



CAMINHOS do FUTURO

MINISTÉRIO DO TURISMO - AVT/IAP - NT/USP

APRENDIZ DE LAZER E TURISMO

Módulos

Introdução ao Turismo Contemporâneo

Viagens

Turismo

Lazer

Autores

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Regina Araujo de Almeida

Édson Leite

Maria Ataíde Malcher

Coordenação

Regina Araujo de Almeida

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Édson Leite

Maria Ataíde Malcher

Livro do Aluno



CAMINHOS do FUTURO

MINISTÉRIO DO TURISMO - AVT/IAP - NT/USP

APRENDIZ DE LAZER E TURISMO

Módulos

Introdução ao Turismo Contemporâneo

Viagens

Turismo

Lazer

Autores

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Regina Araujo de Almeida

Édson Leite

Maria Ataíde Malcher

Coordenação

Regina Araujo de Almeida

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Édson Leite

Maria Ataíde Malcher

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Aprendiz de lazer e turismo / Luiz Gonzaga Godoi
Trigo...[et al.] ; coordenação Regina Araujo de
Almeida...[et al.]. -- Ed. rev. e ampl. -- São Paulo :
IPSIS, 2007.

Outros autores: Regina Araujo de Almeida, Édson
Leite, Maria Ataíde Malcher

Outros coordenadores: Luiz Gonzaga Godoi Trigo, Édson
Leite, Maria Ataíde Malcher

Acima do título: Caminhos do Futuro - Ministério do
Turismo, AVT/IAP, NT/USP.

Bibliografia.

ISBN 978-85-98741-09-3

1. Lazer 2. Turismo - Estudo e ensino 3. Viagens
I. Trigo, Luiz Gonzaga Godoi. II. Almeida, Regina Araujo
de. III. Leite, Édson. IV. Malcher, Maria Ataíde.

07-1928

CDD-338.479107

Índices para catálogo sistemático:

1. Turismo : Estudo e ensino : Textos didáticos
338.479107



APRESENTAÇÃO

O Ministério do Turismo está lançando a coleção de livros de educação para o turismo, um produto do projeto Caminhos do Futuro. Trata-se de mais uma iniciativa para envolver toda a sociedade no esforço de dar qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro, com vistas no desenvolvimento econômico e social do Brasil. Neste caso, com os olhares voltados para professores e alunos do ensino fundamental e médio da rede pública.

Os livros abordam temas relevantes para o turismo no país. Mostram caminhos e a importância de se desenvolver o turismo de forma sustentável e inclusiva, gerando renda e benefícios para todos os brasileiros. O desafio é capacitar professores em conteúdos de turismo, para que absorvam novos conhecimentos e despertem nas crianças e jovens o interesse pela conservação do patrimônio natural e cultural e também pelas carreiras emergentes no mercado do turismo.

O projeto Caminhos do Futuro se insere nas diretrizes do Plano Nacional de Turismo, que reconhece o turismo como atividade econômica e incentiva parcerias para o desenvolvimento do setor. A coleção de educação para o turismo é um exemplo da união de esforços entre o Ministério do Turismo, o Instituto de Academias Profissionalizantes, a Academia de Viagens e Turismo e a Universidade de São Paulo, com apoio da Fundação Banco do Brasil.

Esse esforço conjunto de agentes públicos e privados vai permitir dotar as escolas brasileiras de material didático-pedagógico de qualidade, democratizando para todo o País o conhecimento sobre as várias faces do turismo e suas potencialidades. As crianças e jovens terão a oportunidade de vislumbrar no turismo um fator de construção da cidadania e de integração social. A possibilidade de um futuro melhor para todos.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

República Federativa do Brasil

Presidente: Luiz Inácio Lula da Silva

Ministério do Turismo
Ministro

Walfrido dos Mares Guia

Secretaria Executiva
Secretário

Márcio Favilla Lucca de Paula

Secretaria Nacional de Programas
de Desenvolvimento do Turismo
Secretária

Maria Luisa Campos Machado Leal

Departamento de Qualificação e
Certificação e de Produção
Associada ao Turismo
Diretora

Carla Maria Naves Ferreira

Coordenação-Geral de
Qualificação e Certificação
Coordenadora-Geral

Tânia Mara do Valle Arantes

Consultoria Técnica do Projeto
Consultora da UNESCO

Maria Aparecida Andrés Ribeiro

Revisão Técnica e Adequação
de Textos
Acompanhamento e Avaliação
do Projeto

Consultora do PNUD

Stela Maris Murta

IAP – Instituto de Academias Profissionalizantes

Conselho

Presidente

Tasso Gadzanis

Vice-Presidente

Flávio Mendes Bitelman

Secretário

Nilton Volpi

Tesoureiro

Osmar Malavasi

Diretora Acadêmica

Regina Araujo de Almeida

Conselho Consultivo

Caio Luiz de Carvalho

Luís Francisco de Sales

Manuel Pio Corrêa

Equipe Academia de Viagens e
Turismo - AVT

Coordenação

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Assistente Administrativo

Silvânia Soares

Assistente Financeiro

Carmen Marega

Assistente Técnico

Marcelo Machado Silva

Material Didático do Projeto
Caminhos do Futuro

Equipe de Coordenação

Regina Araujo de Almeida

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Edson R. Leite

Maria Ataíde Malcher

Revisão de Português

Celina Maria Luvizoto

Laura Cristo da Rocha

Vanda Bartalini Baruffaldi

Revisão Editorial

Débora Menezes

Consolidação Final dos textos

Silvânia Soares

Núcleo de Turismo da Universidade de São Paulo

Coordenação Geral: Profa. Dra. Beatriz H. Gelas Lage

Coordenação de Projetos

Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha

Coordenação Documentação

Profa. Dra. Regina A. de Almeida

Coordenação de Marketing

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Coordenação de Eventos

Prof. Dr. Edson R. Leite

Apoio



FBB – Fundação Banco do Brasil



USP – Universidade de São Paulo

FFLCH – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas

Diretor: Gabriel Cohn

Departamento de Geografia - Chefe: Jurandyr Ross

LEMADI - Laboratório de Ensino e Material Didático

Coordenador: Prof. Dr. Francisco Capuano Scarlato

Técnica Responsável: Waldirene Ribeiro do Carmo



GTTP – Global Travel & Tourism Partnership

Diretora: Dra. Nancy Needham



Escola de Artes, Ciências e Humanidades – EACH

Curso de Lazer e Turismo

Diretor: Dante De Rose Júnior

Coordenadora: Beatriz H. Gelas Lage

© MTUR/AVT/IAP/USP – 2007

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida para fins educacionais e institucionais, desde que citada a fonte.

Ministério
do Turismo



MÓDULO I - INTRODUÇÃO AO TURISMO CONTEMPORÂNEO

TEMA 1: A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NO MUNDO DE HOJE	8
Introdução	8
Os anos 1990	8
O que aconteceu nos últimos anos?	9
Quadro das crises internacionais mais recentes	9
A questão da Globalização	10
Considerações finais	11
TEMA 2: O TURISMO E O BRASIL	11
Contexto histórico	11
A importância da sociedade na discussão sobre turismo	12
Por uma agenda do pleno desenvolvimento do turismo	12

MÓDULO II - VIAGENS

APRESENTAÇÃO	14
TEMA 1: AS VIAGENS TURÍSTICAS	14
TEMA 2: MAHATMA GANDHI ERA TURISTA?	16

MÓDULO III - TURISMO

TEMA 1: PARIS, PORTO DE GALINHAS OU ALASKA?	20
Contexto	20
TEMA 2: O QUE FAZ DE UM LUGAR UMA DESTINAÇÃO TURÍSTICA	22
TEMA 3: A IMPORTÂNCIA E OS IMPACTOS DO TURISMO	23
Contexto	23
TEMA 4: O TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO	25
TEMA 5: AS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO	29
TEMA 6: MEIOS DE LOCOMOÇÃO E TRANSPORTE	30
Contexto	30

MÓDULO IV - LAZER

TEMA 1: LAZER E RECREAÇÃO: Uma possibilidade no CINEMA, SHOPPING OU BIBLIOTECA	32
TEMA 2: TRABALHO, LAZER E ENTRETENIMENTO	33
TEMA 3: EVENTOS	35
BIBLIOGRAFIA	36

Módulo I

Hot Park, Rio Quente (GO)



Praia Bela, Jacumã (PB)



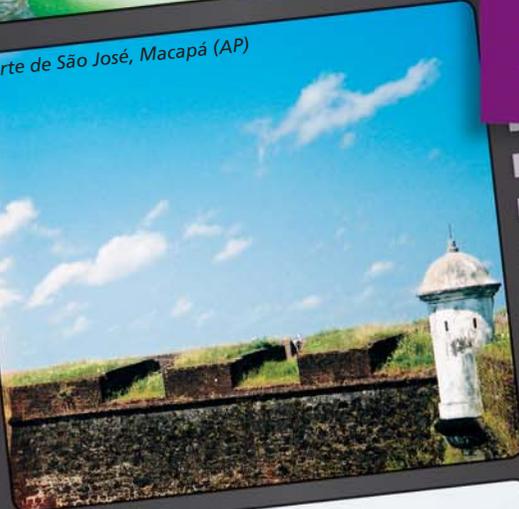
Teatro Amazonas, Manaus (AM)



Crédito: Fotos: Débora Menezes

INTRODUÇÃO AO TURISMO CONTEMPORÂNEO

Forte de São José, Macapá (AP)



Turistas no Pantanal, Miranda (MS)



Fachada histórica, Paraty (RJ)



Autor: Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Crédito Fotos: Débora Menezes



A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NO MUNDO DE HOJE

Introdução

Para entender o turismo no início do século 21, deve-se ter como base de estudo não apenas os livros, mas também os jornais diários e revistas semanais. A história tem apresentado profundas mudanças ao longo dos últimos tempos e esses movimentos podem continuar por alguns anos ou até mesmo décadas. Um dos autores que estudou essas mudanças é o sociólogo espanhol Manuel Castells. Ele escreveu uma importante obra para tentar dar conta dos novos cenários internacionais (*A era da informação*, em 3 volumes. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2003). Ali analisa como as redes de informação influenciam as sociedades, desde a educação até a política, as novas demandas sociais, o crime organizado e as reflexões sobre os novos problemas.

Os anos 1990

A história das tendências do turismo de massa é recente. Os primeiros estudos sobre o assunto no mundo atual foram reunidos em um documento lançado no Reino Unido, em 1991, com o título: *World Travel and Tourism Review – Indicators, trends and forecasts (Revista Internacional de Viagens e turismo - indicadores, tendências e previsões*, Wallingford, UK: CAB International, 1991). O volume reuniu mais de cinquenta especialistas internacionais e foi dividido em três partes: indicadores gerais dos cinco continentes e indicadores específicos de 33 países; tendências e previsões; e os desafios das políticas globais de turismo para os anos 1990. Na época, já se analisavam temas hoje amplamente discutidos, como desenvolvimento sustentável, turismo de baixo impacto, turismo social e envolvimento das comunidades, turismo e deficientes físicos, segmentos específicos como idosos e jovens. As projeções para a década foram, no geral, razoavelmente acertadas. Por exemplo, nas conclusões de um dos artigos, Robert Bentley, da Organização Mundial do Turismo, apontou que:

1. O turismo seria um dos segmentos em constante expansão na década de 1990;
2. Haveria mais competição entre regiões e países como destinos a serem escolhidos pelos turistas;
3. Consumidores teriam maior conhecimento sobre destinos e opções de viagens e seriam mais exigentes sobre produtos e serviços;
4. O setor do turismo seria um lugar propício para os avanços tecnológicos, especialmente na área de telecomunicações e informática;
5. O sucesso dependeria de enfoques altamente profissionalizados, tanto do setor turístico quanto da política específica dos destinos turísticos.

Fonte: *World Travel and Tourism Review*, p. 58.

A década de 1990 foi realmente um período de ouro para o turismo. Um dos textos mais interessantes da época foi escrito por J. R. Brent Ritchie e publicado em 1992 na *The Annual Review of Travel (Revista anual de viagens)*, uma edição especial patrocinada pela American Express. O artigo intitulava-se *New realities, new horizons (Novas realidades, novos horizontes)*. O texto remetia diretamente a uma parte das pesquisas já publicadas, em 1991, no *World Travel and Tourism Review* e considerava as seguintes mega-tendências para a década de 1990:

1. Questão do meio ambiente;
2. Disseminação da democracia pelo planeta;
3. Aumento do número de idosos;
4. Racionalização de investimentos na economia de mercado;
5. Diversidade cultural em um mundo homogêneo;
6. Dilema entre tecnologia e recursos humanos;
7. Necessidade de diminuir o abismo entre países desenvolvidos do Norte e países em desenvolvimento do Sul do planeta;
8. Novos valores: turismo cultural, educacional e profissional;
9. Busca de estabilidade e segurança;
10. A ascensão da sociedade baseada no conhecimento;
11. O crescimento da importância das cidades;
12. As questões de migração em vários pontos do planeta.

No Brasil, também já havia uma discussão sobre as tendências do turismo para os seguintes anos. Em maio de 1990, a Associação Mundial Para Formação Profissional Turística (AMFORT) e a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) organizaram um seminário em São Paulo intitulado *Turismo: Grande desafio dos anos 1990*. Vários pesquisadores se posicionaram em relação ao turismo e os desafios globais. A lista dos autores e dos assuntos por eles escolhidos é um bom exemplo de como estavam dispostos os interesses acadêmicos latino-americanos na época.

Lendo essas três publicações do início dos anos 1990, percebe-se quais os temas que marcariam a década:

- A questão das sociedades pós-industriais e pós-modernas;
- Questões ambientais e de sustentabilidade;
- Novas tecnologias;
- Capacitação de profissionais;
- Globalização;
- Diversidade cultural;
- Diferenças entre os hemisférios norte/sul do planeta.

O que aconteceu nos últimos anos?

Vivemos um período de mudanças históricas, com acontecimentos de reflexo internacional ocorrendo de maneira intensa e decisiva. Uma parte dessas mudanças refere-se à globalização. A expansão da globalização aconteceu de forma intensa e acelerada ao longo dos anos 1990 e isso ajudou a transformar o turismo em um setor cada vez mais importante no mundo todo, seja econômica, cultural ou socialmente. Porém a globalização também acarretou um desequilíbrio entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento. Aprofundou-se o abismo entre os detentores de riquezas e conhecimento e os que ainda buscam meios para adquirir estabilidade econômica e política em suas sociedades. A década que seria marcada pelo “fim das ideologias” e pela “pax americana” viu irromper no cenário mundial uma série de crises que exigiu constantes adaptações aos novos tempos.

Quadro das crises internacionais mais recentes	
Ano	Crise ou conflito
1995	Crise financeira no México.
1997	Crise asiática a partir de julho.
1998	Crise financeira na Rússia.
1999	Crise cambial no Brasil em janeiro, no rastro de uma crise iniciada em setembro de 1998. Início da pior crise econômica na história da Argentina.
2000	Problemas com a chamada “nova economia” e crise na Nasdaq (a Bolsa de Valores da informática em New York).
2000/2001	Série de escândalos fiscais em várias multinacionais com sede nos EUA e na Europa. A crise Argentina atinge o auge e o país fica insolúvel.
2001	Atentados terroristas em New York e Washington abalam o mundo.
2002	Novos atentados terroristas abalam o turismo internacional.
	Aprofundamento dos conflitos entre árabes e israelenses. Os EUA ameaçam invadir o Iraque caso o país não se submeta a controle para apurar a existência de armas de destruição em massa. No final do ano, surgem conflitos diplomáticos entre Estados Unidos e a Coreia do Norte.
2003	Guerra do Golfo II, quando os Estados Unidos invadem o Iraque.

Os três fatores fundamentais para o desenvolvimento do turismo em um país ou região são: **estabilidade política, social e econômica**. Porém há um fator isolado que compromete definitivamente o setor de viagens e turismo: o terrorismo. O mundo, no início do século 21, passa por problemas que atingem o tráfego aéreo internacional e as viagens para vários lugares do planeta. Mas a crise não é “universal”. Áreas como China, Japão, Europa, África do Sul, Brasil e Oceania mantêm seus fluxos turísticos. A América do Norte sofreu muito com os atentados de setembro de 2001, mas mantém seu turismo interno e recupera sua parcela no fluxo de turismo internacional.

A questão da Globalização

“Acredito que a globalização – a remoção das barreiras ao livre comércio e a maior integração das economias nacionais – pode ser uma força favorável, com potencial de enriquecer todas as pessoas do mundo, em especial as menos favorecidas. Entretanto, também acredito que a maneira como a globalização tem sido gerenciada, bem como as políticas que têm sido impostas aos países em desenvolvimento no processo da globalização, precisa ser radicalmente repensada.”

Fonte: STIGLITZ: 2002, p.10

Obs.: Para obter informações abundantes e atualizadas sobre globalização acesse www.globalisationguide.org ou <http://globalize.kub.nl/>. As informações são em inglês e oferecem conceitos, mapas históricos, estatísticas e respostas às questões mais comuns sobre globalização.

Quando começou a globalização? Segundo vários autores, entre o século 16 e a década de 1970, o que significa que não há muito consenso a respeito. Certamente a primeira grande expansão do capitalismo europeu ocorreu no início do século 16, no período das grandes navegações portuguesas e espanholas. No século 19, houve uma outra grande expansão do comércio e investimentos globais, até a eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e da Grande Depressão da década de 1930, período no qual o processo foi interrompido. O final da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) trouxe outra onda de expansão do capitalismo, com o desenvolvimento das empresas multinacionais. O período pós-Segunda Guerra foi marcado também pela divisão bipolar do planeta entre o capitalismo e o socialismo, gerando a Guerra Fria (1947-1991). Esse período viu também a emancipação das colônias europeias na África e Ásia e o desenvolvimento das comunicações e do transporte aéreo global, que criaram novas possibilidades para o comércio e negócios mundiais e originou o *turismo de massa*. A queda dos regimes socialistas na Europa Oriental, o fim do Muro de Berlim e o colapso da ex-União Soviética encerraram a Guerra Fria e selaram a complicada vitória do capitalismo global. O desenvolvimento das novas tecnologias de telecomunicações, expressando na internet uma de suas maiores possibilidades, tornou possível negócios e troca de informações em escala global que facilitou os acessos para milhões de pessoas. Informações em maior escala, com mais rapidez e mais baratas. Aí está o princípio da chamada sociedade de informação, uma das facetas das sociedades pós-industriais.



Fonte: Microsoft Office Online

Os avanços da globalização na década de 1990 ficaram restritos a determinadas áreas geográficas. O que se pode observar é que a União Européia formou um bloco econômico coeso com uma moeda única em vasta área, mantendo níveis de prosperidade razoáveis. O bloco conta com 25 países (Bélgica, Países Baixos, Luxemburgo, França, Itália, Alemanha, Reino Unido, Irlanda, Dinamarca, Portugal, Espanha, Grécia, Suécia, Finlândia, Áustria, Estônia, Letônia, Lituânia, Polônia, República Tcheca, República Eslovaca, Hungria, Romênia, Eslovênia, Bulgária, Chipre e Malta). A “Europa dos 25” possui 450 milhões de pessoas, um mercado importante na agricultura, indústria e serviços e uma sociedade influente no âmbito internacional. A Europa é o maior destino turístico do planeta e com a organização da União Européia suas políticas de turismo tornam-se cada vez mais articuladas e bem elaboradas.

O Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA, em inglês), envolvendo o Canadá, Estados Unidos e México, também é importante. A Oceania, especialmente Austrália e Nova Zelândia, mantém suas taxas de crescimento e ampliou imensamente seus fluxos migratórios e turísticos. A Ásia recuperou-se parcialmente da crise iniciada em 1997; o Japão mantém uma economia delicada e anda suscetível à crise que já dura uma década; e a China apresenta ótimas taxas de crescimento da ordem de 8,0% (contra 4,2% do Brasil, por exemplo, ou de míseros 2,6% para os Estados Unidos ou 1,5% para o Japão - taxas previstas para 2003 por “The Economist”). Todas essas áreas possuem um turismo desenvolvido de alta qualidade e eficiência.

Nesses países, o turismo internacional desenvolve-se intensamente no contexto do desenvolvimento das novas tecnologias de informática e telecomunicações, de novos sistemas de transportes (aéreos, marítimos, ferroviários e rodoviários), de métodos avançados de administração e da consciência da importância do setor de serviços e comércio nas economias atuais.

Nas novas sociedades, o que há de “novo” (além das tecnologias) são os tópicos sociais: a necessidade de uma nova ética para essas sociedades; a preocupação com a justiça social e o meio ambiente; a necessidade de conter a crescente violência urbana e o terrorismo; a preocupação com o bem-estar da população. Isso tudo é necessário e está intimamente relacionado ao turismo, com a diversidade cultural e com as questões ambientais. O Butão (pequeno país asiático), por exemplo, está preocupado com os índices da “Felicidade Nacional Bruta” (*Gross National Happiness*) da população.

Alguns sites da internet com seus respectivos nomes em inglês

- **Fundo Monetário Internacional** (The International Monetary Fund - www.imf.org);
- **Banco Mundial** (The World Bank - www.worldbank.org);
- **Organização Mundial do Comércio** (World Trade Organisation - www.wto.org);
- **Organização para Desenvolvimento e Cooperação Econômica** (The Organisation for Economic Cooperation and Development - www.oecd.org);
- **Fórum Econômico Mundial** (World Economic Forum - www.weforum.org);
- **United Nations Conference on Trade and Development** - www.unctad.org

A OECDE (sigla em inglês da Organização para Desenvolvimento e Cooperação Econômica) reúne os trinta países mais ricos do mundo: Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Coreia do Sul, Dinamarca, Eslováquia, Espanha, Estados Unidos, França, Finlândia, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Islândia, Itália, Luxemburgo, Japão, México, Nova Zelândia, Noruega, Polônia, Portugal, República Tcheca, Reino Unido, Suécia, Suíça e Turquia. A OECDE mantém contatos com outras 70 nações e Organizações Não-Governamentais, além de outras instâncias da sociedade civil. É uma das mais importantes reuniões de países do mundo (da qual o Brasil ainda não faz parte). As estatísticas sobre turismo no site da OECDE estão na seção de “transportes”.

O planeta passa por um enriquecimento cultural e o turismo é parte integrante dessas transformações. É agente ativo da globalização. Beneficia-se direta e imediatamente das novas tecnologias, da malha global de telecomunicações e de finanças, da organização do transporte de carga e passageiros, das grandes estruturas administrativas de redes hoteleiras e empresas de entretenimento. Constitui uma das expressões da pós-modernidade.

Considerações finais

O crescimento do turismo é uma realidade, assim como a disseminação dos valores da modernidade e do Iluminismo. A história da humanidade não é linear e sim pontuada por movimentos contraditórios, por incoerências e paradoxos. Para que cada vez mais pessoas possam desfrutar do prazer e do bem-estar, é preciso que as sociedades se organizem e proporcionem o acesso às necessidades básicas e aos desejos das pessoas. O turismo é um grande negócio econômico global, mas é mais do que isso. É um convite à convivência entre pessoas, etnias e culturas diferentes. É uma possibilidade de conhecer o planeta (e no futuro o espaço sideral) com sua natureza e culturas variadas. A viagem é uma preciosidade do imaginário das pessoas e sua realização expressa sentimentos variados e conflituosos. Turismo é acima de tudo prazer. Esse prazer não pode ser egoísta ou isolado de outras dimensões da vida humana. Sociedades livres e organizadas sempre podem oferecer melhores frutos aos seus membros. O turismo é um desses “frutos dourados do sol”. Há um longo trabalho e muitos prazeres pela frente. A viagem está apenas começando.



TEMA 2

○ TURISMO E ○ BRASIL

Contexto histórico

O turismo brasileiro está na sua segunda fase de grande expansão. A primeira fase ocorreu no início da década de 1970, em plena ditadura militar, quando burocratas organizaram o turismo como um dos remédios para resolver os problemas do país. Implantou-se uma estrutura de financiamento hoteleiro, cursos superiores e técnicos de turismo, *marketing* agressivo e agitação cívica baseada na conquista do tricampeonato de futebol (1970), nas vitórias de Emerson Fittipaldi na Fórmula 1 e na beleza das brasileiras, sempre finalistas nos então famosos concursos de Miss Universo. Apesar do esforço concentrado, a primeira fase do turismo brasileiro acabou em fracasso. Dois conjuntos de motivos afetaram a área: o **primeiro** foi a série de desastres econômicos provocados pela crise do petróleo e aumento das dívidas brasileiras, que provocaram inflação e recessão, comprometendo o desenvolvimento nacional, inclusive do setor turístico; o **segundo** foi o descaso dos “planejadores” que não se importaram com a **preservação ambiental**, com a **qualidade** e com a **formação de profissionais qualificados** em todos os níveis, o que afetou a operação e gestão dos serviços turísticos. Todas essas deficiências do setor turístico aliadas à crise econômica mundial resultaram em fracasso. Da segunda metade da década de 1970 a meados da década de 1990, várias crises econômicas cíclicas marcaram a história do país e o turismo ficou quase paralisado.

Com a abertura da economia e estabilização da democracia (governos Collor e Itamar Franco) e depois com os governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula, o turismo encontrou condições propícias para uma segunda onda de crescimento, desta vez mais bem estruturada. Pela primeira vez, em 1996, a Embratur estruturou uma política nacional de turismo; investimentos nacionais e estrangeiros jorraram em hotéis, parques temáticos e projetos ligados a entretenimento; a privatização das telecomunicações e de várias rodovias provocou melhoras na infraestrutura; houve o crescimento da formação profissional em todos os níveis (superior, médio e básico); novos cursos como hotelaria, gastronomia e lazer somaram-se aos cursos de turismo como formadores de profissionais qualificados; e vários estados, municípios, empresas privadas e ONGs compreenderam a importância do turismo como fator de desenvolvimento e inclusão social. A partir de 2003, foi criado o Ministério do Turismo, antiga reivindicação do setor, possibilitando que os problemas da área fossem tratados em um ministério específico.

A importância da sociedade na discussão sobre turismo

O turismo exige uma discussão ampla sobre o modelo de desenvolvimento. Essa discussão envolve outras questões como a cidadania, o meio ambiente, a ética, a sustentabilidade e a necessidade de uma inclusão maciça de pessoas.

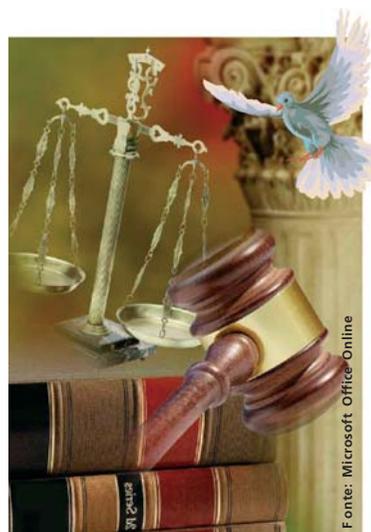
Turismo é um fenômeno que não cria apenas empregos, impostos e desenvolvimento. Se mal planejado, é fator de poluição, exclusão social, concentração de renda, aumento da prostituição, incremento da exploração sexual infantil e comprometimento de investimentos em projetos mal elaborados.

A responsabilidade por essas questões não é exclusiva dos governos, mas da sociedade organizada como um todo. Empresários, profissionais, organizações não-governamentais, sindicatos e as comunidades organizadas devem participar e se comprometer com os resultados decorrentes dos projetos turísticos. Evidentemente isso implica o acesso à educação e informação.

Por uma agenda do pleno desenvolvimento do turismo

É possível um turismo mais justo e sustentável? Sim e isso acontece em vários lugares do mundo. Como dizer que o turismo é uma bandeira da paz em um mundo onde a guerra continua a ser uma proposta lucrativa e egoísta de dominação? Como afirmar que o turismo ajuda a compreensão entre os povos se as fronteiras estão fechadas para milhões de excluídos? Como encarar o turismo como uma possibilidade de desenvolvimento se a globalização ameaça degenerar-se em um sistema "globalitário" e dogmático? O que fazer com os excluídos em um planeta que esgota irresponsavelmente seus recursos naturais e a escassez de água, alimentos e territórios habitáveis ameaça populações inteiras? Como será o turismo em 2050 ou 2080? As possibilidades de crescimento equilibrado existem e as novas tecnologias devem privilegiar a vida e as comunidades. A globalização precisa acentuar seus aspectos positivos e deter suas perversões. As novas sociedades precisam ser fundamentadas no humanismo e no conhecimento científico direcionado ao desenvolvimento dos recursos humanos, naturais e tecnológicos. É preciso propor uma agenda de discussões e iniciativas sobre a consciência turística e suas relações com o mundo atual:

- Acesso digital democratizado;
- Cidadania;
- Combate ao preconceito em geral;
- Combate à corrupção, ao crime organizado e à impunidade;
- Combate ao turismo sexual infantil;
- Combate ao terrorismo em todas as suas formas;
- Democracia política;
- Educação em todos os níveis;
- Entender que o turismo não é apenas um fato econômico;
- Ética;
- Globalização com ênfase também no social e não apenas no econômico;
- Inclusão;
- Justiça social;
- Melhor distribuição de riquezas;
- Maior garantia de acesso às oportunidades para todos;
- Pluralismo democrático e cultural;
- Recuperação do sentido da paz e da liberdade;
- Solidariedade;
- Sustentabilidade.



Fonte: Microsoft Office-Online

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global e depende de uma sociedade mais justa para se desenvolver plenamente. Um outro turismo será possível apenas em uma sociedade participativa. Capital e conhecimento são importantes, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A vida humana, animal e vegetal e o próprio planeta, que sustenta todas essas vidas, são os nossos maiores valores.

Módulo II



VIAGENS



Autores: Regina Araujo de Almeida
Édson Leite
Maria Ataíde Malcher



APRESENTAÇÃO

Este módulo pretende abordar a importância do turismo como um setor da economia, apresentando seus conceitos básicos, principais modalidades e os impactos dessa atividade econômica. Nosso principal objetivo é incentivá-lo a reconhecer e também descobrir as potencialidades turísticas de sua localidade ou região e, mais que isso, despertá-lo para a necessidade de protegê-las e valorizá-las. A partir da visão da atividade turística como instrumento de desenvolvimento local, pretendemos dar condições para que você se torne um agente de conscientização da importância do turismo em sua comunidade.



TEMA 1

AS VIAGENS TURÍSTICAS

Será que todas as viagens podem ser classificadas como turísticas? Sempre que alguém viaja, está fazendo turismo?

As viagens se definem por suas motivações: militares, econômicas, políticas e etc. As viagens turísticas distinguem-se dos demais tipos de viagens pelos objetivos que as induzem, isto é, viaja-se pelo prazer de viajar, por curiosidade ou divertimento, entre outros.

Através dos tempos, o homem procurou usar sua criatividade para pôr em marcha meios de locomoção cada vez mais aprimorados, que permitissem um deslocamento mais rápido pelo território e uma maior capacidade de transporte de pessoas e objetos. A evolução dos meios de transporte e de comunicação permite, hoje, que mais pessoas façam turismo. Tais conhecimentos favoreceram e incrementaram as viagens, pois lhes deram maior conforto e segurança.



Fonte: Microsoft Office Online

Atividades

1) Cada grupo de alunos deverá pesquisar e mostrar em um painel um dos temas propostos:

- evolução dos meios de transporte;
- evolução dos meios de comunicação;
- descobertas e invenções que auxiliaram no desenvolvimento das viagens.

2) Jogo: Fases do Turismo

O jogo apresenta os motivos das viagens e as condições em que essas ocorreram em quatro grandes blocos: primitivo, elitista, transição e de massa, permitindo conhecer as fases da história das viagens e do turismo, de forma divertida!

Peças:

- 1 tabuleiro
- 1 dado
- pinos de plástico ou outro material em cores diferentes (quantidade de acordo com o número de jogadores, até no máximo 6)
- 34 fichas numeradas

Instruções para montagem do material: O tabuleiro poderá ser construído em papel sulfite ou cartolina e deverá ter, no mínimo, 40 casas, divididas em 4 partes. Você pode construir cada parte em folhas separadas ou tudo numa grande cartolina, identificando as fases com cores diferentes, por exemplo. Cada uma das quatro partes representa uma fase da história do turismo; e cada uma das casas desse tabuleiro contará um pouco dessa história e terá uma tarefa atribuída, escrita nas fichas numeradas.



Regras para jogar: O jogo começará por quem tirar o menor número no dado. A partir daí, os jogadores vão avançando pelas casas numeradas de acordo com pontos tirados no dado. A cada casa em que o jogador pára, ele deve ler em voz alta a história na ficha correspondente e executar a tarefa solicitada. Ganha o jogador que chegar primeiro ao final da última etapa da história do turismo.

Fases do Turismo e tarefas do tabuleiro

Primitivo

- 1) Peregrinos e Romeiros - século VIII a.C. - Olimpíadas: jogos realizados para homenagear os deuses gregos, início da hospitalidade. Corra quatro casas.
- 2) Heródoto viajou pelo mundo para conhecer os costumes e a forma de vida dos outros povos. Início da idéia de viajante. Viaje duas casas.
- 3) Romanos, durante o império, viajavam desde o Báltico até a China, seguindo as rotas conhecidas. Surgem as primeiras estradas e estalagens.
- 4) Descoberta dos valores curativos das águas quentes e medicinais. Surgimento do termalismo. Aproveite as termas e fique uma rodada de molho.
- 5) Na Idade Média, as estradas se tornaram perigosas, poucos viajavam. Fique ligado! Volte uma casa.
- 6) Marco Polo (1254-1324) viajou para o Oriente. Com seus relatos, difundiu costumes orientais no Ocidente. Figura polêmica.
- 7) Peregrinos moviam-se para lugares santos por motivos religiosos. Eram budistas, cristãos, muçulmanos e outros, aumentando as informações sobre as viagens. Ande uma casa.
- 8) No século XV a navegação e os conhecimentos sobre as viagens ganharam novos impulsos. Aumenta o fluxo de viagens. Prepare-se para viajar, avance uma casa.
- 9) No século XVIII, para completar seus estudos, os ingleses realizavam viagens ao continente europeu. Tais percursos ficaram conhecidos como *Grand Tour*, por serem viagens circulares. Daí a origem de turista e turismo. Faça um *tour* na casa anterior.

Elitista

- 10) Início do século XIX: aparecimento do transporte ferroviário. Aumenta o número de viajantes. Pegue um lenço e dê adeus ao passado.
- 11) Thomas Cook organiza a primeira viagem de turismo para um congresso antialcoólico na Inglaterra (1841). Você está bêbado, avance uma casa e comporte-se como tal.
- 12) 1845: aparece o primeiro guia impresso para uso de clientes. Novidade: você se perdeu, volte uma casa.
- 13) 1870: Thomas Cook organiza a primeira viagem de volta ao mundo. E você embarcou nessa: ande três casas.
- 14) 1890: Cesar Ritz moderniza a hotelaria, criando hotéis com banhos nos apartamentos. Até que enfim! Ande duas casas.
- 15) Inicia-se a procura por banhos de mar em locais frios, com banhistas ainda usando trajes do dia-a-dia, antes da criação da roupa de praia. No final do século XIX, há uma busca pelas praias quentes, popularizando os locais de veraneio no Mediterrâneo. Boa nadada! Ande uma casa.
- 16) Início do século XX: ressurgem o termalismo como forma de turismo, mas entra em decadência no final do século. Como a água está quente, fique no banho uma rodada.
- 17) Aparecem os primeiros cassinos em Monte Carlo, transformando-se em atrativos do turismo. Jogue "par ou ímpar" com alguém do seu lado. Se ganhar, ande duas casas; se perder, volte três.
- 18) Surgem as férias de inverno: descanso nas montanhas e esportes na neve. Avalanche! Volte três casas.

Transição

- 19) 1910: Santos Dumont sobrevoa Paris, iniciando uma nova era nos transportes. Dê um pulo e bata asas: você voou três casas.
- 20) 1914: acontece a 1ª Guerra Mundial. Por questão de segurança, poucos viajam. Fique tranquilo, não jogue uma rodada.
- 21) 1919-1929: ressurgem o fluxo turístico ao fim da 1ª Guerra Mundial, porém é novamente desmotivado pelo *crash* da Bolsa de Valores de Nova York. Não jogue uma rodada.
- 22) Nessa época, surge o automóvel, generalizando-se o transporte e as estradas de rodagem. Cuidado! Você está preso porque atropelou uma vaca na Índia. Não jogue uma rodada.
- 23) Em alguns países, os trabalhadores começam a desfrutar as férias remuneradas, período este aproveitado em viagens. Ande uma casa.
- 24) O turismo se populariza, surgindo grande número de agentes e organismos de viagem.

Massa

- 25) 1939-1945: total paralisação do turismo pela ocorrência da 2ª. Guerra Mundial. Ponha um caderno na cabeça e reze.
- 26) Surgem os aviões de motor turboélice e os jatos, possibilitando vôos mais rápidos e de longa distância. Faça um avião de papel: se voar direito, voe cinco casas.
- 27) As montadoras produzem e vendem cada vez mais carros, o que aumenta o número de pessoas viajando com seus próprios veículos. Pegue seu Fusca e ande duas casas.
- 28) A construção de hotéis e outros meios de hospedagem com diferentes níveis de conforto e preço possibilita a hospedagem fora do seu domicílio.
- 29) Pela demanda, cresce e melhora a infra-estrutura viária de portos, aeroportos, estradas, marinas, etc. Sem dinheiro para o pedágio, não dá: volte três casas.
- 30) Com o final das linhas marítimas regulares, nascem os cruzeiros marítimos. Verdadeiros hotéis de luxo! Você foi parar no Havai. Dê uma rebolada.
- 31) A recuperação do crescimento deve-se a equipamentos de alta tecnologia. Informações e serviços computadorizados, viagens mais freqüentes e mais curtas. Deu pane no computador: volte duas casas.
- 32) O agente de viagens é elemento dinâmico do setor de turismo, combinando serviço e venda aos clientes.
- 33) 1973: crise do petróleo diminui o ritmo do crescimento. Abra uma poupança e volte quatro casas.
- 34) O turismo fragmenta-se, oferecendo opções como: turismo para a terceira idade, turismo social, turismo para jovens, turismo ecológico, etc. Cumprimente seus colegas.



TEMA 2

MAHATMA GANDHI ERA TURISTA?



Você, algum dia, parou para pensar qual é a diferença entre um turista e um viajante? Aliás, sabia que o turista é um tipo diferenciado de viajante?

Você, certamente, já ouviu falar nessas pessoas:

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| ■ Moisés | ■ Alexandre, o Grande |
| ■ Marco Polo | ■ Livingstone |
| ■ Cristóvão Colombo | ■ Capitão Cook |
| ■ Napoleão | ■ Amyr Klink |

Todos foram ou são grandes viajantes. Cada um deles, em sua época, com os meios e recursos disponíveis, cruzou mares e conheceu novas terras, muitas vezes fazendo descobertas de grande importância para a sociedade e colocando em risco suas próprias vidas. Esses viajantes eram turistas?

O desafio desse tema é descobrir o que diferencia o turista de outras categorias de viajantes. Vamos estabelecer os conceitos de viagem, viajante e turista para definir o que é *Turismo*. O objetivo desse tema ainda inclui a discussão sobre o tempo livre na sociedade moderna e a necessidade de lazer; a compreensão sobre o trabalho industrial como disciplinador social - percebendo suas conseqüências para a sociedade - e também como auxiliar no surgimento do turismo organizado; e ainda reconhecer a interdependência estrutural das atividades turísticas com os demais elementos do contexto social, estabelecendo a necessidade de um estudo interdisciplinar.

É importante discutir os conceitos de turismo e turista, de modo a permitir que os alunos construam seus próprios conceitos, partindo de informações teóricas, mas buscando utilizar a vivência pessoal.

Um aspecto a salientar é que dois elementos básicos estão presentes na conceituação de turismo e turista: espaço e tempo. O espaço refere-se ao deslocamento e o tempo, à permanência no local visitado.

O turismo deve ser definido como um fenômeno que ocorre quando as pessoas se deslocam para lugares diferentes dos de sua residência, com intenção de retorno. Para a ocorrência desse deslocamento, é necessário existirem condições que o possibilitem, ou seja, o turismo não abrange somente o fenômeno em si, mas todos os serviços e produtos que permitem sua ocorrência, como transportes, meios de hospedagem, serviços de agenciamento, alimentação, atrativos, etc. É o setor de viagens e turismo.



É importante frisar que turistas são pessoas que viajam em seu *tempo livre*, para locais diferentes dos de sua residência, com a *intenção de retorno*. Merece destaque a questão do tempo livre e a intenção de retorno. Aqui aparecem as principais diferenças entre o turista e um outro tipo de viajante qualquer como, por exemplo, o imigrante, que viaja para mudar o local de residência permanente. Assim, o turista é um viajante que se desloca com intenção de retorno ao seu local de origem; já o viajante, em geral, possui inúmeras motivações, tais como: as militares, fixar residência em outro local, a do político que, em tempo de campanha eleitoral, faz seus comícios em diferentes regiões, dentre outras. A viagem é, assim, um deslocamento de seu lugar de origem a outro ponto do universo, sendo diferenciada de outros deslocamentos a partir de suas motivações.

Deve-se destacar que a atividade turística só ocorre quando o deslocamento se dá no tempo livre, ou seja, no tempo de não-trabalho, aquele gasto fora dos negócios e, em geral, compreende o viajante que está fora de seu local de origem por mais de 24 horas e menos de um ano.

O conceito de tempo livre só aparece depois da Revolução Industrial, com as mudanças na concepção de trabalho e tempo social, e com a evolução tecnológica, principalmente nos transportes, que permitiram o deslocamento a longas distâncias com menor tempo, menor custo e maior segurança. O turismo, portanto, é uma atividade que só pode ocorrer - pelas condições apresentadas -, a partir do século XIX, sendo fruto da sociedade contemporânea. As alterações pelas quais a sociedade passou, tanto na área tecnológica como na forma de organizar o trabalho, acabaram gerando esse tempo livre, que é utilizado para reposição das forças de trabalho. As viagens - que retiram as pessoas de seu dia-a-dia exaustivo - levaram-nas para lugares e ritmos diferentes do cotidiano, tornaram-se uma necessidade, passaram a ocorrer em intensidade cada vez maior e a atingir um número crescente de pessoas, acabando por tornar-se um fenômeno de dimensões planetárias no século XX.

Atividades

1) Com a ajuda de um dicionário ou de outros livros, escreva no seu caderno os conceitos de *viagem* e *viajante*.

2) Discuta com seus colegas, defina e grife quais desses viajantes podem ser considerados turistas:

Imigrantes	Diplomatas	Membros das Forças Armadas
Refugiados	Passageiros em trânsito	Nômades
Trabalhadores fronteiriços	Guias turísticos	Conferencistas
Agentes de viagens	Comissários de bordo	Chefes de Estado
Empresários	Desportistas	Estudantes
Cientistas	Peregrinos	

3) Agora que você separou os turistas dos demais tipos de viajante, liste as diferenças entre eles e conceitue *turismo* e *turista*.

Turismo: "Turismo é uma atividade econômica, representada pelo conjunto de transações - compra e venda de produtos turísticos - efetuados entre agentes econômicos do turismo, gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por quaisquer motivos, executando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local de visita".

Turista: viajante que se desloca para um ou mais locais diferentes de sua residência habitual, e lá permanece por mais de 24 horas, mas com intenção de retorno. Além disso, não participa do mercado de trabalho no destino.

4) Pesquise em jornais, revistas ou outras fontes, alguns roteiros de viagens, excursões, passeios e eventos que possam ser considerados atividades turísticas. Recorte-os, cole-os em seu caderno e guarde-os para a próxima lição.

Módulo III



TURISMO



Autores: Regina Araujo de Almeida
Édson Leite
Maria Ataíde Malcher



PARIS, PORTO DE GALINHAS OU ALASKA?

Contexto

O objetivo deste tema é distinguir as diversas modalidades em que o turismo pode ser subdividido, identificando as diferentes alocações do tempo livre nas sociedades

Fixando conceitos

Turismo: "Turismo é uma atividade econômica, representada pelo conjunto de transações - compra e venda de produtos turísticos - efetuados entre agentes econômicos do turismo, gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por quaisquer motivos, executando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local de visita". Definição da Organização Mundial de Turismo - OMT.

Turista: viajante que se desloca para um ou mais lugares diferentes de sua residência habitual e lá permanece por mais de 24 horas, mas com intenção de retorno. Além disso, não participa do mercado de trabalho no destino.

Núcleo Emissor: local de onde parte o turista.

Núcleo Receptor: local que recebe o turista.

Fluxo Turístico: grupos de pessoas que se deslocam do núcleo emissor ao núcleo receptor a fim de fazer turismo.

As pessoas têm diferentes razões e motivações para viajar, o que as leva a optar por visitas a diferentes locais. Tudo depende do por que e para que se viaja. Sendo assim, pode-se dizer que existem diferentes tipos de turistas e de turismo!

Alguns Tipos de Turismo

Turismo de sol e praia: caracteriza-se pelas atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, por causa da presença de água, sol e calor.

Turismo náutico: "caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como meio ou como finalidade da movimentação turística", e pode ser classificado em turismo fluvial, turismo em represa, turismo lacustre e turismo marítimo.

Turismo cultural: como fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre indivíduos e seus grupos sociais, ou de culturas diferentes, está relacionado "à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura".



Praia de Mococa, em Caraguatatuba (SP)



Windsurf na Lagoa de Jijoca (CE)

Turismo de estudos e intercâmbios: "constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivência para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional".

Turismo cívico: caracterizado por "deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, fatos, observação e participação em eventos cívicos, que representem a situação presente ou a memória política e histórica de determinado local".

Turismo de negócios e eventos: "compreende as atividades turísticas decorrentes das relações de interesses profissionais, associativos, institucionais de caráter comercial, técnico-científico, promocional e social".

Turismo de esportes: a definição adotada pelo Ministério do Turismo estabelece que esse tipo de turismo "compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de alguma modalidade esportiva".

Turismo de aventura: "compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo". É



Lembranças do Santuário de Nossa Senhora, em Aparecida (SP)

importante destacar que “considera-se atividades de aventura aquelas cujo prêmio é a superação de seus limites pessoais, caracterizadas como atividades de recreação e não de competição”. Esse tipo de turismo, quando organizado ou intermediado por prestadores de serviços e operadores de agências de turismo, está submetido a normas e regulamentos de segurança, elaborados pelo Ministério do Turismo, que orientam o processo de certificação dos serviços.

Turismo de saúde: “É aquele praticado por pessoas que se deslocam em busca de climas ou estações de tratamento, onde possam recuperar a saúde física e/ou mental” (EMBRATUR, 1992). Também pode ser chamado de *turismo de tratamento ou terapêutico*, destacando-se para esse fim o termalismo, em razão da valorização dos agentes naturais de cura (EMBRATUR, sem data).

Turismo religioso: caracteriza-se pelas “atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas”. Essa atividade turística está relacionada “às religiões institucionalizadas tais como as afro-brasileiras, espíritas, católicas e protestantes, compostas de dogmas, hierarquias, estruturas, templos, rituais e sacerdócio”.

Podem ser citados, como exemplos dessas atividades, as peregrinações e romarias, retiros espirituais, visitação a espaços e edificações religiosas, dentre outras.

Turismo místico e esotérico: “são atividades turísticas relacionadas às práticas, crenças e rituais alternativos, que ocorrem em função da busca da espiritualidade, do auto-conhecimento e do auto-aperfeiçoamento. Caminhadas de cunho espiritual e místico, práticas esotéricas, técnicas de meditação e de energização, dentre outras”, são exemplo desse tipo de atividade turística.

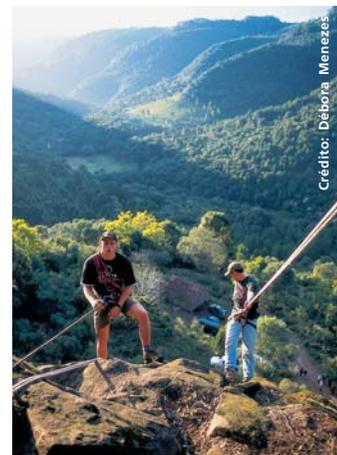
Ecoturismo: a definição desse tipo turismo vigora desde 1994, quando a EMBRATUR e o Ministério do Meio Ambiente assim estabeleceram, na publicação *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*: “(...) segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar da população”. A mesma definição é, ainda hoje, adotada pelo Ministério do Turismo.

Turismo de pesca: “compreende as atividades turísticas decorrentes da pesca amadora”, entendida como “atividade de pesca praticada por brasileiros ou estrangeiros, com finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial”.

Turismo rural: “é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. Considerado uma derivação do turismo rural, o termo agroturismo é adotado em alguns locais como no estado do Espírito Santo, sendo aceitos os dois termos – Turismo rural e agroturismo. O que se denomina agroturismo compreende as atividades turísticas internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade (Adaptado de Graziano da Silva et.al., 1998 p. 14)”.

Turismo social: caracteriza-se pela forma de “conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidade, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”.

Os diferentes segmentos do turismo são estabelecidos a partir de elementos da identidade da oferta e das características e variáveis da demanda turística. Assim, os tipos de turismo decorrem da forma como a atividade se apresenta e se organiza em determinado lugar.



Prática de rapel em Canela (RS): aventura na serra

Atividades

- 1) Se pudesse escolher, para onde você viajaria hoje?
- 2) Quais as razões que influenciaram sua escolha?
- 3) Recorte e cole no seu caderno fotos, ilustrações ou imagens de lugares que você gostaria de conhecer.
- 4) Classifique o tipo de turismo dos recortes que você colou no seu caderno na atividade 4 do tema 2.
- 5) Ler o texto “De norte a sul, Goiás alardeia diversidade” e listar os tipos de turismo possíveis no estado.

O QUE FAZ DE UM LUGAR UMA DESTINAÇÃO TURÍSTICA



O espaço - arranjado e modificado para nosso bem viver -, quando visto do ponto de vista do turismo, pode ser um dos elementos contribuintes para a motivação do deslocamento. Nesse caso, ele é denominado *atrativo turístico*, já que seu fator diferencial de "exclusivo" merece ser visto, levando as pessoas a escolher esse destino ao invés de outro.

Em geral, todo turista, quando se desloca, tem um destino predeterminado e este destino ou lugar tem certas características que o tornam atrativo. Os atrativos turísticos podem ser de diversos tipos e são classificados em dois grandes grupos: naturais e culturais.

Atrativos naturais: constituídos basicamente por elementos da natureza;

Atrativos culturais: constituídos por elementos onde há, ou houve, elaboração e intervenção humana.

A classificação dos elementos que compõem os atrativos naturais e culturais é muito grande e varia conforme a abordagem feita pelos diversos estudiosos do assunto.

Como vimos, as pessoas têm diferentes razões e motivações para viajar. Por isso, diferentes pessoas irão optar por diferentes locais, procurando diferentes atrações, por diversos motivos.



Camping do Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira, em Apiaí (SP)

A escolha de uma destinação turística, entretanto, não depende somente das atrações, mas também da infraestrutura para atender o turista, como abastecimento de água, energia elétrica, segurança pública, etc.

Atualmente está na moda o "turismo ecológico" ou ecoturismo, em que as pessoas buscam o maior contato possível com a natureza, optando por dormir em barracas, cozinhar em fogareiros e banhar-se em cachoeiras. Porém, nem todo turista busca esse tipo de lazer. Grande parte ainda prefere viajar para localidades onde tenha a certeza de encontrar todo o conforto. Na verdade, muitos turistas escolhem destinações onde possam usufruir, pelo menos por algum tempo, de confortos e regalias com as quais não podem contar em seu dia-a-dia.

Isto significa que, além das atrações do clima e das paisagens naturais, possibilidades para a prática de esportes, fontes com qualidades terapêuticas, tesouros artísticos, históricos e culturais, especialidades econômicas e peculiaridades que uma determinada destinação possa oferecer, deve-se avaliar, igualmente, a qualidade dos serviços de apoio disponíveis para recepção dos viajantes, tais como hotéis e restaurantes, pois uma destinação turística é escolhida, também, pelo conjunto de seus serviços, que têm o propósito de satisfazer os desejos ou as expectativas do turista.

Assim, antes de optar por um destino, o turista analisa:

- os *atrativos*, que correspondem aos principais elementos motivadores do fluxo turístico para um local. São os atributos naturais, culturais e eventos programados;
- as *facilidades*, também chamadas de infra-estrutura turística, permitem a permanência do turista na localidade visitada. Mesmo que, geralmente, não sejam as principais responsáveis pela escolha de uma destinação, esses serviços facilitam o alojamento, a alimentação e até o entretenimento do turista. Muitas vezes, a adequada infra-estrutura é determinante para que o turista permaneça mais tempo em uma localidade;
- o *acesso*: são as vias e os meios de transporte disponíveis, que possibilitam a locomoção do turista até o local desejado e dentro da localidade.

Como explicitado, os elementos que se destacam para que um lugar possa se constituir como uma destinação turística são seus atrativos naturais e histórico-culturais, as facilidades oferecidas e a forma de acesso.

Atividades

- 1) Pesquise em sua cidade e faça uma lista dos atrativos que ela pode oferecer aos turistas, separando-os de acordo com a classificação estudada.
- 2) Em grupo, verifique quais atrativos da sua lista já estão sendo explorados como atração turística e quais ainda não.



- 3) Pesquise, em sua cidade ou região, as facilidades e condições de acesso. Verifique se são adequadas para o atendimento ao turista. Em caso negativo proponha, com a ajuda do seu professor, sugestões para melhorá-las.
- 4) Recorte e cole no seu caderno imagens, fotos e ilustrações de duas destinações turísticas: uma com atrativos naturais e outra com atrativos culturais.
- 5) Leia o texto “Nem com o mar de ressaca Rio perde humor” e classifique os atrativos naturais e culturais do Rio de Janeiro apresentados na reportagem.



TEMA 3

A IMPORTÂNCIA E OS IMPACTOS DO TURISMO

Contexto

A principal tarefa deste tema é demonstrar como se articulam as atividades ligadas ao turismo (entre si e com as demais atividades produtivas do território) e os efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais resultantes dessa articulação. Como toda ação humana no território, o turismo também provoca transformações e conseqüentes impactos positivos e negativos. Por isso, o planejamento e a gestão do turismo devem visar à sustentabilidade da atividade, ou seja, perseguir a maximização dos impactos positivos e minimizar os impactos negativos.

O desenvolvimento do turismo pode trazer *benefícios* e *custos* para a comunidade local. São inegáveis os benefícios relacionados à criação de empregos, geração de renda, divisas geradas pelo turismo internacional e aumento da arrecadação de impostos em razão dos gastos dos turistas na localidade. No entanto, a distribuição dos benefícios nem sempre é igualitária.

O turismo pode propiciar à população residente o acesso aos serviços relacionados ao saneamento, comunicação, segurança, limpeza, melhoria de estradas, aeroportos, novos hotéis, museus, variedade de restaurantes e de atividades de lazer. No entanto, há lugares em que toda essa infra-estrutura é construída para beneficiar muito mais o turista do que a comunidade local, criando *apartheids* sociais, como é o caso de muitos *resorts* espalhados pelo Brasil e países africanos, asiáticos e caribenhos.

O turismo pode proporcionar melhores rendimentos e salários para a população local, engajada na produção de bens e serviços turísticos, ao contrário de constituir uma parcela da população que sofre as conseqüências da valorização do espaço pelo alto valor dos aluguéis, das terras, dos produtos alimentícios, enfim, do custo de vida.

É muito grande a capacidade de geração de empregos no turismo. Milhões de pessoas atualmente trabalham envolvidas na direção e funcionamento do turismo e nos serviços dele originados, como transporte, agricultura, bancos, etc., além dos empregos indiretos. Nas economias desenvolvidas, o resultado é mais positivo do que em países pobres. Nestes últimos, por exemplo, verifica-se o aumento da demanda de empregos no período de construção da infra-estrutura turística, o que encoraja o abandono das atividades tradicionais (lavoura, pecuária, pesca). Concluída essa fase, tal mão-de-obra não é absorvida pelo mercado ou, então, devido à falta de qualificação, tem baixa remuneração. Isto sem falar no caráter de sazonalidade do trabalho, que é regulado pela alta e baixa temporadas.

Do ponto de vista social e cultural há, também, benefícios e custos. Se o encontro de culturas de diferentes partes do mundo pode provocar compreensão e tolerância, também pode provocar alterações nos padrões culturais de uma sociedade. Tal é o caso da banalização da arte folclórica nativa pela intensa exposição; da ameaça de mudança de valores culturais dos jovens que tentam imitar hábitos, linguagens, roupas dos visitantes, sem falar no consumo de drogas, prostituição e aumento de violência.

Quando o produto turístico é baseado em atrações de áreas naturais (vida selvagem, monumentos arqueológicos e históricos, preservação de sítios), exige ainda mais cuidados e respeito para com a capacidade de carga, para que as qualidades do destino turístico não sejam irremediavelmente perdidas.

Deve ser observada a importância de conhecer e discutir os benefícios e os custos do turismo, para que se construa uma visão crítica da atividade. Deve-se evidenciar que um turismo bem-sucedido relaciona-se à melhoria da infra-estrutura e de equipamentos urbanos; ao respeito à capacidade de carga dos atrativos; ao treinamento de recursos humanos, à comunidade bem informada, participativa e amigável; a defesa dos interesses locais e à preocupação com a propriedade internacional da terra, que transfere para o estrangeiro não só decisões, mas partes do território.

Cidade depende do turismo para existir

Porto Seguro, a cidade que fascina turistas estrangeiros e brasileiros, está localizada na foz do rio Buranhém e conta com aproximadamente 80 mil habitantes. A cidade fica a 1.500 km de São Paulo e a 700 km de Salvador pela BR-101.

Seu pequeno porto é protegido por uma extensa linha de arrecifes, que forma um quebra-mar natural e serviu de inspiração para o nome da cidade, uma vez que a tranquilidade das suas águas sugere um porto seguro.

O primeiro povoamento surgiu na Cidade Alta, atualmente restaurada e chamada de Cidade Histórica. O local abriga um dos conjuntos arquitetônicos históricos mais importantes do país.

A formação da Cidade Alta começou em 1626, para ser estação naval de vigilância contra os piratas europeus que vinham em busca do pau-brasil.

Os seus primeiros habitantes foram os colonos portugueses e os padres da Companhia de Jesus.

A localização pouco favorável, por ficar em cima de um morro, estimulou a ocupação da parte mais baixa da cidade.

Hoje, a economia está baseada no turismo. Segundo o prefeito João Carlos Mattos de Paula (PFL), 98% da riqueza de Porto Seguro vem do turismo.

Os 2% restantes estão divididos entre a pesca artesanal e a lavoura, principalmente de mamão e coco. Ele disse que o cacau nunca foi produzido em escala comercial, como acontece na vizinha Ilhéus.

O ponto mais elevado da cidade é o monte Pascoal, com 536 m, primeiro indício de terra avistado pela esquadra de Cabral.

Nos arredores de Porto Seguro pode-se conhecer a cidade de Santa Cruz de Cabrália, também com características históricas.

De Cabrália partem escunas para passeios em Coroa Alta: um banco de areia que nunca é encoberto pelo mar.

*Maria Regina Almeida
Jornal Folha de S. Paulo, 25/11/96*

Pela leitura do artigo, você pode avaliar a importância da atividade turística para o município de Porto Seguro, no litoral da Bahia. E esse não é um caso isolado! Existem inúmeras outras localidades, no Brasil e no exterior, que vivem basicamente da atividade turística.

A atividade turística traz dinheiro para a economia local e regional graças aos impostos arrecadados das empresas turísticas e do dinheiro gasto pelos turistas na cidade. Essa renda pode beneficiar toda a comunidade, com a execução de melhorias na região. Além disso, o fluxo de turistas cria uma demanda por serviços em vários setores, gerando empregos para a população local.

Por outro lado, a liberdade de movimento das pessoas permite a liberdade de comunicação e de intercâmbio cultural. Por isso, a atividade turística pode ocasionar impactos culturais e ambientais, tanto positivos quanto negativos. Como exemplo de impactos culturais positivos, temos a proteção do patrimônio e a reafirmação da identidade da cultura local. No entanto, a influência dos hábitos dos turistas pode levar à descaracterização cultural. São exemplos de impactos ambientais positivos a conservação de áreas naturais e a maior conscientização sobre a importância do meio ambiente. Entretanto, a ocupação desordenada do ambiente pode causar poluição, problemas de saneamento básico e degradação do ambiente.

Atividades

- 1) Com a classe dividida em grupos, pesquise duas atividades relacionadas ao turismo que ocorrem ou poderiam ocorrer em sua cidade (seja ela pólo ou não de turismo) e que têm possível impacto positivo e/ou negativo. Explique os impactos.
- 2) Construa, em grupo, um exemplo de impacto positivo e um de impacto negativo do turismo no Brasil e monte um painel na sala de aula.



O TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO

Na sociedade atual, em que é cada vez mais freqüente a diminuição das oportunidades de emprego, uma solução tem sido a redução da jornada de trabalho – para que mais pessoas possam trabalhar – e conseqüentemente o aumento do tempo livre, o que pode contribuir para o desenvolvimento do turismo. O aumento da quantidade de viagens possibilita que mais lugares sejam visitados, mais empregos sejam criados para atender os turistas e mais renda seja gerada. Isso já é realidade. No mundo, a receita com o turismo, em 2002, foi de US\$ 483 bilhões. Em 1998, a quantidade de empregos gerados no mundo foi de 100 milhões; as estatísticas demonstram que um em cada nove trabalhadores está ligado ao setor de turismo.

A tabela a seguir aponta a evolução do número de estabelecimentos e empregados em atividades turísticas no Brasil, demonstrando a importância desse setor em nosso país.



Evolução do número de estabelecimentos e empregados no setor de turismo no Brasil

	Nº. de estabelecimentos	Nº. de empregados	Participação no nº. de empregados nas atividades turísticas na PEA
1994	83.436	703.429	2.619.121
1995	97.144	911.354	3.410.368
1996	105.197	882.215	3.261.156
1997	113.859	926.693	3.489.893
1998	117.907	936.825	3.659.761
1999	144.727	1.189.040	4.758.914
2000	150.227	1.241.708	4.569.512
2001	160.579	1.312.962	4.944.648
2002	169.266	1.366.326	5.163.338
2003	174.955	1.397.216	5.074.125

Fonte: Departamento de Empregos e Salários – Ministério do Trabalho e Emprego

Nota: “Os dados sobre empregos gerados pelas atividades acima, não podem ser considerados todos turísticos. Por exemplo, um restaurante tanto pode atender a população local como pode atender ao turista”. Essas informações foram extraídas do relatório estatístico da Embratur atualizado em abril de 2005.

Nesse contexto, o Brasil tem grande potencial para atrair turistas, por sua beleza natural e diversidade cultural. Entretanto, o número de turistas que vem ao nosso país e a receita gerada com o turismo ainda são muito inferiores ao nosso potencial. Suíça e Áustria, que têm territórios menores, recebem mais turistas que o Brasil. Isso mostra o quanto ainda deve ser feito para nos tornarmos uma destinação mais visitada e nos beneficiarmos de toda a renda e melhoria de condições de vida que o turismo pode trazer.

Principais cidades visitadas pelo turista estrangeiro 1994-2003 (%)										
Cidades	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Rio de Janeiro	39,50	41,80	30,50	37,40	30,20	32,50	34,10	28,80	38,58	36,90
São Paulo	21,30	19,90	22,40	23,50	18,40	13,70	19,70	17,00	20,84	18,53
Salvador	9,30	8,80	7,70	12,20	10,90	12,70	13,50	11,10	12,76	15,76
Fortaleza	2,30	4,10	3,20	3,40	4,60	4,70	5,39	5,61	7,16	8,50
Recife	4,80	5,70	4,70	5,70	7,20	6,40	5,80	7,30	8,24	7,51
Foz do Iguaçu	12,70	16,00	16,60	11,80	8,90	11,80	12,90	11,50	9,28	7,40
Búzios	3,50	3,40	2,70	2,80	5,40	4,56	4,00	3,87	3,56	6,00
Porto Alegre	7,80	9,70	10,10	7,90	7,90	6,01	5,90	7,10	7,93	5,87
Florianópolis	15,30	11,40	17,00	13,90	14,00	17,70	18,70	15,80	6,42	5,28
Belo Horizonte	2,60	2,80	1,70	3,00	-	2,35	6,60	4,90	3,70	5,10
Balneário de Camboriú	6,60	6,20	5,40	3,70	5,10	4,90	6,60	4,90	4,90	3,37

Fonte: Relatório estatístico da Embratur, atualizado em abril de 2005.

Em 1998, o Brasil representava 0,5% do fluxo mundial de turistas, ocupando o 39º lugar na lista dos principais destinos turísticos do mundo. Há alguns anos, a OMT passou a divulgar somente os cinco primeiros colocados dessa lista. Naquele mesmo ano de 1998, o turismo representava o quarto maior gerador de divisas no país. Dentre os principais destinos, no período de 1992 a 2003, tivemos: Rio de Janeiro, São Paulo, Foz do Iguaçu, Florianópolis, Porto Alegre, Salvador, Balneário de Camboriú e Recife.

Um dos fatores importantes para o aumento do fluxo turístico é a qualidade de serviço e de atendimento oferecidos. Essa deve ser uma preocupação não só dos profissionais que irão atender o turista, mas de todos: ser atencioso, cordial e receptivo. O atendimento hospitaleiro pode fazer com que o turista se sinta bem recebido e volte muitas vezes à cidade visitada.

Receita cambial turística dos principais países receptores de turistas 2000-2003 (em US\$ bilhões)				
Países	2000	2001	2002	2003
Estados Unidos	82,0	72,3	66,5	65,1
Espanha	31,5	32,9	33,6	41,7
França	30,8	30,0	32,3	36,6
Itália	27,5	25,8	26,9	31,3
Alemanha	18,5	17,2	19,2	23,0
Reino Unido	19,5	16,3	17,6	19,4
China	16,2	17,8	20,4	17,4
Áustria	9,9	10,1	11,2	13,6
Turquia	7,6	8,9	11,9	13,2
Grécia	9,2	-	9,7	10,7
•				
•				
Brasil	4,2	3,7	3,1	3,4
Outros	216,5	224,6	221,8	239,0
Total	473,4	459,6	474,2	514,4

Fonte: OMT e EMBRATUR

Nota: Essas informações foram extraídas do relatório estatístico da Embratur, atualizado em abril de 2005.

Na tabela da página seguinte, é possível observar a evolução do turismo a partir da análise da receita dessa atividade, na América do Sul e no Brasil. Nota-se que há uma queda na receita - mundial - a partir do ano de 2001, em consequência do pânico gerado pelos atentados de 11 de setembro nos EUA e também devido à crise e à dificuldade econômica dos continentes americano, europeu e asiático. Nos anos seguintes, percebe-se o aumento nessa receita, que alcança índices maiores do que os registrados até então.



Receita cambial gerada pelo turismo no mundo, América do Sul e Brasil 1994/2003			
Ano	No Mundo (US\$ milhões)	Na América do Sul (US\$ milhões)	No Brasil (US\$ mil)
1994	354,0	8,3	1.924,8
1995	405,1	9,3	2.097,1
1996	435,6	10,7	2.469,1
1997	436,0	11,4	2.594,9
1998	442,5	11,8	3.678,0
1999	455,0	11,6	3.994,1
2000	473,4	12,2	4.227,6
2001	459,6	11,3	3.700,9
2002	474,2	9,2	3.120,1
2003	514,4	10,5	3.386,0

Fonte: OMT

Nota: Essas informações foram extraídas do relatório estatístico da Embratur, atualizado em abril de 2005.

Na tabela abaixo, observa-se a entrada de turista estrangeiros no país e o fluxo de brasileiros que se locomoveram para países estrangeiros. Esses indicativos demonstram que os gastos dos brasileiros superam os valores gastos aqui pelos estrangeiros.

Indicadores do Turismo Nacional				
Mês	Gastos de estrangeiros no Brasil US\$ (*)	Gastos de brasileiros no exterior (*)	Desembarque Vôos internacionais regulares (**)	Desembarque Vôos internacionais charters (**)
Janeiro 2005	341 milhões	296 milhões	607.612 passageiros	52.207 passageiros
Fevereiro 2005	326 milhões	311 milhões	551.308 passageiros	47.772 passageiros
Março 2005	341 milhões	260 milhões	549.858 passageiros	37.140 passageiros
Abril 2005	294 milhões	328 milhões	468.496 passageiros	23.474 passageiros
Maio 2005	292 milhões	424 milhões	475.496 passageiros	14.095 passageiros
Junho 2005	275 milhões	468 milhões	502.070 passageiros	11.999 passageiros
Julho 2005	298 milhões	486 milhões	608.219 passageiros	36.216 passageiros
Agosto 2005	360 milhões	463 milhões	542.299 passageiros	28.398 passageiros
Setembro 2005	319 milhões	433 milhões	502.848 passageiros	18.420 passageiros
Outubro 2005	309 milhões	413 milhões	540.416 passageiros	16.709 passageiros
Novembro 2005	348 milhões	439 milhões	521.663 passageiros	23.160 passageiros
Dezembro 2005	360 milhões	397 milhões	546.200 passageiros	39.938 passageiros
Janeiro 2004	296 milhões	196 milhões	478.077 passageiros	36.986 passageiros
Fevereiro 2004	275 milhões	181 milhões	467.673 passageiros	38.180 passageiros
Março 2004	308 milhões	211 milhões	462.925 passageiros	25.966 passageiros
Abril 2004	250 milhões	240 milhões	416.975 passageiros	24.559 passageiros
Maio 2004	255 milhões	180 milhões	427.977 passageiros	11.137 passageiros
Junho 2004	241 milhões	248 milhões	447.087 passageiros	14.459 passageiros
Julho 2004	222 milhões	247 milhões	508.255 passageiros	27.245 passageiros
Agosto 2004	257 milhões	248 milhões	491.916 passageiros	34.038 passageiros
Setembro 2004	220 milhões	228 milhões	465.597 passageiros	23.309 passageiros
Outubro 2004	269 milhões	289 milhões	525.887 passageiros	22.161 passageiros
Novembro 2004	294 milhões	292 milhões	530.913 passageiros	31.677 passageiros
Dezembro 2004	335 milhões	313 milhões	543.614 passageiros	31.677 passageiros

Fontes: (*) Banco Central – dados preliminares (**) Infraero – dados preliminares

Nota: Essas informações foram extraídas do relatório estatístico da Embratur, atualizado em abril de 2005.

Atividades

- 1) Você já sabe como é importante receber bem o turista para que ele se sinta satisfeito em sua cidade. Faça uma lista de ações importantes para que o turista vivencie uma boa acolhida.
- 2) Com base nos dados estatísticos do texto, crie um folheto de propaganda para convencer as pessoas de sua cidade acerca da importância do turismo para seu município, região e para o Brasil, assim como da importância de tratar bem o turista.
- 3) Em grupo, represente duas cenas: uma em que o turista é bem tratado e outra em que o turista é maltratado. Discuta com os colegas os resultados.

A Qualidade que faz diferença

A geração de empregos é uma questão que preocupa governos de todos os tipos e em qualquer parte do mundo. O sistema capitalista avança a passos largos. A produção deve ser cada vez maior, com um custo sempre menor. Para isso, as máquinas se superam dia após dia, a consequência é um dilema, até agora, difícil de resolver: produtos de melhor qualidade a preços mais baixos, mas com constantes reduções nos postos de trabalho.

Se de um lado o avanço tecnológico propicia um claro benefício para os consumidores, por outro cria o risco de se perder a possibilidade de se trazer vantagens. O fantasma do desemprego é, hoje, uma das principais aflições da sociedade.

As formas de reação diferem de país para país. Muitas soluções têm sido propostas, discutem-se custos e benefícios. O fato é que o Homem moderno gasta muito menos tempo na produção. A redução da jornada de trabalho pode ser uma forma de manter o nível de emprego. O capitalismo deve avançar nessa direção para garantir seu desenvolvimento.

Dentro desse contexto, a indústria do lazer tem um papel importante a desempenhar, tanto como geradora de riquezas e empregos, quanto como mercado com grandes oportunidades de investimento.

No Brasil, especificamente, o turismo tem um enorme potencial de crescimento. No ano passado, esse segmento movimentou, direta e indiretamente, cerca de US\$ 45 bilhões, e pagou US\$ 16 bilhões em salários a 5,8 milhões de trabalhadores.

Apesar de serem expressivas, essas cifras, se comparadas aos dados internacionais, mostram-se bastante tímidas. Com um dos mais belos litorais e a maior floresta tropical do planeta, há muito o que fazer por aqui, inclusive no chamado ecoturismo. Uma atuação firme neste setor melhoraria os resultados obtidos até agora, principalmente no que se refere à geração de empregos.

Segundo o World Travel and Tourism Council (WTTC), em 1995, essa indústria gerou US\$ 3,4 trilhões, sendo responsável por 10,9% do PIB, 11,1% dos impostos arrecadados e por 10,7% dos empregos em nível mundial.

Devido à alta diversidade e capacidade de gerar riquezas e empregos, o turismo deveria ganhar prioridade nas políticas de incentivo do governo brasileiro.

Os investimentos nesse setor trazem várias vantagens: menor volume de capital aplicado por emprego gerado; possibilidade de investimentos com baixo volume de capital, fixação do homem na sua região de origem e preservação do meio ambiente. Para isso, deveriam estar conjugados com um programa de educação e conscientização dos moradores da região explorada, elucidando o trinômio preservação - manutenção dos atrativos naturais - fonte de receita.

As micro e pequenas empresas, que têm se mostrado fonte importante de geração de empregos, encontram no segmento do turismo um ambiente muito promissor. A prestação de serviços nas mais variadas frentes: transporte, recepção, alimentação e acomodação, entre outras.

É importante, e faz diferença, o atendimento personalizado e de qualidade, onde o fator humano será imprescindível. A tecnologia, neste caso, será uma excelente ferramenta de auxílio. Mas jamais substituirá o profissional qualificado.

*Luís Carlos Fernandes Afonso.
Jornal O Estado de São Paulo, 15/10/96.*

- a) Retire do texto todos os dados e índices sobre a atividade turística em escala mundial e nacional.
- b) Com base nessas informações, faça uma avaliação das perspectivas da atividade turística a curto prazo.
- c) Quais transformações do mundo moderno têm possibilitado o desenvolvimento da área de viagens e turismo?
- d) Como as novas tecnologias podem auxiliar ou atrapalhar o desenvolvimento do setor do turismo? Cite dois exemplos retirados do texto.
- e) Qual a relação entre setor do turismo e desemprego? E entre turismo e desenvolvimento?
- f) Segundo o texto, quais vantagens o Brasil ofereceria para o desenvolvimento do setor do turismo?



AS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO

Suponha que você esteja viajando com sua família sem a utilização dos serviços de uma agência de viagens. Vocês decidem, de repente, fazer uma parada. Podem ir a um hotel, sem ter feito reservas. Provavelmente, encontrarão um apartamento disponível e passarão a noite sem problemas. Então, por que usar uma agência de viagens?

Já pensou que você pode chegar em uma cidade totalmente tomada por turistas - é o Festival Anual da Cerveja! - e pode não encontrar alojamento disponível em um raio de 100 km? Não é nenhum exagero, isso pode acontecer! Para evitar tais inconvenientes, nada melhor do que contatar uma agência de viagens!

Em primeiro lugar, as agências de viagens dispõem de uma grande relação de hotéis, podendo fornecer informações sobre a categoria, localização, estado (conservado ou não, data de inauguração, reformas, etc.), qualidades e defeitos de cada um. Por meio delas, o risco de imprevistos e obstáculos são bem menores.

Responsáveis por grande parte das atividades desenvolvidas na área de turismo, as agências de viagens e turismo são empresas prestadoras de serviços, especializadas em planejamento, organização, venda e divulgação de produtos turísticos, além de executar excursões coletivas ou individuais.

São intermediárias entre a oferta e a demanda de produtos, visando a atender os que têm pouca experiência em organizar e planejar uma viagem de lazer e a empresários que viajam a negócios. Orientam os turistas desde a escolha do destino até a documentação necessária, reservas em hotéis e melhores meios de transporte.

As agências de turismo receptivo se localizam nos núcleos receptores (cidades turísticas) e prestam serviços aos turistas no destino; organizam passeios pelos atrativos turísticos; fornecem transporte e guias de turismo especializados, serviço de tradutores e intérpretes para grupos de turistas estrangeiros e fazem traslados (transporte) entre aeroportos, estações de ônibus, trens e hotéis.

Já as operadoras de turismo - *Wholesale Tour Operators*, como são internacionalmente conhecidas - prestam serviços às agências de turismo, criando programas e pacotes a serem comercializados. Têm, portanto, uma função mais técnica do que comercial, embora possam também funcionar como agências de viagens.

A primeira agência de viagens brasileira de que se tem notícia foi idealizada pelo Padre Antônio Vieira e aprovada para funcionar a partir de 10 de março de 1649. Seu nome era *Companhia Geral do Comércio do Brasil* e detinha o monopólio das viagens pela orla brasileira (desde a capitania do Rio Grande do Norte até a de São Vicente). A partir daí, outras empresas foram surgindo e, da especialização, (para clientela de determinado poder aquisitivo, para jovens, etc.) passaram a comercializar dos mais diversos produtos e atendimento aos mais variados públicos.

Atividades

1) Seja um monitor local!

Um dos serviços prestados pela agência de turismo receptivo é o de guia local. Divididos em grupos, vocês irão atuar como monitores de atrativos turísticos da sua cidade. Primeiro, é necessário preparar a visita com a ajuda do seu professor. Depois, marcar um dia para que toda a classe possa visitar o atrativo estudado. Cada grupo será responsável pela visita em um atrativo diferente. Se a sua cidade ainda não tiver atrativos conhecidos, procure descobrir recursos naturais e culturais que poderiam atrair turistas. Utilize a lista do exercício 1 do tema 4 e o roteiro fornecido por seu professor.

2) Em grupo, verifique quais os atrativos da sua lista que já estão sendo explorados e quais ainda não o são.

3) Pesquise em sua cidade ou região as facilidades e condições de acesso. Verifique se são adequadas para o atendimento ao turista. Em caso negativo proponha, com ajuda do seu professor, sugestões para melhorá-las.

4) Recorte e cole no seu caderno imagens, fotos e ilustrações de duas destinações turísticas: uma com atrativos naturais e outra com atrativos culturais.

MEIOS DE LOCOMOÇÃO E TRANSPORTE

Contexto

Como o turismo leva as pessoas a se deslocar de seus pontos de residência para outros lugares, sem os meios de transporte, as viagens de longa distância – e mesmo as de curta distância – seriam quase impossíveis. Os meios de transporte são, evidentemente, um dos mais importantes elementos do setor de viagens e turismo.

Eles compreendem toda a infra-estrutura necessária para sua operacionalização, como rodovias, portos e aeroportos, postos de gasolina, borracheiros e mecânicos. Dessa infra-estrutura, depende a qualidade e a segurança do serviço prestado.

A evolução dos meios de transporte foi essencial para o desenvolvimento do turismo. Não é por acaso que o aumento da quantidade de viagens e de destinos coincidiu com o surgimento e a popularização das linhas aéreas.

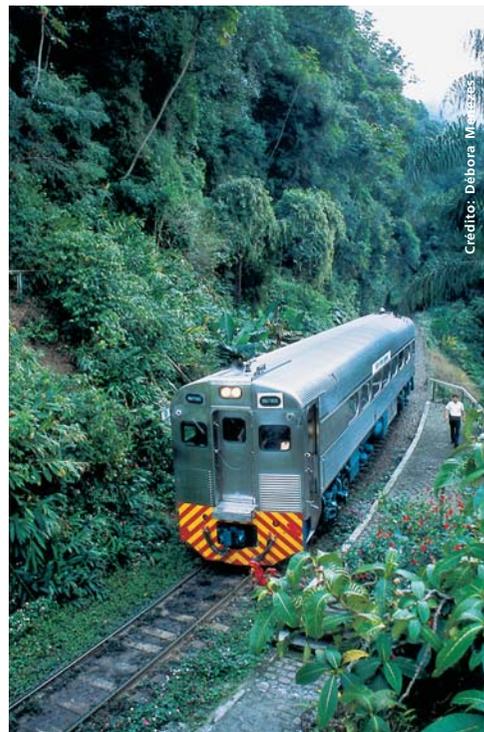
O primeiro meio de transporte utilizado pelos homens foi o terrestre. Na Pré-História, eles mesmos carregavam seus utensílios, e apenas depois da invenção da roda passaram a utilizar-se de veículos. Na Antigüidade Oriental e Clássica, já se empregavam cavalos, búfalos, elefantes, muars e até cães. Cada meio de transporte possui uma especificidade, apresentando vantagens e desvantagens, tais como o tempo de deslocamento, conforto e praticidade de acordo com a paisagem a ele relacionada.

Os egípcios foram os primeiros a construir barcos que trafegavam no rio Nilo em atividades de guerra e comércio. Os fenícios aprimoraram esse meio de transporte, realizando viagens que ultrapassavam os limites no mar Mediterrâneo. Os navios e trens a vapor foram invenções marcantes da Revolução Industrial.

A invenção do avião tornou as distâncias cada vez menores e levou à integração dos meios de transporte como se conhece hoje. No turismo, essa integração também é notável, já que muitas vezes os turistas se utilizam de mais de um modo para chegar ao seu destino final. A combinação do avião com o trem ou navio é muito comum ao se programar uma viagem. O transporte rodoviário - carros e ônibus – é usado para viagens mais curtas e locomoção dentro do próprio destino.



Embarcação típica dos rios amazônicos, em Manaus (AM)



Trem turístico que liga Curitiba a Paranaguá (PR)

Atividades

- 1) Pesquise em sua cidade os meios de transporte disponíveis. Verifique a infra-estrutura para atendimento aos turistas que desejam utilizá-los para chegar até sua cidade.
- 2) Visitando a estação
Acompanhado de seu professor, visite a estação rodoviária de sua cidade ou uma estação de trem. Faça uma lista das principais cidades ligadas à sua por meio de linhas de transportes regulares e procure identificar quais dessas cidades podem ser núcleos emissores de turistas.

Módulo IV



LAZER



Autores: Regina Araujo de Almeida
Édson Leite
Maria Ataíde Malcher



LAZER E RECREAÇÃO: UMA POSSIBILIDADE NO CINEMA, SHOPPING OU BIBLIOTECA

Você já imaginou o que fazer em um dia de sol, na praia, com três crianças? Não é muito difícil: sol e praia! Agora, imagine o que fazer na praia, com as crianças, em um dia chuvoso? Terrível, não?!

Pense também em todo um grupo de excursão que chega a Porto Seguro, na estação das chuvas!

Bem, é aqui que entra o recreador, que vai cuidar das crianças e jovens, enquanto seus pais descansam ou aproveitam o bar da piscina, sem ter de se preocupar se elas estão indo muito para o fundo, prestes a pular do trampolim mais alto ou se atirar da amurada do navio, em alto-mar!

E o que fazer com aquele grupo de senhoras que não conseguem acompanhar o “pique da moçada” e estão se sentindo entediadas?

Eis o recreador em ação novamente! Ele deve trabalhar muito para atender um público extremamente diferente e ansioso por viver muitas emoções, em qualquer estação do ano!

A recreação é a atividade planejada e dirigida especificamente para divertir o cliente. Tem como características adicionais entreter, ocupar e integrar seus usuários. O recreador vem suprir a necessidade que o cliente tem de se divertir, embora não saiba como, ou não esteja disposto a se preocupar com isso. O recreador encontra seu posto principalmente em hotéis, mas também pode acompanhar viagens e excursões.

Para que o indivíduo desfrute do tempo destinado ao lazer, é necessário considerar aquele que ele dedica às atividades impostas pelas obrigações diárias. Esse tempo, a forma como ele é vivido e sua distribuição são determinados segundo as normas que regem as diferentes sociedades e estão, portanto, presos às suas práticas culturais.

Como alternativas de lazer, pode-se considerar: descansar, visitar amigos, ler, assistir à TV, ter *hobbies* (coleccionar selos, aeromodelismo), passear (a pé, de bicicleta), praticar esportes, participar de jogos, fazer turismo, etc.



Atividades recreativas na piscina da Praia do Forte Ecoresort (BA)



Recreação do hotel Estância Atibainha, em Nazaré Paulista (SP)

Atividades

- 1) Agora é sua vez de ser o recreacionista! Que brincadeiras você faria com as faixas etárias de 0 a 3 anos, 4 a 6 anos, 7 a 10 anos, 11 a 14 anos, 15 a 18 anos, adultos, terceira idade (acima de 60 anos)? Cada grupo programará duas atividades para cada caso.
- 2) Entre nessa brincadeira!
Dentre as brincadeiras do exercício anterior, selecione as de que a classe toda pode participar, invente outras ou pesquise junto aos pais, avós e vizinhos brincadeiras que eles costumavam fazer e monte uma sessão de brincadeiras com toda a turma. A seguir, estão descritas três atividades. Para cada atividade, deverá haver um grupo responsável pela organização.

Zoológico

Os participantes, em roda, marcam seus lugares com arcos, bambolês, cadeiras, etc. Deverá haver um arco a menos que o número de participantes. Cada um escolhe para si um nome de bicho, que deverá ser dito para os colegas. Um participante, sem arco, fica no meio da roda e diz o nome de dois bichos. Imediata e rapidamente, os bichos chamados trocam de lugar entre si, enquanto o que está no meio tenta tomar um desses lugares.

O participante que sobrar sem arco ficará no meio e usará o mesmo procedimento que o anterior. Porém, ao invés de chamar dois bichos poderá dizer: - Zoológico! Nesse caso, todos os participantes deverão trocar de lugar. Ninguém poderá ficar no mesmo arco. A atividade continua enquanto há motivação. Em vez de bichos, poderão também ser usados nomes de países, frutas, etc.

Quem sou eu?

Os participantes sentam-se à vontade, porém próximos uns dos outros. Um deles levanta-se e sai do espaço e, os outros escolhem para ele um personagem ou figura famosa, conhecida por todos: um cantor, político, esportista, etc. O participante volta e faz perguntas aos colegas, tentando descobrir quem é a personagem. As perguntas devem ser objetivas e fechadas, para que todo o grupo responda “sim”, “não” ou “indiferente”. Ex.: Sou um homem? Sou cantor? Sou brasileiro? Relacionando as respostas obtidas, o participante tenta descobrir quem é. Conseguindo, termina a rodada e outro se afasta do grupo para que tudo recomece.

Bingo Humano

Os participantes sentam-se livremente por todo o espaço, com uma caneta ou lápis e uma folha, dividida em nove partes marcada por duas linhas horizontais paralelas e duas verticais paralelas. Cada um escolhe para si um nome, composto por seu apelido mais o seu prato predileto.

Após o sinal do recreacionista, os participantes levantam-se e se cumprimentam com um aperto de mão, dizendo o nome composto que atribuíram a si próprios. Cada participante anota, em sua folha, o nome daquele que acabou de cumprimentar, vai ao encontro de outro e procede da mesma forma. Cada nome será anotado em um dos nove espaços do papel. Ao final da rodada cada participante deverá, portanto, ter nove nomes escritos em seu papel.

Terminada a primeira etapa, cada um se senta novamente no mesmo local em que se encontrava no início. Mesmo depois de sentado, se solicitado por alguém, deve dar-lhe o seu nome para que todos completem os nove espaços. O recreacionista estipula um tempo curto para a tarefa. Terminada esta etapa, todos terão confeccionado suas cartelas de bingo.

O recreacionista escolhe aleatoriamente um participante, que se levanta e diz o nome com o qual se apresentou. Os que tiverem esse nome em sua cartela, marcam um X. O recreacionista vai chamando outros até que alguém preencha todos os nove nomes de sua cartela. Quem preencher primeiro todos os nomes será o vencedor.

De acordo com o grupo, o aperto de mão pode ser substituído ou acompanhado por um abraço, beijo ou outro gesto que represente um cumprimento. O nome do prato pode ser substituído por um bichinho de estimação, carro que gostaria de ter ou bairro onde mora.

**TEMA 2****TRABALHO, LAZER E ENTRETENIMENTO**

Mas o que seria mesmo lazer nos dias atuais? Ele acontece quando você está assistindo ao seu programa favorito na televisão ou lendo sua revista em quadrinhos preferida, quando seu pai assiste ao jogo de futebol pela televisão ou no estádio, ou mesmo quando vocês vão ao campinho jogar aquela pelada. Ou ainda quando vão ao cinema, ao shopping, à praça, à praia ou ao sítio dos parentes para “curtir” o fim-de-semana; a viagem de férias no final do ano – quando se encerram as aulas – todas são atividades que podem ser consideradas como de lazer. Para isso, basta que elas sejam realizadas por livre escolha após o cumprimento de todas suas obrigações, sejam profissionais, religiosas, familiares ou sociais.



Fonte: Microsoft Office Online

A busca da diversão, do relaxamento e da felicidade, do belo e do que faz bem ao espírito e recompõe o corpo para a lida diária tem sido constante na história da humanidade, mas a forma como essa busca se configura após a Revolução Industrial é que determina o modo como conhecemos o lazer nos dias atuais. Várias são as formas para a busca do lazer, de entretenimento e diversão.

Em muitos momentos da trajetória da humanidade, o trabalho foi desprezado pelas elites por ser considerado destinado aos escravos, aos servos e aos menos providos de bens materiais e imateriais. Com a revolução religiosa, no início do século XVI, o trabalho ganhou importância e o grande vilão passou a ser o tempo livre. Assim, o elemento que antes era considerado próprio da parcela menos favorecida da sociedade ganhou centralidade: a economia abandonou o regime medieval por um regime capitalista, emergente no século XV.

O tempo, fator preponderante para o entendimento da dinâmica que rege a vida dos cidadãos no mundo atual, é uma variável a ser considerada na análise das atividades de lazer. Dizer que “tempo é dinheiro” tornou-se senso comum, mas a forma como essa questão influi em todos os momentos da vida, seja na rotina do homem comum, ou seja na dos “senhores” dessa sociedade, provavelmente é um dos elementos mais marcantes da atualidade.

De acordo com dados levantados pelo Dieese, Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, o brasileiro habitante da metrópole dedica nove horas ao trabalho, duas horas ao trânsito, oito horas ao sono e duas horas à alimentação. Assim, subtraindo-se o tempo investido nessas atividades obrigatórias das horas diárias, restam apenas três horas.¹



Então, o que sobra de tempo livre para ser dedicado ao prazer, ao divertimento, ao lazer? Na realidade brasileira, quando “sobra” tempo, muitas vezes ele é empregado em atividades que visam a complementar a renda minguada de uma família. Se, mesmo assim, sobrar tempo, não haverá como utilizá-lo para a diversão, a não ser que essa diversão esteja ao alcance da mão cansada e do corpo castigado pelos inúmeros solavancos dos transportes coletivos.

Mesmo numa sociedade como a brasileira, marcada por fortes contrastes, com seus “bolsoes de miséria pós-industriais”, cada vez mais o lazer deixa de ser pensado como privilégio da elite e passa a ser encarado como um direito de todos e parte constituída e constitutiva de modos de

vida culturalmente diferenciados.

Como destacado anteriormente, o tempo livre é resultado das inúmeras transformações pelas quais passou a sociedade. Essas transformações podem ser percebidas com a modificação nos regimes de trabalho e de produção, na forma como o tempo passa a ser mensurado pelas constantes evoluções tecnológicas, principalmente dos transportes e dos meios de comunicação de massa. Essas e outras modificações alteram de forma definitiva os hábitos dos cidadãos que se deslocam com mais facilidade, seja na realidade concreta ou seja virtual. É nesse contexto transformado que se pode considerar o turismo como um fenômeno com dimensões planetárias e de alcance cada vez maior no século XXI. Tendências indicam que esse fenômeno na sociedade contemporânea será cada vez mais aliado à busca de lazer por meio de entretenimento e diversão.

No início do século XX, com a popularização do cinema pela indústria de Hollywood, surgiu o primeiro entretenimento para grandes públicos. Ao proporcionar diversão ampliada, que não mais se restringia a uma platéia de poucos olhares, o cinema, chamado de *a sétima arte*, tornou-se possível para uma grande parcela da população, transformando-se numa forma de entretenimento de massa. No entanto, considera-se a televisão mídia da sociedade pós-industrial. Esta, a partir de 1950, impulsionou o surgimento da indústria do entretenimento.

A palavra *entretenimento* possui significados ligados ao divertimento, à distração e ao passatempo. No curso da história da humanidade, esses termos estiveram atrelados ao pecado, ao popular; em outros momentos, foram permitidos apenas aos poderosos, à elite, ou seja, a uma diminuta e seleta parcela da população. Não era algo oferecido aos simples mortais, e sim restrito aos castelos, às igrejas e aos ambientes políticos.

Atividades

- 1) Conceitue, a partir dos referenciais apresentados, lazer e entretenimento.
- 2) Faça uma lista das principais opções de lazer e entretenimento existentes em sua cidade e aponte algumas que ela não oferece.

¹ Dados do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos de 2004. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br>>. Acesso em: maio 2005.



EVENTOS

Quando somos convidados para uma festa, simplesmente aparecemos. Na verdade, muito foi feito para que esse momento acontecesse: um motivo (aniversário, comemorações, reunir pessoas, etc.), lista de convidados, local, horário, comensal e bebidas, convites, som, arrumação, limpeza do local, etc.

Todos esses procedimentos são, muitas vezes, automáticos, dependendo da prática da pessoa que organiza a festa. Outras vezes, é preciso fazer um levantamento preliminar de tudo o que envolve o evento, estipular cronograma e atividades, executar as tarefas, até chegar ao evento propriamente dito.

Em turismo, um evento é um acontecimento que envolve a reunião de pessoas em torno de um mesmo assunto ou objeto. Pode ser de diversos tipos (congresso, convenção, simpósio, seminário, conferência, exposição, feira, mostra, festa, jantar, reunião de negócios, formatura de alunos, *show*, campeonato de basquete, olimpíadas, etc.).

Depois de estabelecido o tipo de evento, deve-se partir para o planejamento, levando-se em conta todos os detalhes que garantam o sucesso e o alcance do objetivo pretendido. Aqui, as providências serão tomadas de acordo com as definições de vários fatores: data do evento, âmbito (nacional ou internacional), número de participantes, local de realização.

Atualmente, com o desenvolvimento econômico mundial, os eventos ganham cada vez mais espaço, como componentes ou mesmo motivadores das viagens.

O turismo de eventos está, na realidade, intimamente ligado aos outros setores do turismo.

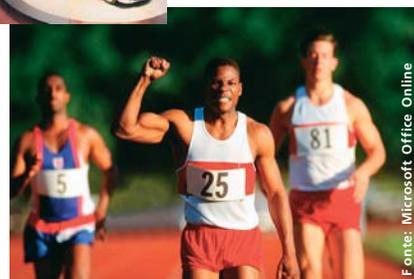
Assim como existem estabelecimentos próprios para agências de viagens, hotéis, companhias aéreas, etc., as empresas de eventos também possuem estabelecimentos próprios. Porém, uma empresa de eventos utiliza toda a infra-estrutura turística para desempenhar seu papel. Se o evento é de âmbito nacional, é necessário trabalhar em parceria com companhias aéreas para reservar vôos, organizar datas de saída e chegada; hotéis têm que ser contatados e reservados; as diárias devem ser divulgadas para os participantes; passeios, atrações e *city tours* podem ser programados. A realização de um evento é uma atividade constante da área de turismo.

Os congressos, simpósios, convenções e feiras mobilizam milhões de pessoas por todo o planeta, atrás de novidades comerciais ou técnico-científicas. Os espetáculos artísticos e os eventos esportivos também são grandes motivadores de viagens. Basta lembrar os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo e as peças da *Broadway*, em Nova York.

Por essa razão, este setor tem crescido consideravelmente, ocupando um número cada vez maior de profissionais direta ou indiretamente relacionados aos eventos, constituindo-se em um dos setores mais promissores, uma vez que independe da presença de atrativos físico-naturais para sua existência.



*Salão do Automóvel,
um dos grandes
eventos de São Paulo*



Fonte: Microsoft Office Online

Atividades

- 1) Recorte o anúncio de um evento e cole no seu caderno. Depois prepare uma relação de todos os passos necessários para que ele se realize.

BIBLIOGRAFIA

- BACAL, Sarah. *Lazer e o universo dos possíveis*. São Paulo: Aleph, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A era da informação* (3 vol.) São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CRUZ, Rita de Cássia. *Política de Turismo e Território*. São Paulo: Contexto, 2000.
- _____, et al. (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Lazer e cultura popular*. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- _____. *Sociologia empírica do lazer*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva/ SESC, 1999.
- HOBSBAWN, Eric. *Era dos extremos – o breve século XX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LAFARGUE, Paul. *O direito à preguiça*. São Paulo: Unesp; Hucitec, 2000.
- NIELSEN, Christian. *Turismo em mídia – O papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto, 2002.
- PALHARES, Guilherme. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.
- PUIG, Ma. Josep, TRILLA, Jaime. *A pedagogia do ócio*. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- RODRIGUES, Adyr B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1998.
- _____. Geografia do Turismo: novos desafios. In: TRIGO, Luiz Gonzaga G. (Org.) *Turismo: como aprender, como ensinar*. São Paulo: SENAC/São Paulo, 2001.
- _____. (Org.) *Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- RUSCHMANN, Doris. *Turismo no Brasil: análise e tendências*. São Paulo: Manole, 2002.
- SOROS, George. *Globalização*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- STIGLITZ, Joseph E. *A globalização e seus malefícios*. São Paulo: Futura, 2002.
- The Annual Review of Travel*. American Express, 1992.
- The Economist (UK). Várias edições especiais anuais entre 1993 e 2003.
- TRIGO, Luiz G. G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papyrus, 1998.
- _____. *América e outras viagens*. Campinas: Papyrus, 2002.
- _____. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: Senac, 2003.
- Turismo: Grande desafio dos anos 1990*. II Seminário Latino-Americano. São Paulo: AMFORT e Escola de Comunicações e Artes da USP. 1991.
- União Européia*. Vários folhetos e relatórios. Bruxelas: 1999/2005.
- URRY, John. *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 2ª ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1999.
- WERNECK, C. *Lazer, trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas*. Belo Horizonte: UFMG, 2000.
- World Travel and Tourism Review*. Wallingford (UK): CAB International, 1991.

Apoio Institucional:



**Prefeituras Municipais
e Governos Estaduais**

Realização:



**Ministério
do Turismo**

