

Aula 1

Para viajar basta existir

Suzana Santos Campos



Harrison Keely

Fonte: www.sxc.hu/photo/988635

Meta da Aula

Apresentar aos alunos uma introdução à atividade turística e aspectos a ela relacionados.

Objetivos

Ao final desta aula, você deverá ser capaz de:

1. reconhecer o turismo como sistema em que diferentes fatores se relacionam e se complementam;
2. reconhecer a importância do turismo como atividade econômica;
3. identificar os componentes da oferta turística.

Iniciando a aula...

Nasce um dia lindo pra viajar...

(Alto Astral, A Cor do Som)

“O termo Turismo define as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais diferentes de seus ambientes habituais, por um período que não ultrapasse um ano consecutivo, para fins de lazer, negócios ou outros propósitos.” (Organização Mundial do Turismo e Comissão Estatística das Nações Unidas)

Bem-vindo à disciplina Segmentos do Turismo. Aqui, você aprenderá bastante sobre um setor extremamente importante na economia, na vida social e cultural da maioria dos povos.

Muito tem sido falado e discutido sobre conceitos de turismo, sobre os tipos de turismo, sobre sua importância econômica e social e sobre seus possíveis impactos positivos e negativos, em especial no que se refere a aspectos ambientais e culturais. Os conceitos apresentados caminham na direção de buscar um entendimento melhor dessa atividade econômica, e percebemos que o tema ainda provoca intenso debate entre pesquisadores voltados para o estudo da atividade turística.



Krye

Fonte: Adaptada – www.sxc.hu/photo/999916



Daniel Wildman

Fonte: Adaptada – www.sxc.hu/photo/916396



Michael Zacharzewski

Fonte: Adaptada – www.sxc.hu/photo/924119



Felipe Daniel Reis

Fonte: Adaptada – www.sxc.hu/photo/976781

Figura 1.1: O turismo é muito mais que a atração turística, propriamente dita. Turismo tem a ver com planejamento, com os motivos da viagem, com o lugar onde se vai comer e se hospedar, com os meios de transporte utilizados para chegar a cada local.

Há muito o que conversar sobre os tipos de turismo existentes, mais especificamente os que têm maior demanda e são ou deveriam ser mais desenvolvidos em nosso país (Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo Cultural, Religioso etc.). Esta disciplina apresentará alguns conceitos que nortearão nossa discussão, além de expressar o significado da atividade turística atualmente. Não é nosso objetivo esgotar esta conversa, mas permitir uma linha de raciocínio para que você compreenda melhor a abrangência e a importância das atividades turísticas em sua cidade, no seu país e no mundo. Vamos lá?

A melhor coisa é poder viajar..
E se livrar do stress desse mundo
Ficar numa casa ali bem perto do mar
Chegar e ver que as ondas estão rolando
(A Melhor Coisa, Planta e Raiz)

Turismo é movimento de pessoas, é um fenômeno que envolve, antes de mais nada, gente. É um ramo das ciências sociais e não das ciências econômicas, e transcende a esfera das meras relações da balança comercial.
(BARRETO, 1999)

O turismo vem surgindo como forma de desenvolvimento. É visto como atividade que pode fomentar o crescimento econômico em uma localidade ou mesmo se tornar sua principal atividade econômica.



Saiba mais...

Bonito (MS), exemplo de turismo sustentável

Bonito é visitado por aproximadamente 70.000 pessoas por ano, sendo o turismo responsável por aproximadamente 56% dos empregos gerados.

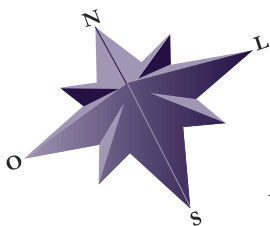
A estrutura turística que se tem na região abrange sítios turísticos, tipos de hospedagem, transporte, alimentação, agências e guias de turismo. Os passeios turísticos atendem aos mais variados estilos: caminhada, cavalgada, mergulho autônomo, rapel, entre outros. Ainda não existem dados oficiais sobre a movimentação financeira do turismo no ano de 2002; no entanto, é interessante dizer que em 1999 a movimentação foi de 17 milhões de reais.

(Fonte: www.veredasbrasil.com.br)

Devemos considerar o turismo como um sistema inter-relacionado, porque ele depende não só dos turistas, mas também dos serviços associados fornecidos e utilizados para auxiliar a movimentação do turista. Você já foi visitar um ponto turístico e teve dificuldades em encontrar serviços de hospedagem em condições compatíveis com as suas necessidades e possibilidades? Já tentou viajar em um feriado mas não conseguiu comprar passagem para o local desejado? Já se deparou com sanitários em condições de limpeza precárias quando estava visitando uma atração turística? Pois é, essas situações nos fazem perceber que turismo não é só uma questão da existência de atrativos em uma região, mas também de oferta de serviços que tornem a atração possível de ser aproveitada pelo visitante.



Considerando que o turismo envolve muitas atividades e setores diferentes para que aconteça de forma completa em uma localidade, falar em desenvolvimento turístico local só será possível se falarmos também de desenvolvimento social, de melhoria geral da qualidade de vida da comunidade receptora e de melhoria da infra-estrutura básica e infra-estrutura turística; tudo isso em favor da proteção do meio ambiente e da valorização da cultura local.



Atividade 1

Atende ao Objetivo 1

Destacamos que o desenvolvimento turístico de uma localidade envolve pessoas, cultura, meio ambiente e organização espacial. Fernando de Noronha é uma ilha localizada no Nordeste brasileiro e que encanta turistas nacionais e estrangeiros por sua beleza natural singular.

Infelizmente, sua visitação é para poucos, já que o turismo lá custa caro. Apesar de não haver limite de permanência do turista no local, ele deve pagar a Taxa de Preservação Ambiental (TPA), por dia de estada, que aumenta à medida que se estende a permanência. Fernando de Noronha conta com várias opções de hospedagem, valendo ressaltar que todas as pousadas também são residências dos moradores e proprietários, marcadas pela simplicidade e pelo convívio familiar.

Quanto aos atrativos oferecidos, destacam-se as praias adequadas para mergulho, banho, surfe, contemplação etc., porém a visitação de alguns lugares também é restrita. Dentro do Parque Nacional Marinho, por exemplo, somente trinta turistas por dia podem visitar a Praia do Atalaia.

Esses são apenas alguns exemplos sobre a forma de turismo adotada em Fernando de Noronha. Se quiser saber mais sobre o valor da TPA e sobre a ilha, sugerimos que você visite o site: <http://www.noronha.com.br>.

Após essas informações, responda: o que está por trás dessas condutas em Fernando de Noronha? Por que tamanha restrição quanto à permanência e às visitas na ilha?

O que oferecer?

“A análise econômica entende por oferta a quantidade de mercadoria ou serviço que entra no mercado consumidor a um preço dado e por um período determinado.” (BOULLÓN, 2002)

A concretização da atividade turística se dá no momento em que o visitante consome a oferta turística, ou seja, o produto turístico. Mas, afinal, o que é uma oferta turística?

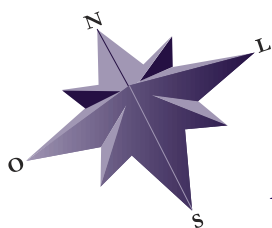


Carol KAPSA

Pão de Açúcar

Fonte: www.sxc.hu/photo/908122

Figura 1.2: O Rio de Janeiro, com suas inúmeras atrações turísticas, é um dos destinos mais procurados por viajantes do mundo todo.



Atividade 2

Atende ao Objetivo 3

Imagine que você vai entrar em férias. Ponha-se, agora, no papel do turista que vai decidir para qual destino viajar e liste três aspectos essenciais de cada lugar dos quais você não abriria mão em sua viagem: pode ser o conforto em um hotel, a facilidade de deslocamento, a vaga em um camping, o fácil acesso à natureza etc. Diga quais deles teriam peso maior em sua escolha.

A atividade que você acaba de fazer revela que a oferta turística não é composta apenas da atração turística, propriamente dita, mas também por equipamentos e serviços turísticos e infra-estrutura básica ou de apoio. Vamos entender o que é cada uma dessas coisas?

★ Atrativo turístico

Entende-se por atrativo turístico todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Podem ser naturais (Exs.: quedas-água, praias e montanhas), histórico-culturais (Exs.: igrejas e esculturas), manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas e acontecimentos programados.



Luiz Baltar

Carnaval do Rio de Janeiro

Fonte: www.sxc.hu/photo/484191

Figura 1.3: Além da natureza, uma das maiores atrações do Rio é o Carnaval.

★ Equipamentos e serviços turísticos

Representam o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística, como os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros.



Fonte: Adaptado – www.sxc.hu/photo/161038

Figura 1.4: A Disneylândia é um exemplo de estrutura inteiramente projetada e voltada para o turismo.

★ Infra-estrutura básica e de apoio turístico

É o conjunto de obras e instalações da estrutura física de base que cria as condições para o desenvolvimento de núcleos receptores de turismo: serviços urbanos e outros. Como exemplo, podemos citar: sistema de transporte, sistema médico-hospitalar, rede de esgoto, instalações sanitárias, saneamento básico, acesso, energia, água, delegacia de polícia, agências de correios etc.



Steven Kapinos

Fonte: www.sxc.hu/photo/871593

Figura 1.5: Um parque aquático representa bem um tipo de estrutura que deve ser mantida em perfeito funcionamento para que se torne, efetivamente, uma fonte de atrativo turístico.

Todas essas situações devem ser consideradas ao pensarmos no planejamento e desenvolvimento de uma atividade econômica tão dinâmica como o turismo. Chamamos a atenção para a necessidade de implementar, sempre em primeiro lugar, uma infra-estrutura básica para a população local, inserindo-a na atividade turística e valorizando seus hábitos, costumes e práticas. Sem essa preocupação, acreditamos que a população tende a se sentir alijada do processo.

É importante e necessário nos preocuparmos com a oferta turística – uma oferta extremamente especializada. Neste contexto, a preocupação dos planejadores e gestores deve ser a de buscar um equilíbrio entre o que é oferecido ao visitante e ao morador local, garantindo que, no futuro, não encontremos conflitos gerados a partir da exclusão do morador do processo econômico implantado ou o seu aproveitamento em áreas menos valorizadas da atividade.

Fico assim sem você...

Avião sem asa

Fogueira sem brasa

Sou eu, assim, sem você

Carro sem estrada

Queijo sem goiabada

Sou eu, assim, sem você...

(Intérprete: Adriana Calcanhoto; composição: Abdullah/Cacá Moraes)

Turismo sem turista é o mesmo que “avião sem asa, queijo sem goiabada...” Então, é claro, não podemos ficar sem conhecer a demanda turística propriamente dita, ou seja, o visitante, o turista que se desloca para uma localidade receptora. Mas é claro que conhecer o turista não se trata de nos aproximarmos dele e nos apresentarmos pessoalmente: “Olá, meu nome é José. E o seu?” Conhecer o turista é saber o que ele quer, quanto ele quer, quando ele quer...

Chamamos de *demanda real* a quantidade de turistas que há em um dado momento em determinado lugar mais a soma de bens e serviços efetivamente solicitados pelos consumidores nesse local durante sua estada.

Ou seja, quantos turistas estão em qual local, necessitando de quê, em qual quantidade? É importante estudarmos essa demanda para melhor adequarmos a localidade aos anseios dos turistas. Não menos importante é identificarmos e buscarmos novas demandas. Sendo assim, devemos conhecer a *demanda potencial*, ou seja, aquela parte da população turística que por algum motivo ainda não foi conquistada ou não viaja. Entendemos sua razão pode gerar mudanças no planejamento das localidades receptoras, fazendo com que estas passem a ser demandas reais, aumentando o fluxo de turistas nesses lugares.

“Eu prefiro ser essa metamorfose ambulante, do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo...” (“Metamorfose Ambulante”, Raul Seixas)



Fonte: www.sxc.hu/photo/1004639

Figura 1.6: Os agentes responsáveis pelo desenvolvimento do turismo precisam ficar atentos às transformações do mercado.

Os agentes responsáveis pelo desenvolvimento do turismo em uma localidade devem estar atentos também às tendências futuras, para que seu produto acompanhe as mudanças que acontecem tanto internamente quanto ao seu redor.



Saiba mais...

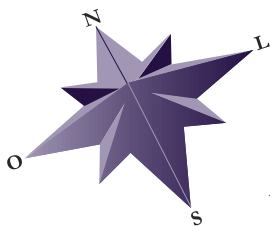
Uma tendência atual e futura em equipamentos turísticos de suma importância para o turismo no setor de hospedagem é a aplicação de gestão ambiental, por meio do uso de tecnologias limpas e práticas ambientais. Podemos exemplificar tais práticas: gestão do uso de energia, gestão do uso da água, gestão da destinação de resíduos, reaproveitamento e reciclagem de lixo, conservação da natureza, sistemas de gerenciamento ambiental, sistema de informações e práticas de consumo.

Um caso interessante é o *Programa de Redução de Lixo do Hotel Bühler*. Você pode saber mais visitando o site: <http://www.hotelbuhler.com.br/secundarias/lixo.asp>

Reconhecendo a importância de se preservar as características originais do produto turístico e principalmente da localidade onde este produto se insere, os responsáveis pelo desenvolvimento turístico de qualquer local também devem se preocupar em acompanhar as mudanças que ocorrem em todos os lugares, pois são pequenas coisas que fazem a diferença na hora de cativar o turista ou de manter o seu produto vivo na cabeça das pessoas. O profissional envolvido com atividades turísticas deve ficar atento a tais transições para que possa sempre melhorar o seu atrativo sem perder a originalidade.

Os novos cenários e tendências mundiais acarretam mudanças e exigências na atividade turística e, conseqüentemente, no perfil do turista. Dentre esses cenários, podemos destacar: os avanços tecnológicos, a internacionalização e globalização da economia e a formação geoestratégica de blocos econômicos.

Os fatores citados levam ao reconhecimento de um novo turista, mais exigente quanto aos produtos turísticos, que já não é “passado para trás” com facilidade, pois tem ao seu alcance as informações que deseja, facilmente acessáveis com o advento da internet e dos modernos meios de comunicação. O novo turista tem maior escolaridade e por isso é mais esclarecido, contando com o maior planejamento de seu tempo livre e de férias. Ele é arrojado, quer conhecer mais coisas, em menor tempo e com menor custo, diferentemente daquele mais conservador, tradicional.



Atividade 3

Atende ao Objetivo 2

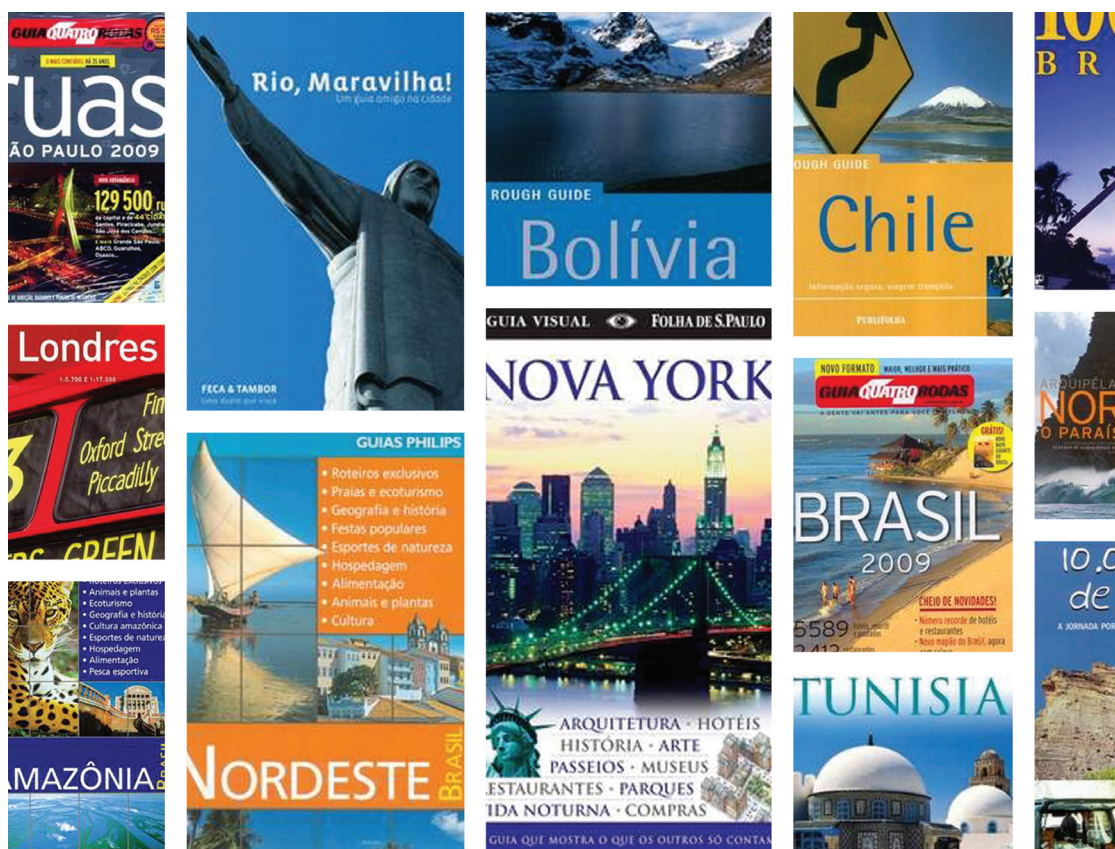
Reconhecemos que os avanços tecnológicos, a globalização e as mudanças sociais mundiais fazem com que as pessoas, cada dia mais, procurem viajar e ter momentos de lazer em diferentes lugares. A internet é um poderoso veículo de promoção e vendas de destinos turísticos. Você já fez pesquisas na internet antes de escolher e viajar para algum lugar? De que forma, ela pode ajudá-lo a elaborar um roteiro de viagem? E o que os equipamentos e serviços turísticos ganham com esse veículo?



Atenção

Fique atento!

Hoje em dia, existem várias publicações voltadas para o mercado turístico, e muitas são direcionadas para um segmento específico, para um tipo de turista que busca algo diferenciado em suas viagens. Perceber o que esses turistas buscam é fundamental para o sucesso da atividade turística.

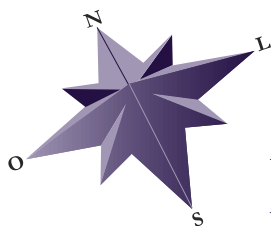


Fonte: www.siciliano.com.br

Figura 1.7: Publicações especializadas em turismo.

A discussão sobre as tendências atuais e futuras das atividades turísticas e os resultados diretos e indiretos sobre o turismo nos levam a concluir que novas destinações e tipos de turismo surgem e continuarão a surgir a todo momento. Isso acontece de duas formas:

- ★ por desenvolvimento espontâneo: quando lugares sem organização e condições de oferecer aos visitantes um produto de qualidade começam a receber fluxos turísticos em busca de novos destinos ou;
- ★ por meio de um desenvolvimento intencional e dirigido: formam-se destinos turísticos por meio de um planejamento estratégico que beneficie a população residente e tenda a apresentar produtos turísticos completos.



Atividade 4

Atende ao Objetivo 3

Acabamos de ver que as destinações que surgem de forma intencional e dirigida tendem a apresentar produtos turísticos completos. De acordo com o conteúdo até aqui abordado sobre oferta turística, o que você entende por *produto turístico completo*?

As reflexões e conceitos apresentados até o momento nos fazem entender por que devemos estudar um pouco sobre os segmentos existentes no turismo, para então sabermos trabalhar nos diversos ramos dessa atividade. Ao longo de nossas aulas, destacaremos os segmentos de mercado que estão sendo privilegiados pelo Ministério do Turismo e pelo Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), bem como suas singularidades. Iremos mostrar, também, a importância de se definir o tipo de turismo mais adequado para localidades específicas. Discutiremos de que forma o desenvolvimento dos variados segmentos do turismo depende da localização geográfica da atração turística, de características físicas, ambientais e culturais de cada região, dos diferentes tipos de demanda, das relações de oferta e demanda no mercado associado às atividades turísticas, das condições financeiras do turista, do tipo de mão-de-obra local disponível, das parcerias existentes entre instituições públicas, privadas e do terceiro setor e, fundamentalmente, do tipo de turismo que determinada localidade deseja ou tem vocação para desenvolver.

Múltiplas condições, múltiplas soluções... O turismo é um setor complexo e desafiador! Então? Você está pronto para ele?

Viajar! Perder países!,
 Viajar! Perder países!
 Ser outro constantemente,
 Por a alma não ter raízes (...)

(Fernando Pessoa)



Multimídia

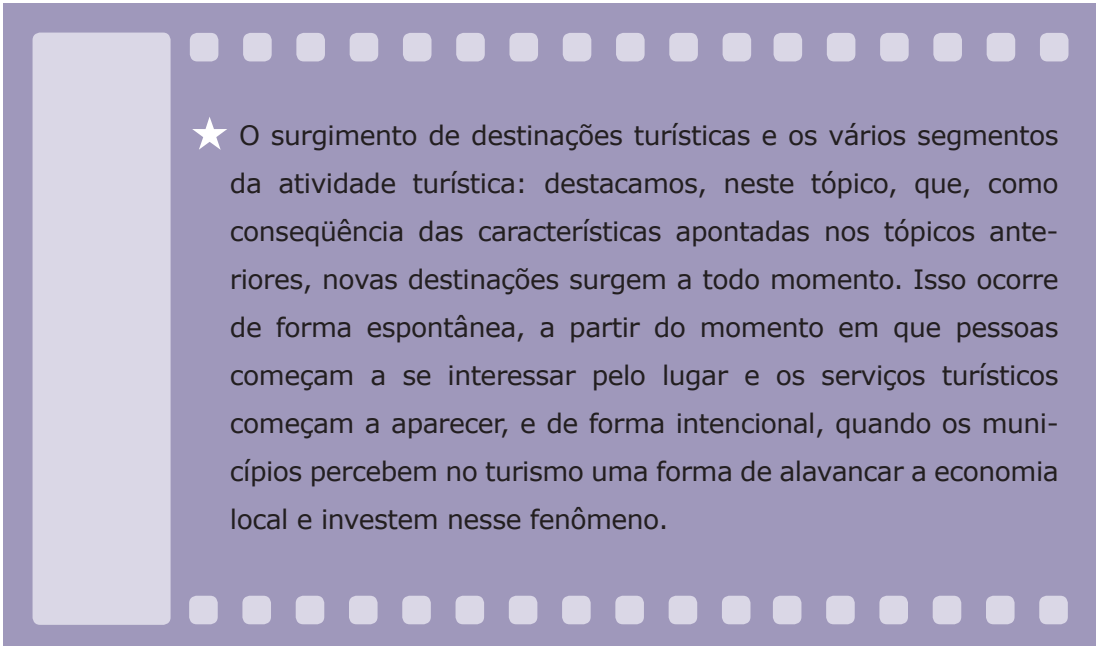
Quer saber mais sobre as ações do Ministério do Turismo e da Embratur? Então visite os sites (www.turismo.gov.br e www.embratur.com.br) e descubra.

Resumindo...

- ★ Conceituando: turismo se define pelo movimento de pessoas que saem do seu local de moradia para conhecer e desfrutar outros destinos. Caracteriza-se pela prestação de serviços; portanto, pertence ao setor terciário.
- ★ Turismo como forma de desenvolvimento das localidades receptoras: a atividade turística acarreta desenvolvimento onde ela está inserida, a partir do momento em que gera mais oportunidades de emprego e renda, envolve a comunidade e melhora a estrutura da localidade. Toda atividade econômica gerada pelo turismo, aliada à manutenção dos recursos ambientais e culturais da localidade levam a uma melhoria na qualidade de vida da população.
- ★ Componentes da oferta turística: a oferta turística é composta de atrativos turísticos (grandes motivadores de uma viagem), equipamentos e serviços turísticos (lugares onde comer, hospedar-se etc.) e infra-estrutura de apoio (instalações médicas, sistema de transportes etc., que dão segurança ao turista).

Resumindo...

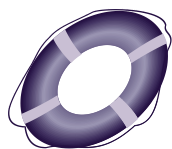
- ★ A importância de conservar as particularidades locais: uma destinação turística se destaca por suas singularidades, ou seja, aquilo que ela tem de diferente, único. Sendo assim, devem-se preservar tais características, sejam elas físicas e materiais (natureza, arquitetura local, patrimônios históricos etc.), ou imateriais (folclore, culinária, costumes etc.).
- ★ Reconhecendo a demanda turística real: conhecer quem está visitando as localidades receptoras é essencial para que elas possam adequar as instalações e serviços de acordo com o público existente. Entender esse turista que já existe também traz a possibilidade de reconhecer uma demanda que ainda não conhece tais localidades, para tentar buscá-la.
- ★ Tendências mundiais e o avanço tecnológico: a globalização da economia, os avanços nos meios de transporte, comunicação e tecnologias de forma geral trazem conseqüências imediatas no desenvolvimento e crescimento da atividade turística mundial. São fatos que “encurtam as distâncias” e propiciam às pessoas conhecer mais lugares com menor custo e tempo, além de saber um pouco mais sobre as destinações escolhidas antes da realização da viagem.
- ★ O novo turista: todas as tendências mundiais colocadas no tópico anterior e o acesso às informações também levaram à mudança no perfil do turista. Atualmente, os turistas são mais exigentes quanto aos serviços prestados e buscam cada dia mais conhecer novas destinações.



★ O surgimento de destinações turísticas e os vários segmentos da atividade turística: destacamos, neste tópico, que, como consequência das características apontadas nos tópicos anteriores, novas destinações surgem a todo momento. Isso ocorre de forma espontânea, a partir do momento em que pessoas começam a se interessar pelo lugar e os serviços turísticos começam a aparecer, e de forma intencional, quando os municípios percebem no turismo uma forma de alavancar a economia local e investem nesse fenômeno.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, você vai aprender sobre a importância da segmentação turística para melhor comercializar o produto turístico e conhecerá um pouco do trabalho do Ministério do Turismo e da Embratur na divulgação de destinos turísticos segmentados. Discutiremos sobre Turismo Sustentável e abordaremos o segmento Ecoturismo, em voga no Brasil e no mundo.



Respostas das Atividades

Atividade 1

Fernando de Noronha encontrou nestas medidas uma forma de aliar a atividade turística com a preservação ambiental. O controle do número de visitantes em alguns atrativos permite a preservação dos ambientes marinho e terrestre locais. A limitada infra-estrutura existente e a forma de receber os turistas colaboram com a política de conservação, além de não modificarem a forma de vida dos moradores locais, valorizando sua cultura e hábitos. Apesar de elitista, o turismo realizado na ilha é exemplo de desenvolvimento social e econômico atrelado à manutenção dos patrimônios cultural e ambiental.

Atividade 2

Embora seja uma resposta pessoal, é claro que nenhum de nós, em viagem de férias, escolheria um local que não tivesse condições de atender a alguns quesitos básicos, como conforto, condições de transporte, acesso e segurança, a não ser que você faça um turismo aventureiro, estilo “quanto mais difícil melhor”, com muitas montanhas, estradas lamacentas etc.

Atividade 3

Hoje em dia, podemos ter informações sobre qualquer lugar por meio da internet. A pesquisa prévia em sites de busca proporciona informações importantes sobre como é o lugar, como chegar, quais atrativos encontrar, onde ficar, onde comer e os preços dos serviços. Desta forma, o internauta consegue mensurar quanto precisará de dinheiro para usufruir o que quer no destino escolhido, controlando seus gastos e tendo noção do quanto vale cada visita, o que não o deixa ser passado para trás *in loco*. Portanto, a internet é um importante instrumento de planejamento para uma viagem.

Quanto aos equipamentos e serviços turísticos, eles devem estar vinculados a sites de busca da área e ter seus próprios sites, porque, do contrário, podem estar perdendo clientes, já que muitas pessoas atualmente não procuram agências para viajar. Elas compram suas passagens, reservam hotel, marcam passeios e buscam informações sobre a localidade a ser visitada pela internet.

Atividade 4

Todo produto turístico deve conter atrativos, que são os responsáveis por atrair o turista. Eles podem ser naturais, culturais ou humanos. No entanto, um atrativo, por si só, não motiva uma pessoa a sair de sua casa e ir passar mais de um dia em outra localidade se ela não oferecer algumas facilidades, fatores responsáveis por sua estada, ou seja, os equipamentos e serviços turísticos (restaurantes, hotéis etc.) e a infra-estrutura básica, como a acessibilidade, estruturas responsáveis pelo deslocamento dos visitantes. Sendo assim, um produto turístico completo é aquele que apresenta todos os componentes da oferta turística de forma articulada e prestando serviços de qualidade.

● Referências bibliográficas

BARRETO, M.; TAMANINI, E. (orgs.) *Redescobrimdo a ecologia no turismo*. Caxias do Sul: EDUSC, 2002.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 3ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BOULLÓN, R.C. *Planejamento do espaço turístico*. Trad. Josely Vianna Baptista. Bauru – SP: EDUSC, 2002.

FENNELL, David A. *Ecoturismo*. São Paulo: Contexto, 2002.

LICKORISH, Leonard J. e JENKINGS, Carson L. Perspectivas do setor. In: *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TRIGO, L. G. G. *Turismo e qualidade: Tendências contemporâneas*. 4ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1999.