportunidades de negócios sinaliza a razão do turismo de compras, tido como bem classificado, com 21% das preferências, um tipo de turismo que movimenta turistas em busca de produtos vindos diretos de sua origem, como artesanato, pedras preciosas ou, mesmo, malharia, confecções e calçados³.

Com relação às justificativas apresentadas como motivação para busca de novas formas de turismo, podem-se relacionar os principais motivos descritos de acordo com a teoria de Maslow e com os motivos apresentados por McIntosh (apud BENI, 2004), conforme os quadros a seguir.

³ Consoante o site: <<http://www.desvendar.com/especiais/historiadoturismo/modalidadesdoturismo07.asp>>. Acesso em: 27 mar. 2010.

Quadro 2 Necessidades e motivações em turismo (Maslow)

Necessidades segundo a teoria de Maslow	Motivos identificados pela amostra da pesquisa
Fisiológicas	Descansar
Segurança	Cuidar da saúde
Sociais	Conhecer pessoas/estimular convívio social Namorar
Autoestima	Poder gastar Comprar em lojas famosas
Autorrealização	Ampliar/aumentar conhecimentos Vivenciar novas experiências Aprender idiomas Conhecer novas culturas Satisfazer curiosidade Ter novas oportunidades Obter realização/desenvolvimento profissional Desafiar limites

Fonte: As autoras (2010).

Quadro 3 Necessidades e motivações em turismo (McIntosh)

Motivos segundo McIntosh	Motivos identificados pela amostra da pesquisa
Físicos	Descansar Cuidar da saúde
Culturais	Ampliar/aumentar conhecimentos Aprender idiomas Conhecer novas culturas Satisfazer curiosidade
Interpessoais	Conhecer pessoas/estimular convívio social Namorar
Status e de prestígio	Vivenciar novas experiências Ter novas oportunidades Obter realização/desenvolvimento profissional Desafiar limites Poder gastar Comprar em lojas famosas

Fonte: As autoras (2010).

Analisando-se o quadro que apresentou Maslow, é possível concluir que a autor-realização é o principal fator motivacional da amostra pesquisada, sendo que Dubrin (2003, p. 111) a definiu como “a necessidade de crescer até o máximo do potencial”. Pode-se completar que se trata de enfrentar desafios e utilizar ao máximo a capacidade individual. É admissível que o perfil da amostra de jovens, na sua maioria com idades entre 19 e 35 anos, influencie decisivamente na motivação, pois, de forma geral, os mesmos estão focados na realização individual e no crescimento profissional.

Já quando considerados os motivos apresentados por McIntosh (1977 *apud* BENI, 2004), observa-se uma concentração em motivos culturais e de *status* e prestígio, que se relacionam, respectivamente, com “o desejo de conhecer outros países: seus hábitos, seus costumes, sua cultura artística, sua música, sua arquitetura, sua história, seu folclore e outros” e “o desejo de ser reconhecido, atendido, apreciado em sua reputação” (BENI, 2004, p. 254).

Por fim, foi levantado um questionamento sobre as motivações limitantes à prática dos tipos de turismo anteriormente citados. Das alternativas indicadas no questionário, a grande maioria assinalou o fator custo como principal impeditivo para qualquer forma de atividade turística, com 71% dos respondentes. Assim como a maioria da demanda de turistas nacionais e estrangeiros, a amostra de entrevistados dessa investigação pontuou a falta de segurança, que corresponde, de acordo com a teoria de Maslow, às necessidades de segurança, com índice de 37% das respostas, como responsável pela não visitação a muitas localidades turísticas. De acordo com Silva (2004), esse resultado pode estar relacionado ao medo de o turista ser molestado tanto física quanto materialmente ou de não ser auxiliado em caso de imprevistos.

Muito próximo a esse percentual (31%), surgiu o perfil do grupo praticante que destacou condições negativas para a realização de vários tipos de turismo, o que, por sua vez, se relaciona à falta de interesse em participar de determinados grupos ou, mesmo, à inexistência de compatibilidade entre os públicos, como casais com filhos e jovens solteiros, por exemplo.

Em penúltimo lugar, com quase 19%, foi sinalizada a ausência de infraestrutura básica e turística para a apropriada recepção de visitantes, o que, segundo Silva (2004), relaciona-se com as necessidades fisiológicas identificadas por Maslow e pode se caracterizar pela ausência de sanitários e dificuldade de adquirir alimentos. E, por fim, com quase 13%, apareceram as condições físicas de cada pessoa, que não permitem a prática de certas atividades turísticas.

Além dessas opções, foi acrescida a falta de tempo em razão de trabalho e de estudos, o desinteresse ou ausência de motivação pessoal por certa tipologia, a condição de lugares considerados poluídos não só fisicamente, mas sem identidade ou autenticidade, bem como o medo de viajar de avião e navio.

Neste último quesito, a pesquisa permitiu revelar que existem muitos fatores que dificultam o usufruto do turismo pelos indivíduos, apesar de suas motivações, com proeminência para a questão financeira, pois a atividade turística não é considerada como gasto prioritário, concorrendo com várias outras necessidades básicas e demais tipos de desejos de consumo. Beni (2004) complementou o raciocínio, afirmando que a decisão de compra focada no turismo envolve uma parte das economias do turista. Wahab (1976 *apud* BENI, 2004, p. 248) ressaltou:

(a) que não há taxa de retorno tangível nesse tipo de investimento; (b) que o gasto é muitas vezes considerado alto em termos de rendimentos, deduzidos os impostos, ganhos durante o ano; (c) que a compra pode ser voluntária, espontânea ou planejada; (d) que o gasto é preparado e planejado através de uma poupança feita por um tempo considerável; (e) está resignado a uma redução de suas reservas e sabe que, da compra de uma satisfação intangível, espera um retorno não econômico.

A percepção de índices de violência e criminalidade nas localidades turísticas também afugenta muitos visitantes, que buscam sensações de paz e descanso em seus momentos de tempo livre. Interessante notar que os itens “limpeza” e “epidemias” não surgiram no levantamento de dados, mas podem ter sido considerados dentro da questão da infraestrutura básica. Até porque, no que diz respeito à motivação, tais aspectos inserem-se nas necessidades fisiológicas, tendo em vista que, pela intensidade que esse tipo de necessidade possui, sua carência é mobilizadora, o que faz com que o turista verifique as condições mínimas relacionadas a esses fatores antes de buscar um tipo ou outro de turismo. Embora a busca de integração social seja uma constante nas viagens, as pessoas ainda demonstram certa preocupação com o estereótipo vinculado aos adeptos de cada tipo de turismo, o que nem sempre se configura como uma situação real. Finalmente, vale ressaltar que o produto turístico é composto não só por atrativos, mas também pelo seu suporte, o que corresponde à base para a satisfação do turista, ou seja, a infraestrutura básica (própria do local, voltada para os residentes) e a infraestrutura turística (com foco nos equipamentos e serviços direcionados à satisfação dos visitantes). Logo, se um destino não estiver totalmente estruturado para receber os turistas, o que abrange uma série de quesitos, além de frustrar as expectativas motivadoras dos viajantes, pode provocar o efeito da “propaganda boca a boca” negativa, resultante, em muitos casos, de uma propaganda enganosa.

Assim, a pesquisa revelou diversos fatores favoráveis e limitantes à realização do turismo, bem como preferências e interesses específicos de acordo com o perfil de cada segmento.

Considerações finais

Vive-se em uma sociedade em constante crescimento e transformação, de forma que todas as pessoas, desde aquelas envolvidas na produção até mesmo nas atividades relacionadas ao lazer e ao desenvolvimento pessoal, como é caso do turismo, têm a necessidade de acompanhar e se adequar a essas mudanças.

Visando discutir sobre esses processos, a pesquisa realizada bem como a reflexão teórica evidenciaram dados significativos como a busca do jovem adulto com formação acadêmica por seu desenvolvimento profissional, sendo este focado em novas experiências, que podem ser obtidas por meio do turismo de intercâmbio e de cruzeiros marítimos.

Para essa amostra, também ficou evidenciado o turismo como fator de autorrealização, que, nesse caso, abrange tanto o desenvolvimento pessoal como o profissional. Também se comprovaram as afirmações de Kaynok (1996 *apud* SWARBROOKE & HORNER, 2002), segundo as quais o ecoturismo é identificado como prática de maior interesse dos jovens.

É relevante também considerar como paradoxo que, da mesma forma que o turismo contribui para a autorrealização, há fatores, como falta de tempo e custo elevado, que podem impedir sua prática. Com relação ao quesito custo, pode-se considerar que o investimento nesse tipo de atividade não é prioritário, bem como a difícil mensuração do retorno sobre o capital investido.

Logo, uma análise geral da pesquisa mostrou que, embora boa parte dos entrevistados conheça os diversos tipos de turismo apontados, nem sempre ela os pratica, devido a diversos fatores que dificultam sua realização. Por outro lado, notou-se interesse destacado por algumas formas de turismo e suas respectivas motivações, o que denota a estreita ligação entre a oferta das destinações turísticas e os perfis de seus visitantes.

Dessa forma, pode-se concluir que a motivação do turista está relacionada ao ato de viajar, variando de acordo com a segmentação do público e o tipo de turismo escolhido. Em virtude da diversidade de tipologias de turismo e dos complexos estilos de visitantes na era contemporânea, percebe-se a necessidade de se investigar com maior profundidade cada forma inovadora de fazer turismo, o que resulta em permanentes desafios para os pesquisadores da área, sendo também de fundamental interesse para as organizações do setor.

Referências

- AMARAL, Ricardo. *Cruzeiros marítimos*. Barueri: Manole, 2002.
- ANDRADE, José Vicente de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 8. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- ANSARAH, Marília G. dos R. *Turismo e segmentação de mercado: novos segmentos*. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005. p. 285- 299.
- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 10. ed. atualizada. São Paulo: SENAC/São Paulo, 2004.
- BERGAMINI, Cecília W. *Motivação nas organizações*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997
- COBRA, Marcos. *Marketing de turismo*. 2. ed. São Paulo: Cobra, 2001.
- BRITTO, Janaína & FONTES, Nena. *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- DIAS, Reinaldo & CASSAR, Maurício. *Fundamentos do marketing turístico*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- DUBRIN, Andrew J. *Fundamentos do comportamento organizacional*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003
- HISTÓRIA DO TURISMO. Desvendar.com. Site institucional. <<http://www.desvendar.com/especiais/historiadoturismo/modalidadesdoturismo07.asp>>. Acesso em: 27 mar. 2010.
- KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. *Princípios de marketing*. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- LÉVY-LEBOYER, Claude. *A crise das motivações*. São Paulo: Atlas, 1994.
- MARINCEK, Jota. *Mercado de ecoturismo*. In: BRAGA, Débora C. (Org.). *Agências de viagens e turismo: práticas de mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 212-224.
- MAXIMIANO, Antonio César A. *Introdução à administração*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MIDDLETON, Victor T. C. & CLARKE, Jackie. *Marketing de turismo: teoria e prática*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- MUCHINSKY, Paul M. *Psicologia organizacional*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- PANOSSO NETTO, Alexandre & ANSARAH, Marília G. dos R. *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole, 2009.
- SILVA, Fernando B. da. *A psicologia dos serviços em turismo e hotelaria: entender o cliente e atender com eficácia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- SWARBROOKE, John & HORNER, Susan. *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- TOMANARI, Sílvia A. do A. *Segmentação de mercado com enfoque em valores e estilo de vida (segmentação psicográfica) – um estudo exploratório*. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA/USP.

GRÁFICA PAYM

Tel. (011) 4392-3344

paym@terra.com.br

Ministério do
Esporte



ISSN 2179-5371



9 772179 537007 >