

Turismo Cultural

Turismo Cultural

Turismo cultural é uma atividade econômica que está relacionada a eventos e viagens organizadas e direcionadas para o conhecimento e lazer com elementos culturais, tais como: monumentos, complexos arquitetônicos ou símbolos de natureza histórica, além de eventos artísticos/culturais/religiosos, educativos, informativos ou de natureza acadêmica.

A atividade do turismo cultural pode ser subdividido em:

- Turismo de congresso;
- Turismo científico;
- Turismo religioso, entre outros.

Turismo Cultural

O **Turismo Cultural** é uma espécie de deslocamento turístico praticado em localidades, sejam elas bairros, cidades, países, que possuem territórios detentores de elementos culturais, históricos, alguns deles inclusive constituindo um patrimônio histórico-cultural. Normalmente são áreas nas quais foram preservados monumentos, complexos arquitetônicos e qualquer outro símbolo de natureza histórica.

Esta modalidade de turismo também está relacionada com eventos artísticos, culturais, educativos, informativos ou de natureza acadêmica. A principal característica deste movimento de turistas é a interação duradoura e mais pessoal com o grupo que habita a localidade turística.

Geralmente estes transportes turísticos são de curto alcance, compostos de várias viagens pequenas e complementares no interior de uma mesma região, com o objetivo de transmitir maiores conhecimentos e vivências culturais. Nestes passeios os órgãos oficiais têm a oportunidade de enriquecer e disseminar a importância e o significado dos haveres materiais e imateriais da cultura humana.

O Turismo Cultural está crescendo gradualmente em todo o Planeta. Ele não oferece apenas entretenimento, mas principalmente a ampliação do conhecimento e da cultura dos turistas. Estadistas e agentes turísticos vêm promovendo cada vez mais esta modalidade de turismo, que compreende locais históricos e arqueológicos, quilombos, obras artísticas, museus, casas de cultura, festas, rituais, a gastronomia específica de determinadas localidades, artesanato, manifestações culturais típicas, feiras e mercados antigos, cultura popular, eventos tradicionais, entre outros.

Há interesses, tanto comunitários quanto governamentais, que envolvem a luta para preservar e resgatar cidades e monumentos históricos, o que também contribui para estimular o desenvolvimento do Turismo Cultural. Além disso, ele propicia o intercâmbio entre culturas diferentes, o hábito de conviver com o outro, e a consequente aquisição da tolerância.

O movimento turístico de natureza cultural é sempre composto por turistas que têm como objetivo concreto a procura de novas experiências e idéias, conhecer pessoas diferentes, integrantes de culturas distintas, outras atrações e civilizações. Os promotores deste turismo visam não exatamente os destinos geográficos destas pessoas, mas especificamente o próprio indivíduo em trânsito.

Nem sempre, porém, o turista tem realmente à disposição o tempo necessário para conhecer melhor a cultura distinta da sua e o outro. Muitas vezes esta interação é rápida e aparente, sem uma maior preocupação dos organizadores em efetivar um contato mais profundo e fértil. Afinal, é preciso não apenas passear por instituições culturais, mas realmente conhecer, investigar, estudar e interpretar as informações.

O Turismo Cultural pode ser subdividido em turismo científico – uma jornada de pesquisas e estudos -; turismo de congresso – intercâmbio de conhecimentos entre integrantes de uma mesma área ou profissão -; turismo cívico, religioso, místico/esotérico e étnico, entre outros.

O que é turismo cultural, características, regiões, importância, museus, arquitetura, roteiros culturais

Introdução (definição)

O turismo cultural é aquele realizado em regiões (bairros, cidades, países) que oferecem locais com informações culturais. Geralmente, este tipo de turismo ocorre em cidades históricas ou locais com monumentos arquitetônicos com grande representatividade cultural.

Conhecendo o Turismo Cultural

O turismo cultural está se desenvolvendo cada vez mais no mundo todo. Além de diversão, os roteiros turísticos culturais agregam conhecimento e bagagem cultural para os turistas. Conhecer novas culturas, fatos históricos e locais importantes aumenta a experiência e a vivência cultural das pessoas.

Os governos e as agências de turismo têm investido cada vez mais neste tipo de turismo. A pressão social para que locais culturais, principalmente históricos, sejam preservados e restaurados também tem contribuído muito para o desenvolvimento do turismo cultural.

As principais atrações turísticas culturais são: construções históricas (palácios, castelos, igrejas, casas, pirâmides), museus, locais em que ocorreram fatos históricos importantes, sítios arqueológicos, galerias de arte, etc.

No Brasil, os principais roteiros turísticos culturais ocorrem nas seguintes regiões:

- Porto Seguro na Bahia (Descobrimento do Brasil)
- Museu do Ipiranga e Casa do Grito em São Paulo (Independência do Brasil)
- Cidades Históricas de Minas Gerais (Ciclo do Ouro)
- Caminho dos Jesuítas em Sergipe
- Caminho Farroupilha – tradição e cultural gaúcha

- Polo Seridó – história e cultura no Nordeste Brasileiro
- Sítios arqueológicos pré-históricos de São Raimundo Nonato (Piauí)
- Cidade de Petrópolis no estado do Rio de Janeiro (Museu Imperial)

No mundo, destacam-se as seguintes regiões de turismo cultural:

- Pirâmides de Gizé no Egito
- Ruínas de templos e outras construções da Grécia Antiga
- Ruínas e pirâmides astecas no México
- Ruínas da cidade inca de Machu Picchu no Peru
- Castelos Medievais na Europa
- Ruínas e construções históricas do Império Romano (Itália)
- Muralha da China
- Taj Mahal na Índia
- Torre Eiffel em Paris – França
- Palácio de Versalhes e Museu do Louvre – França
- Museu de Arte Moderna de Nova Iorque

Você sabia?

- Em 2 de março é comemorado o Dia do Turismo.
- É comemorado em 13 de junho o Dia do Turista.

Turismo

Existem vários conceitos do que seja **Turismo**. As *Recomendações da Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas sobre Estatísticas de Turismo*, definem-no como "as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros."

A definição de Mathieson e Wall torna-se mais completa, pois consideram que "o turismo é o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais habituais de trabalho e residência, as atividades desenvolvidas durante a permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades". Evidenciando, assim, a complexidade da atividade turística e as relações que esta envolve.

Turista é um visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente da sua residência e do seu trabalho (sem, este ter por motivação, a obtenção de lucro) pernoitando nesse mesmo lugar. Já um excursionista é um visitante que, embora visite esse mesmo lugar, não pernoita.

Evolução Histórica

Segundo autores, existem duas linhas de pensamentos, no qual a História do Turismo se divide. A primeira seria que é o ócio, descanso, cultura, saúde, negócios ou relações familiares. Estes deslocamentos se distinguem por sua finalidade dos outros tipos de viagens motivados por guerras, movimentos migratórios, conquista, comércio, etc. Não obstante o turismo tem antecedentes históricos claros. Depois, se concretizaria com o então movimento da Revolução Industrial.

A segunda linha de pensamento se baseia em que o Turismo realmente se iniciou com a Revolução Industrial, visto que os deslocamentos tinham como intuito o lazer.

Idade Antiga

Na História da Grécia Antiga, dava-se grande importância ao tempo livre, os quais eram dedicados à cultura, diversão, religião e desporto. Os deslocamentos mais destacados eram os que se realizavam com a finalidade de assistir as olimpíadas (que ocorriam a cada 4 anos na cidade de Olímpia).

Para lá se deslocavam milhares de pessoas, misturando religião e desporto. Também existiam peregrinações religiosas, como as que se dirigiam aos Oráculos de Delfos e ao de Dódona.

Durante o Império Romano os romanos frequentavam águas termais (como as das termas de Caracalla). Eram assíduos de grandes espetáculos, em teatros, e realizavam deslocamentos habituais para a costa (como o caso de um, muito conhecido, para uma vila de férias: a "orillas del mar"). Estas viagens de prazer ocorreram possivelmente devido a três factores fundamentais: a "Pax Romana", o desenvolvimento de importantes vias de tráfego e a prosperidade económica que possibilitou a alguns cidadãos meios financeiros e tempo livre.

Idade Média

Durante a Idade Média ocorreu num primeiro momento um retrocesso devido ao maior número de conflitos e a recessão económica. Muitos preferiam não viajar ou se deslocar em muitos feudos pois teriam que pagar impostos para cada um, e cada feudo tinha seu direito de criar suas regras, entretanto surge nesta época um novo tipo de viagem, as peregrinações religiosas. Embora já tenha existido na época antiga e clássica, entretanto o Cristianismo como o Islã estenderam a um maior número de peregrinos e deslocamentos ainda maiores. São famosas as expedições desde Veneza a Terra Santa e as peregrinações pelo Caminho de Santiago (desde 814 em que se descobriu à tumba do santo), foram contínuas as peregrinações de toda a Europa, criando assim mapas e todo o tipo de serviço para os viajantes. Quanto ao Turismo Islâmico de Hajj a peregrinação para Meca é um dos cinco Pilares do Islamismo obrigando a todos os crentes a fazerem esta peregrinação ao menos uma vez em sua vida.

Idade Moderna

As peregrinações continuam durante a Idade Moderna. Em Roma morrem 1.500 peregrinos por causa da peste.

E neste momento quando aparecem os primeiros alojamentos com o nome de hotel (palavra francesa que designava os palácios urbanos). Como as viagens das grandes personalidades acompanhadas de seu séquito, comitivas cada vez mais numerosas, sendo impossível alojar a todos em palácio, ocorre à criação de novas edificações hoteleiras.

Esta é também a época das grandes expedições marítimas de espanhóis, britânicos e portugueses que despertam a curiosidade e o interesse por grandes viagens.

Durante o século XVI surge o costume de mandar os jovens aristocratas ingleses para fazerem um *Grand Tour* ao final de seus estudos, com a finalidade de complementar sua formação e adquirir certas experiências. Sendo uma viagem de larga duração (entre 3 e 5 anos) que se fazia por distintos países europeus, e desta atividade nascem as palavras: turismo, turista, etc.

Existindo um ressurgir das antigas termas, que haviam decaído durante a Idade Média. Não tendo somente como motivação a indicação medicinal, sendo também por diversão e o entretenimento em estâncias termais como, por exemplo, em Bath, na Inglaterra. Também nesta mesma época data o descobrimento do valor medicinal da argila com os banhos de barro como remédio terapêutico, praias frias (Niza,...) onde as pessoas iam tomar os banhos por prescrição médica.

Idade Contemporânea

Com a Revolução Industrial se consolida a burguesia que volta a dispor de recursos econômicos e tempo livre para viajar. O invento do maquinário a vapor promove uma revolução nos transportes, que possibilita substituir a tração animal pelo trem a vapor tendo as linhas férreas que percorrem com rapidez as grandes distâncias cobrindo grande parte do território europeu e norte-americano. Também o uso do vapor nas navegações reduz o tempo dos deslocamentos.

Inglaterra torna-se a primeira a oferecer passagens de travessias transoceânicas e dominam o mercado marítimo na segunda metade do século

XIX, o que favorecerá as correntes migratórias europeias para a América. Sendo este o grande momento dos transportes marítimos e das companhias navais.

Começa a surgir na Europa o turismo de montanha ou saúde: se constroem famosos sanatórios e clínicas privadas europeias, muitos deles ainda existem como pequenos hotéis guardando ainda um certo charme. É também nesta época das praias frias (Costa azul, Canal da Mancha,...).

Thomas Cook

Em 1841, o navegador inglês Thomas Cook, considerado o pai do turismo moderno, promove a primeira viagem organizada da história. Mesmo tendo sido um fracasso comercial, é considerada como um profundo sucesso em relação a organização do primeiro pacote turístico, pois se constatou a enorme possibilidade econômica que este negócio poderia chegar a ter como atividade, criando assim em 1851 a Agência de Viagens *Thomas Cook and son*.

Em 1867 inventa o *voucher*, documento que permite a utilização em hotéis de certos serviços contratados e propagados através de uma agência de viagens.

Henry Wells e William Fargo criam a agência de viagens **American Express** que inicialmente se dedica ao transporte de mercadorias e que posteriormente se converte em uma das maiores agências do mundo. Introduzindo o sistema de financiamento e emissão de cheques de viagem, como por exemplo o travel-check (dinheiro personalizado feito com papel moeda de uso corrente que protege o viajante de possíveis roubos e perdas).

César Ritz

O suíço César Ritz é considerado pai da hotelaria moderna. Desde muito jovem ocupou todos os postos de trabalho possíveis em um hotel, até chegar a gerente de um dos maiores de seu tempo. Melhorou todos os serviços, criou a figura do sommelier, introduziu o banheiro nas unidades habitacionais (UHs), criando assim as suítes, revolucionando a administração. Converteu os hotéis

decadentes nos melhores da Europa, o que lhe gerou o pseudônimo de “mago”.

Ao começar a Primeira Guerra Mundial, no verão de 1914, acredita-se que havia aproximadamente 150 mil turistas americanos na Europa. Ao finalizar a guerra, começa a fabricação em massa de ônibus e carros. Nesta época as praias e os rios se convertem em centros de turismo na Europa, começando a adquirir grande importância o turismo costeiro.

O avião, utilizado por minorias em longas distâncias, vai se desenvolvendo timidamente para acabar impondo-se sobre as companhias navais. A crise de 1929 repercute negativamente em todo o setor turístico limitando seu desenvolvimento até aproximadamente 1932. A Segunda Guerra Mundial paralisa absolutamente o setor em todo o mundo e seus efeitos se estendem até o ano de 1949.

O “boom” turístico

Entre 1950 e 1973 se inicia a falar de “boom” turístico. O turismo internacional cresce a um ritmo superior ao de toda a sua história. Este desenvolvimento é consequência da nova ordem internacional, a estabilidade social e o desenvolvimento da cultura do ócio no mundo ocidental. Nesta época, se começa a legislar sobre o setor.

A recuperação econômica, especialmente da Alemanha e do Japão, foi uma assombrosa elevação dos níveis de renda destes países e fazendo surgir uma classe média estável que começa a interessar-se por viagens.

Entretanto com a recuperação elevando o nível de vida de setores mais importantes da população dos países ocidentais, surge a chamada sociedade do bem-estar que uma vez com as suas necessidades básicas atendidas passa a buscar o atendimento de novas necessidades, aparecendo neste momento a formação educacional e o interesse por viajar e conhecer outras culturas. Por outra parte a nova legislação trabalhista adotando a semana inglesa de 5 dias de trabalho, a redução da jornada de 40 horas semanais, a ampliação

das coberturas sociais (jubilación, desemprego, invalidez,...), potencializam em grande medida o desenvolvimento do ócio e do turismo.

Também estes são os anos em que se desenvolvem os grandes núcleos urbanos e se evidencia a massificação, surge também o desejo de evasão, escapar da rotina das cidades e descansar as mentes da pressão.

Nestes anos se desenvolve a produção de carros em série o que permite acesso cada vez maior a população deste bem, assim com a construção de mais estradas, permite-se um maior fluxo de viajantes. De fato, a nova estrada dos Alpes que atravessa a Suíça de norte a sul supondo a perda da hegemonia deste país como núcleo receptor, pois eles iam agora cruzar a Suíça para dirigir-se a outros países com melhor clima.

A evasão é substituída pela recreação, o que se supõem um golpe definitivo para as companhias navais, que se vêem obrigadas a destinar seus barcos aos cruzeiros.

Todos estes fatores nos levam a era da estandardização padronizando os produtos turísticos. Os grandes operadores turísticos lançam ao mercado milhões de pacotes turísticos idênticos. Na grande maioria utiliza-se de voos charter, que barateiam o produto e o popularizam. No princípio deste período (1950) havia 25 milhões de turistas, e ao finalizar (1973) havia 190 milhões.

No obstante, esta etapa também se caracteriza pela falta de experiência, o que implica as seguintes consequências. Como a falta de planejamento (se constrói sem fazer nenhuma previsão mínima da demanda ou dos impactos ambientais e sociais que se podem surgir com a chegada massiva de turistas) e o colonialismo turístico (existe uma grande dependência dos operadores estrangeiros estadunidenses, britânicos e alemães fundamentalmente).

Na década de 1970 a crise energética e a consequente inflação, especialmente sentida no setor dos transportes ocasionam um novo período de crise para a indústria turística que se estende até 1978. Esta recessão implica uma redução da capacidade de abaixar os custos e preços para propor uma massificação da oferta e da demanda. Nessa época, organismos internacionais, como o Banco Mundial, passaram a dar incentivos a países do terceiro mundo com atrativos

naturais e culturais para investir em atividades turísticas, de forma a estimular seu desenvolvimento econômico.

Na década de 1980 o nível de vida volta a elevar-se e o turismo se converte no motor econômico de muitos países. Esta aceleração do desenvolvimento ocorre devido à melhoria dos transportes com novos e melhores aviões da Boeing e da Airbus, trens de alta velocidade e a consolidação dos novos charter, também observa-se um duro competidor para as companhias regulares que se vem obrigadas a criar suas próprias filiais charter.

Nestes anos se produz uma internacionalização muito marcante das grandes empresas hoteleiras e das operadoras. Buscam novas formas de utilização do tempo livre (parques temáticos, esporte, resorts, saúde,...) e aplicando, ainda mais técnicas de marketing, pois o turista tem cada vez mais informação e maior experiência, buscando novos produtos e destinos turísticos, o que gera uma forte competição entre eles.

A possibilidade de utilização de ambientes multimedia na comunicação transformam o sector, tornando o designer dos produtos, a prestação do serviço, a comercialização dos mesmos de uma maneira mais fluida.

Na década de 1990 ocorre grandes acontecimentos, como a queda dos regimes comunistas europeus, a Guerra do Golfo, a unificação alemã, a guerra da Bósnia, que incidem de forma direta na história do turismo. Trata-se de uma etapa de amadurecimento do setor que seguiu crescendo, sendo que de uma maneira mais moderada e controlada.

Os significativos problemas desta época ocasionaram limitações à capacidade receptiva gerando a necessidade de adequar a oferta à demanda existente, empenhando-se no controle de capacidade de carga dos ambientes patrimoniais de importância históricos e diversificando a oferta de produtos e destinos. Tendo ainda a percepção da diversificação da demanda aparecendo novos tipos perfis de turistas que exigiam uma melhor qualidade.

O turismo entra como parte fundamental da agenda política de numerosos países que desenvolvendo políticas públicas focadas na promoção, no

planejamento e na sua comercialização como uma peça chave do desenvolvimento econômico. Melhorando-se a formação e desenvolvendo planos de educação especializada. O objetivo de alcançar um desenvolvimento turístico sustentável mediante a captação de novos mercados e a regulação da sazonalidade.

Também as políticas a nível supranacional que consideram o desenvolvimento turístico como elemento importante como o Tratado de Maastricht em 1992 (livre tráfego de pessoas e mercadorias, cidadania europeia), e em 1995 a entrada em vigor Schengen e se eliminam os controles fronteiriços nos países da União Europeia.

Ocorre novamente um barateamento das viagens por via aérea por meio das companhias de baixo custo (Low cost) e a liberação das companhias em muitos países e a feroz competição das mesmas. Esta liberalização afeta a outros aspectos dos serviços turísticos como a gestão de aeroportos e sem duvida será aprofundada quando entrar em vigor a chamada Directiva Bolkestein (de liberalização de serviços) em tramite no Parlamento Europeu.

Estatísticas sobre o turismo internacional

Os principais destinos no mundo

De acordo com as estatísticas da Organização Mundial de Turismo (OMT) em 2009 aconteceram 880 milhões de chegadas de turistas internacionais, um decréscimo de 4,4% em relação a 2008 que teve 917 milhões de visitantes. Para 2010 o turismo recuperou-se e as chegadas de turistas atingiram 940 milhões. A região mais afetada pela crise econômica foi Europa, com uma redução de 5,6%. Porém, os países mais visitados pelos turistas internacionais entre 2006 e em 2010 são europeus, com a França mantendo o primeiro lugar já por vários anos. Os seguintes países foram os 10 maiores destinos do turismo internacional entre 2010 e 2007:

Posição mundial	País	Continente	Chegadas de turistas internacionais em 2010 (em milhões) ^[4]	Chegadas de turistas internacionais em 2009 (em milhões) ^[4]	Chegadas de turistas internacionais em 2008 (em milhões) ^[3]	Chegadas de turistas internacionais em 2007 (em milhões) ^[3]
1	 França	Europa	76,8	76,8	79,2	80,9
2	 Estados Unidos	América	59,7	55,0	57,2	58,7
3	 China	Ásia	55,7	50,9	53,0	54,7
4	 Espanha	Europa	52,7	52,2	57,9	56,0
5	 Itália	Europa	43,6	43,2	42,7	43,7
6	 Reino Unido	Europa	28,1	28,2	30,1	30,9
7	 Turquia	Ásia	27,0	25,5	25,0	22,2
8	 Alemanha	Europa	26,9	88	24,9	24,4
9	 Malásia	Ásia	24,6	23,6	22,1	21,0
10	 México	América	22,4	21,5	22,6	21,4
Total mundial			940	882	917	904

Os destinos com as maiores receitas e os países com as maiores despesas

De acordo com as estimativas da Organização Mundial de Turismo (OMT), em 2008 as receitas geradas a nível mundial pelo turismo internacional atingiram USD 942 bilhões (€ 641 bilhões), mas devido à crise econômica de 2008-2009 as receitas diminuíram para USD 852 bilhões (€ 611 bilhões) em 2009, representando uma queda de 5,8%, levando em consideração o ajuste pelas flutuações da taxa de câmbio e da inflação do dólar americano em relação ao euro. Em 2010 as receitas totais atingiram USD 919 bilhões (€ bilhões) e os países que mais arrecadaram com o turismo internacional continuam se concentrando na Europa, mas o maior arrecadador em 2010 continua sendo os Estados Unidos com USD 103,5 bilhões seguido pela Espanha e França. Em 2010 Alemanha continua como o país emissor com maiores despesas nos outros destinos, seguido pelos Estados Unidos.

Turismo: Significados e conceitos

Comumente ouvimos falar sobre Turismo, mas poucos são os que têm respostas às perguntas como “O que é o Turismo?”; “Qual a importância dessa atividade?”; “Por que praticar?”; e “Quem o pode fazer?”. Respostas simples

como “Turismo é viajar”; “Porque é legal” e “Qualquer um pode” é o que mais se ouve. Mas resume-se a isso? Perguntas curtas, com respostas ainda mais curtas e vagas, que ao mesmo tempo em que dizem tudo, dizem nada!?

“Quando pensamos em turismo, o que nos vem à mente, em primeiro lugar, são pessoas que se deslocam para passear, ver amigos ou parentes, tirar férias e divertir-se. Elas podem usar seu tempo de lazer praticando esportes, tomando banho de sol, conversando, cantando, caminhando, passeando, lendo ou simplesmente aproveitando o ambiente” (GOELDNER, RITCHIE & McINTOSH, 2002, P. 23).

Recentemente surgiram estudos referentes ao Turismo, e embora sua prática ocorra há milênios, só agora há consciência de sua importância como atividade. Sua prática e existência são finalmente consideradas, apesar de que o ramo turístico conte ainda com um número pequeno de especialistas no assunto.

“[...] conforme a literatura especializada afirma, teria começado seus estudos sobre turismo em 1911, são raros os estudos e poucos os profissionais de outras disciplinas que se dedicam a trabalhos aplicados em turismo. Mesmo dentro da administração de empresas, considerada diretamente vinculada ao turismo, são poucos os trabalhos específicos aplicados.” (BARRETTO, Margarita, e REJOWSKI, Mirian, 2001, p. 14).

“Essa resistência ao estudo reside na visão de pesquisadores que o consideram um tema pouco sério. Fazendo uma retrospectiva histórica a partir de 1963 em que se situa a primeira pesquisa antropológica no campo do turismo [...]” (BARRETTO, Margarita, e REJOWSKI, Mirian, 2001, p. 14).

O Turismo está hoje no auge de seu reconhecimento, visto que agora se formula conceitos a seu respeito e estudam-se os mesmos, além de serem propagadas informações relevantes à garantia de sua importância para todo e qualquer indivíduo. Além de mostrar-se importante para a harmonização da

sociedade, considerando-se o convívio de indivíduos de culturas diferentes, a atividade turística é grande contribuinte da globalização.

Partamos da origem e significado da palavra “turismo”, que deriva de “*tour*”, oriundo do latim “*tornare*” e do grego “*tornus*”, tendo como significado “giro” ou “círculo”. Assim, podemos entender que o turismo consiste no ato de partir e posteriormente regressar ao ponto inicial, onde o realizador deste giro é denominado turista. Antes de apresentar as definições dadas por estudiosos da área do turismo, consideremos os significados obtidos através da consulta à alguns dicionários conhecidos pela massa, tais como Aurélio e Michaelis, onde de acordo com o primeiro turismo é “*Viagem ou excursão, feita por prazer, a locais que despertam interesse. 2. O movimento de turistas*”; e de acordo com o segundo, turismo são “*Viagens realizadas, por prazer, a lugares que despertam interesse*”; ou “*Gosto das viagens. 2. Viagens realizadas, por prazer, a lugares que despertam interesse*”.

“Em fins do século XIX e no princípio do século XX surgiu um número significativo de descrições e conceituações com o objetivo de explicitar a realidade intrínseca do fenómeno turístico.” (ANDRADE, José Vicente, 2006, p. 32). Dada complexidade do tema, e também das várias contradições de conceitos recém-formulados, apresentaremos o parecer de diferentes estudiosos à cerca da definição de Turismo, ressaltando que os primeiros trabalhos publicados sobre o assunto datam do período entre as duas grandes guerras mundiais, 1919 – 1938, quando se destacou autores como Schwinck, Bormann, Morgenroth e Glucksmann, da conhecida Escola de Berlim.

“*Turismo é o movimento de pessoas que abandonam temporariamente o lugar de residência permanente por qualquer motivo relacionado com o espírito, o corpo ou a profissão.*” (SCHWINCK, *Teoria y Técnica Del Turismo* de Luis Fernandez Fuster, 1974, p. 24-28).

Através da citação anterior, podemos entender que Fuster defende que a permanência de um indivíduo em localidade distinta de onde resida, caracteriza-se turismo desde que a motivação tenha relação com seu bem-estar, podendo ser a busca por auxílio espiritual, no corpo ou profissional.

Segundo Bormann, turismo é o conjunto de viagens cujo objeto é o prazer ou por motivos comerciais, profissionais ou outros análogos e durante os quais a ausência da residência habitual é temporária. Não são incluídas em turismo as viagens de deslocamento ao local de trabalho. Ele esclarece que uma viagem de negócios, ou melhor, uma viagem profissional pode ser entendida como atividade turística desde que esta ocorra em destino diferente do qual o indivíduo se depara no seu dia-a-dia, embora por razões ligadas ao trabalho. Dessa forma é diferenciada aqui a viagem frequente para determinado local onde se desenvolva a atividade remunerada, quando a viagem profissional reconhecida como turismo ocorra em localidade distinta da qual normalmente se realiza o dito trabalho. Para Morgenroth, turismo é o tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência para deter-se em outro local com o objetivo de satisfazer suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais. Morgenroth apresenta o turista como um “consumidor” já que para ele os atrativos turísticos, sejam naturais ou culturais, são consumidos por aqueles que viajam em busca de satisfazer seus desejos e necessidades. Entendamos então que o consumo referido se dá quando o turista usufrui o que a localidade visitada tende a lhe oferecer, desde o artesanato feito pelo próprio residente, como a gastronomia local, da mais simples até a mais refinada da cidade. Em outras palavras, Schwinck e Bormann concordam que o turismo ocorre desde que não haja obrigatoriedade de deslocamento de uma localidade para outra por motivações de trabalho, já Morgenroth é convicto em afirmar que a atividade turística consiste no consumo de bens econômicos e culturais.

Embora conste que a primeira definição de turismo surgiu em 1911, quando o economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen escrevia que "turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado." , terá destaque aqui as definições posteriores à data de 1940.

Professores da Universidade de Berna, 1942, W. Hunziker e K. Krapf definiam o turismo como: *“A soma dos fenômenos e de relações que surgem das viagens e das estâncias dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente nem a uma atividade remunerada”*.

Novamente há concordância quanto as motivações não serem atividades remuneradas, e abaixo, segundo Lesczyck, percebemos como turismo a possibilidade da montagem de residência temporária em determinada localidade: *“O movimento turístico é aquele no qual participam os que durante um certo tempo residem num certo lugar, como estrangeiros ou forasteiros e sem caráter lucrativo, oficial (de serviço) ou militar.”* (Lesczyck, 1942, p 18).

Já a italiana Michele Troisi e o suíço Walter Hunziker diferem em seu conceito turístico, visto que ela defende tratar-se de viagens em sua essência, quando ele defende tratar-se de fenômenos e relações a partir da permanência do indivíduo em localidade diferente de sua residência e sem motivação por atividade lucrativa.

“Conjunto de viagens temporárias de pessoas motivadas por necessidades de repouso, de cura, espirituais ou intelectuais.” (Michele Troisi, Itália 1942).

“Turismo é o conjunto das relações e dos fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.” (Walter Hunziker e Kurt Krapf, Suíça 1942).

“Turismo é de um lado, o conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar para atender as correntes. Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infra-estrutura, a expansão do núcleo e as campanhas publicitárias. Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras.” (Luis Fernandes Fuster, Espanha 1973).

Fuster, por sua vez, complementa o raciocínio de Troisi com o de Hunziker, de forma que temos a definição de turismo não só no que motiva a viagem como as consequências dessa motivação.

“O turismo é a atividade de transporte. cuidado, alimentação e entretenimento do turista; tem um grande componente econômico, mas suas implicações sociais são bem mais profundas. Estimula o interesse no passado, na arquitetura e na arte.” (Donald Lundberg, Estados Unidos 1974).

Lundberg é mais detalhista em sua definição, apresentando caracteres importantes para a efetivação da atividade turística, como transporte, segurança, alimentação e entretenimento. Apresenta também em seu conceito, resultados positivos à sua prática.

“O turismo é o conjunto de deslocamentos voluntários e temporais determinados por causas alheias ao lucro; conjunto de bens, serviços e organização que determinam e tornam possíveis estes deslocamentos e as relações e fatos que entre aqueles e os viajantes têm lugar.” (J. I. Arrillaga, Espanha 1976).

Arrilaga apresenta em sua definição a existência de uma relação entre a localidade visitada e o turista, enquanto Burkart e Medlik apresenta uma breve: “Os deslocamentos curtos e temporais das pessoas para destinos fora do lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos” (Burkart e Medlik, 1981).

Mathienson e Wall (1982), por sua vez, afirmavam que: *“Turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores há um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas”*.

Abaixo segue a definição de turismo apresentada pela turismóloga formada na Puc Campinas, Fabíola Pereira:

“O turismo é uma atividade que envolve o deslocamento de pessoas de um lugar para o outro. É uma mistura complexa de elementos materiais, que são os transportes, os alojamentos, as atrações e as diversões disponíveis, e dos fatores psicológicos, que seriam desde uma simples fuga, passando pela concretização de um sonho ou fantasia, até simplesmente a recreação, o descanso e incluindo ainda inúmeros interesses sociais, históricos, culturais e econômicos. Devido a esses elementos, cada vez mais pessoas em todo o mundo encontram nas viagens a melhor alternativa para preencher seu tempo livre.”

Fabíola explica a existência de elementos componentes do turismo, já que este acontece dada infraestrutura local, além de seus atrativos. Ela apresenta o turismo como sendo a realização de um sonho ou fantasia ou ainda uma necessidade humana, provendo esta de diversas intenções ou motivações. Fabíola também cita o turismo como opção para o ócio humano, podendo ser essa ocasião o momento de cuidar de si e descontraír com a família e também com os amigos.

Já a definição mais utilizada e aceita nos dias de hoje é o da OMT – Organização Mundial do Turismo (1994): *“O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”*. Tal definição é a mais utilizada atualmente pelos estudiosos do assunto, dada necessidade de uma conceituação padrão que viabilize os estudos e discussões do tema, onde são consideradas as atividades desenvolvidas pelo indivíduo estando este em localidade distinta de sua moradia e entorno, além de especificar que o turismo ocorra ainda dentro de um período determinado com finalidade de lazer, negócios ou outras.

Tipos de Turismo

Turismo Religioso:

O Turismo religioso, diferente de todos os outros seguimentos de mercado do turismo, tem como motivação fundamental a fé. Estando, portanto ligado profundamente ao calendário religioso da localidade receptora do fluxo turístico. Esta tipologia de turismo está fundamentalmente ligada à história da atividade, sendo a seguimento que mais contribuiu em número em períodos que a atividade turística tornava-se inviável por conta da insegurança.

Turismo de Massa:

O Turismo de massa também chamado turismo de sol e praia. É o mais convencional, passivo e sazonal tendo a sua criação vinculado à consolidação do capitalismo o que propicia o surgimento do seu público alvo a classe média. É normalmente menos exigente e desprovido de um maior conforto, pois é um segmento turístico voltado para a classe intermediária da sociedade e tem como característica principal o seu baixo custo.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) constata que o turismo de massa

ainda está na sua "infância", pois, diferentemente do turismo "elitista", conserva ainda uma importante demanda latente ou (não-público), dependendo, portanto da conjuntura econômica e particularmente do aumento do poder aquisitivo da população gerando uma "Classe média".

Os países em desenvolvimento têm mostrado o quão grande é o potencial deste seguimento de mercado do turismo, pois com o surgimento da classe média nestes países surge também o turismo como atividade. Para esses novos consumidores possuidores deste novo status quo e tempo livre tornasse viável fazer turismo, principalmente o de massa.

Um sinal claro deste crescimento nestas novas economias é dada pela China que, segundo a revista *rost*, é o país que mais emprega nas atividades ligadas ao turismo com 62,3 milhões de pessoas trabalhando e tendo segundo dados da OMT um crescimento da ordem de 8,5% no seu fluxo de entrada de turistas no período de 1995 a 2004 o que o coloca entre os primeiros destinos turísticos do mundo.

Turismo de Incentivo:

O Turismo de Incentivo no Brasil é uma ferramenta empresarial utilizada por instituições particulares ou organizações públicas, com o objetivo de motivar ou premiar funcionários ou equipes quando metas de produção ou qualidade são atingidas por eles.

No Segmento Turístico o turismo de incentivo é utilizado por empresas do setor, conjuntamente ou de forma isolada. Constitui-se no convite para que algumas específicas agências de viagem enviem seus melhores agentes. Com a finalidade que este tenha um conhecimento real do destino ou do produto específico.

Como consequência, temos um agente de viagem com a capacidade de vender um produto que realmente conhece.

Turismo Cultural:

É certo o que o conceito de cultura é extremamente amplo, entretanto quando falamos de Turismo cultural este obtém uma conotação restritiva. O termo Turismo Cultural designa uma modalidade de turismo cuja motivação do deslocamento se dá com o objetivo de encontros artísticos, científicos, de formação e de informação.

O Turismo Cultural se caracteriza por uma permanência prolongada e um contato mais “íntimo” com a comunidade, ocorrendo viagens menores e suplementares dentro da mesma localidade com o intuito de aprofundar-se na experiência cultural.

Turismo de Eventos:

O Turismo de eventos, é entendido como o deslocamento de pessoas com interesse em participar de eventos focados no enriquecimento técnico, científico ou profissional, cultural incluindo ainda o consumo. Tendo como principais sub-categoria o Turismo de congresso e o Turismo de convenção.

O turista deste segmento caracteriza-se pela sua efetiva presença como ouvinte, “participante” ou palestrante em congressos, convenções, assembleias, simpósios, seminários, reuniões, ciclos, sínodos, concílios, feiras, festivais, encontros culturais entre outras tipologias de evento.

Esta modalidade de Turismo pode ser sub-categorizada observando a relação da tipologia de evento e o seu público alvo, entidade organizadora ou finalidade.

Classificação:

Congresso

Sub-categoria que tem como público membros de uma entidade de classe, profissional, setorial de uma mesma área do conhecimento.

Convenção

O público focado neste segmento é exclusivamente interno. Participantes de um partido, empresa, religião com o objetivo de motivar, treinar, integração de grupos ou mesmo lazer.

Feira

Tendo caráter comercial focado comumente em um específico segmento de mercado consumidor.

Festival

Evento artístico cujo expectador é atraído por um estilo artístico podendo ser musical ou mesmo literário.

Turismo de Estudos:

Segundo o Ministério do Turismo, o Turismo de Estudos e Intercâmbio é um segmento turístico de abrangência muito ampla, que engloba as mais diversas modalidades turísticas. Por se tratar de um segmento de origem muito antiga, está presente em praticamente todos os países do mundo e, como ocorre independentemente de características geográficas ou climáticas específicas, pode ser oferecido durante todo o ano.

Seu desenvolvimento se deu de forma paralela ao desenvolvimento industrial da Europa e posterior à Reforma Protestante, quando uma visão de mundo mais ampla se tornava essencial para acompanhar a evolução científica da época. Destarte, era dada aos jovens a possibilidade de sair de seus países para estudar e conhecer culturas diversas.

Movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivência. Os programas e atividades englobam a realização de cursos e trocas de experiências com finalidade educacional (formal ou informal). O movimento turístico gerado pela vivência consiste no deslocamento do turista motivado pela busca de conhecimento e entendimento sobre os aspectos culturais e sociais de uma localidade, adquiridos por meio de experiências participativas. Fins de qualificação e ampliação de conhecimento A qualificação deve ser entendida como o aumento no grau de aptidão ou instrução do turista em uma atividade já praticada anteriormente. E, finalmente, por ampliação de

conhecimento deve-se entender o desenvolvimento de uma atividade correlata a um conhecimento adquirido anteriormente.

Conhecimento Conhecimentos são idéias, informações e experiências acerca de alguma atividade específica, e abrangeriam tanto a área técnica como a área acadêmica. O conhecimento técnico seria aquele relativo a uma profissão, um ofício, uma ciência ou uma arte determinada. Abrangeria, por exemplo, cursos esportivos, de idiomas, intercâmbios de ensino médio, entre outros. O conhecimento acadêmico seria todo aquele relacionado a alguma atividade proveniente de uma instituição de ensino superior de ciência ou arte e abrangeria, entre outras atividades, cursos de graduação ou de pós-graduação, assim como o intercâmbio universitário.

Desenvolvimento pessoal e profissional O desenvolvimento pessoal é o ganho qualitativo e quantitativo de conhecimentos cuja motivação seja meramente particular. O desenvolvimento profissional é todo o ganho qualitativo e quantitativo de conhecimentos que, posteriormente, serão utilizados no exercício de uma profissão ou ofício.

Desta forma pode-se constituir modalidades do Turismo de Estudos e Intercâmbio: os intercâmbios estudantil, esportivo e universitário; os acordos de cooperação entre países, entre estados e municípios na área educacional e entre instituições pedagógicas; os cursos de idiomas, cursos técnicos e profissionalizantes e cursos de artes; e as visitas técnicas, pesquisas científicas e os estágios profissionalizantes, além dos trabalhos voluntários com caráter pedagógico. É válido ressaltar que só serão consideradas modalidades turísticas aquelas cujo tempo de permanência do estudante não ultrapasse o período de um ano.

Nesse sentido, o Turismo de Estudos e Intercâmbio deve ser tratado como um segmento de relevante importância para o crescimento e fortalecimento do turismo brasileiro. Além de estar em franco crescimento e de se mostrar um mercado bastante promissor, esse segmento pode ser trabalhado como uma solução para os períodos de baixo fluxo turístico. Além disso, os programas de

estudos e intercâmbio podem ser usados como atrativo para os lugares que ainda não possuem roteiros turísticos consolidados.

Agroturismo:

O Agroturismo é uma modalidade de turismo praticada no meio rural, por agricultores familiares dispostos a compartilhar seu modo de vida com os habitantes do meio urbano. Os agricultores, mantendo suas atividades agropecuárias, oferecem serviços de qualidade, valorizando e respeitando o meio ambiente e a cultural local. Na maioria dos casos, o Agroturismo é associado à atividades de Agroecologia, Ecoturismo ou Educação ambiental.

O agroturismo ajuda a estabilizar a economia local, criando empregos nas atividades indiretamente ligadas à atividade agrícola e ao próprio turismo, como comércio de mercadorias, serviços auxiliares, construção civil, entre outras, além de abrir oportunidades de negócios diretos, como hospedagem, lazer e recreação. Com relação aos benefícios ambientais, pode-se mencionar o estímulo à conservação ambiental e à multiplicação de espécies de plantas e animais, entre outros, pelo aumento da demanda turística. Economicamente, pode-se mencionar como exemplo de vantagens associadas ao agroturismo, a possibilidade de agregar valor aos produtos agrícolas do estabelecimento e a instalação de indústrias artesanais, por exemplo para a produção de alimentos regionais típicos. Além disso, desperta a atenção para o manejo, conservação e recuperação de áreas degradadas e da vegetação florestal e natural.

Turismo Rural:

O Turismo rural é uma modalidade do turismo que tem por objetivo apresentar como atração as plantações e culturas em áreas onde as mesmas, porventura, sirvam de referência internacional no chamado agronegócio.

Turismo rural no Brasil

Segundo o documento do Ministério do Turismo “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural”, a conceituação de Turismo Rural

fundamenta-se em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade. Com base nesses aspectos, e nas contribuições dos parceiros de todo o País, define-se Turismo Rural como: “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”.

Atividades turísticas no meio rural (não é só no Brasil)

As atividades turísticas no meio rural constituem-se da oferta de serviços, equipamentos e produtos de:

- hospedagem
- alimentação
- recepção à visita em propriedades rurais
- recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural
- outras atividades complementares às acima listadas, desde que praticadas no meio rural, que existam em função do turismo ou que se constituam no motivo da visita.

A concepção de meio rural adotada nas Diretrizes brasileiras, baseia-se na noção de território, com ênfase no critério da destinação e na valorização da ruralidade. Assim, considera-se território um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo cidades e campos, caracterizado por critérios multidimensionais, como ambiente, economia, sociedade, cultura, política e instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial. Nos territórios rurais, tais elementos manifestam-se, predominantemente, pela destinação da terra, notadamente focada nas práticas agrícolas, e na noção de ruralidade, ou seja, no valor que sociedade contemporânea concebe ao rural, e que contempla as

características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificadas pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza.

O Comprometimento com a produção agropecuária identifica-se com a ruralidade: um vínculo com as coisas da terra. Desta forma, mesmo que as práticas eminentemente agrícolas não estejam presentes em escala comercial, o comprometimento com a produção agropecuária pode ser representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida considerados típicos de cada população rural.

A prestação de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural faz com que as características rurais passem a ser entendidas de outra forma que não apenas focadas na produção primária de alimentos. Assim, práticas comuns à vida campesina, como manejo de criações, manifestações culturais e a própria paisagem passam a ser consideradas importantes componentes do produto turístico rural e, conseqüentemente, valorizadas e valoradas por isso. A agregação de valor também faz-se presente pela possibilidade de verticalização da produção em pequena escala, ou seja, beneficiamento de produtos in natura, transformando-os para que possam ser oferecidos ao turista, sob a forma de conservas, produtos lácteos, refeições e outros.

O Turismo Rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística no meio rural. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os “causos”, a gastronomia), e primar pela conservação do ambiente natural.

Turismo Náutico:

Apesar de possuir um litoral de 7.367 quilômetros de extensão, 35.000 quilômetros de vias internas navegáveis, 9.260 quilômetros de margens de reservatórios de água doce, como hidroelétricas, lagos e lagoas, além do clima ameno, o Brasil ainda não aproveita seu grande potencial para o Turismo Náutico.

Isso se dá, em parte, pela proibição, até 1995, da navegação de cabotagem no país para navios de bandeira estrangeira. Tal restrição inibia a inclusão do Brasil nas rotas de viagem dos armadores estrangeiros. Somente a partir de agosto de 1995 com a publicação da Emenda Constitucional nº7/95 sob intensa atuação da EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, foi liberada a navegação de cabotagem no litoral brasileiro para embarcações de turismo. Os portos começaram a dedicar áreas especiais para terminais de passageiros e o segmento passou a ser objeto das políticas de turismo e outras correlatas.

Desde essa época, os esforços têm sido ininterruptos. A partir das articulações e ações do EMBRATUR iniciaram-se discussões sobre as questões conceituais, de estruturação, de legislação, de fomento e promoção pelo Grupo Técnico Temático de Turismo Náutico da Câmara Temática de Segmentação, no âmbito do Conselho Nacional de Turismo.

A depender do local onde ocorre, o Turismo Náutico pode ser caracterizado como:

- Turismo Fluvial
- Turismo em Represas
- Turismo Lacustre
- Turismo Marítimo

Pode, ainda, envolver atividades como cruzeiros (de longo curso e de cabotagem) e passeios, excursões e viagens via quaisquer tipos de embarcações náuticas com finalidades turísticas. Assim, segundo o Ministério do Turismo, o Turismo Náutico caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística

Tipo de Embarcação:

- balsa
- bote

-escuna	-flutuante
-hovercraft	-jangada
-lancha	-saveiro
-traineira	-veleira
-iate	-moto aquática e similares
-barcaça	-outras embarcações
-chato	

Turismo Ecológico:

O ecoturismo é uma forma de turismo voltada para a apreciação de ecossistemas em seu estado natural, com sua vida selvagem e sua população nativa intactos.

Embora o trânsito de pessoas e veículos seja agressivo ao estado natural desses ecossistemas, os defensores de sua prática argumentam que, complementarmente, o ecoturismo contribui para a preservação dos mesmos e para o desenvolvimento sustentado das populações locais, melhorando a qualidade de vida das mesmas.

Alguns destinos de visitação, com perfil de ecoturismo no Brasil

Região Sul

Banhado do Taim, RS

Parque Nacional do Superagüi, PR

PR,PR

Itaimbezinho, RS

Bombinhas, SC

Região Sudeste

Socorro, SP

Brotas, SP

Cunha, SP

Itatiaia, RJ

Delfinópolis, MG

Ibitipoca, MG

Serra do Cipó, MG

Paranapiacaba, SP
Serra da Canastra, MG
Angra dos Reis, Ilha Grande, RJ
Parque Nacional do Caparaó, MG/ES

Região Centro-Oeste

Bonito, MS
Chapada dos Veadeiros, GO
Chapada dos Guimarães, MT
Cáceres, MT

Região Nordeste

Jacobina, BA
Lençóis Maranhenses, MA
Chapada da Diamantina, BA
Parque Nacional de Sete Cidades, PI
Parque Nacional de Fernando de Noronha, PE

Região Norte

Ilha do Marajó, PA
Presidente Figueiredo, AM
Pico da Neblina, RO

Atividades consideradas ecoturismo

Esta é uma lista de atividades consideradas dentro do ecoturismo. Têm em comum o fato de serem praticadas em meio ao ambiente natural; no entanto, algumas têm suficiente impacto ambiental para não serem consideradas boas práticas pelos ecologistas, p. ex. o canyoning em trechos de rio usados para nidificação de aves de rapina.

Tirolesa

A chamada tirolesa é a prática da travessia de montanhas, vales ou canyons, por meio de cordas, utilizando uma roldana e equipamentos apropriados. Essa modalidade de esporte radical é muito difundida no mundo inteiro,

principalmente na Nova Zelândia, onde foi inventada.

Cavalgada

Percorrer a cavalo percursos em meio à natureza. É uma atividade especialmente indicada para terrenos muito acidentados ou em terrenos onde o tráfego de veículos não seja possível ou permitido, especialmente se necessário transportar equipamentos para outras atividades.

Passeios a pé em veredas e "levadas"

A ilha da Madeira, a meio ao oceano Atlântico, é um local muito procurado para passeios a pé ao longo de veredas e também em levadas.

Snorkeling e flutuação

Com roupas de neoprene, máscara e snorkel e pé de pato no Aquário de Bonito, onde não é permitido o mergulho.

Bóia-cross

O Bóia-cross, é a prática de descer corredeiras classe II (leves) em grandes bóias redondas. A atividade inclui brincadeiras no rio e é acompanhada por canoístas profissionais que garantem a segurança dos participantes.

Turismo Cultural

A pluralidade da cultura brasileira tem sido aclamada pelos governos e pela sociedade como uma das principais características do patrimônio do país, ao lado dos recursos naturais, o que pode significar para o turismo a possibilidade de estruturação de novos produtos diferenciados, com o conseqüente aumento do fluxo de turistas. O grande mérito desta possibilidade é fazer do turismo

uma atividade capaz de promover e preservar a nossa cultura. Nesse caso, cultura e turismo confi guram, em suas diversas combinações, um segmento denominado Turismo Cultural – que se materializa quando o turista é motivado a se deslocar especialmente com a finalidade de vivenciar aspectos e situações que podem ser considerados particularidades da cultura.

Porém, o inegável potencial do Brasil para este segmento está longe de ser aproveitado em sua magnitude – a maioria dos produtos turísticos carece de qualificação e há, ainda, muito a ser trabalhado para se chegar à competitividade e à sustentabilidade. Diante disso, o MTur, ao orientar o desenvolvimento de produtos turísticos¹, utiliza a roteirização e a segmentação como estratégias, por entender serem imprescindíveis ações que permitam o fortalecimento do capital social e a conseqüente e concomitante promoção e preservação da cultura brasileira, como atrativo turístico e como patrimônio. Desta forma, a promoção de um produto, roteirizado ou não, com base em um segmento principal, não inviabiliza que vários outros segmentos possam ser trabalhados em outros tantos roteiros, a depender dos potenciais atrativos e do público que se queira buscar. Para tanto, é preciso que sejam observados alguns aspectos referentes às específicas cidades de cada segmento turístico, sendo que este documento apresenta-se norteador para o desenvolvimento do Turismo Cultural nas regiões turísticas brasileiras.

Espera-se, dessa maneira, contribuir para o desenvolvimento e a oferta de produtos de Turismo Cultural autênticos e, principalmente, para a promoção da diversidade cultural brasileira, da participação e do bem-estar das comunidades.

A relação turismo e cultura

Pode-se situar a origem da relação turismo e cultura no grand tour europeu, quando os aristocratas e mais tarde a burguesia viajavam principalmente para contemplar monumentos, ruínas e obras de arte dos antigos gregos e romanos.

Desses primórdios tempos até a atualidade, a cultura continuou a ser uma das principais razões para a viagem; com o tempo, modificou-se, porém, a forma como os inúmeros turistas visitam atrativos turísticos culturais. A própria noção

de cultura anteriormente ligada à idéia de civilização ampliou-se e passou a incluir todas as formas de ser e fazer humanos. Dessa forma, entende-se que todos os povos são detentores de cultura. Esta é definida como “a totalidade ou o conjunto da produção, de todo o fazer humano de uma sociedade, suas formas de expressão e modos de vida”

Quanto aos estudos específicos sobre a relação turismo e cultura, pode-se afirmar que foram iniciadas a partir dos anos 60, pelos antropólogos. Nessa década e na seguinte, o turismo passou a ser apontado como alternativa para o desenvolvimento mundial, inclusive no Brasil, embora de forma incipiente. No entanto, o modo como a atividade turística foi implementada em muitos lugares revelou-se danosa ao patrimônio cultural ou ineficaz como estratégia de promoção, quer pela falta de recursos humanos especializados, pela visitação descontrolada, pelo desrespeito em relação à identidade cultural local, pela imposição de novos padrões culturais, especialmente em pequenas comunidades, quer pelo despreparo do próprio turista para a experiência turística cultural.

Esse contexto sinalizou para a necessidade de se implementar ações conjuntas, planejadas e geridas entre as áreas de turismo e de cultura, e de se contemplar o respeito à identidade cultural e à memória das comunidades na atividade turística. O patrimônio cultural, mais do que atrativo turístico, é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura partilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ter seu sentido respeitado.

A opção pelo desenvolvimento turístico deve conciliar-se aos objetivos de manutenção do patrimônio, do uso cotidiano dos bens culturais e da valorização das identidades culturais locais. O uso turístico deve sempre atuar no sentido do fortalecimento das culturas. Assim, a atividade turística é incentivada como estratégia de preservação do patrimônio, em função da promoção de seu valor econômico.

Praticando esses pressupostos, algumas iniciativas de implementação de políticas públicas de turismo têm despertado o sentimento de orgulho nas comunidades em relação à sua identidade cultural. Práticas culturais, antes

esquecidas, vêm sendo resgatadas e o patrimônio preservado, mesmo face às influências da globalização e da tendência à padronização de expressões, bens e serviços culturais e turísticos.

Pode-se dizer que a relação cultura e turismo fundamenta-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas e o segundo é a possibilidade do turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do patrimônio, e da promoção econômica de bens culturais. Algumas viagens configuram um tipo especial de turismo, denominado Turismo Cultural, cujos marcos conceituais e abrangência abordam-se a seguir.

Conceituação e características do Turismo Cultural

Diante da abrangência dos termos turismo e cultura, o MTur, em parceria com o Ministério da Cultura e o IPHAN, e com base na representatividade da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional de Turismo, estabeleceu um recorte nesse universo e dimensionou o segmento na seguinte definição.

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas 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.

A compreensão do significado dos termos empregados neste conceito permite visualizar as características básicas e o dimensionamento atribuído ao Turismo Cultural no país.

Atividades turísticas

Entende-se por atividades turísticas aquelas realizadas em função da viagem de Turismo Cultural, tais como:

- transporte
- agenciamento
- hospedagem

- alimentação
- recepção
- eventos
- recreação e entretenimento
- outras atividades complementares

Vivência

A definição de Turismo Cultural está relacionada à motivação do turista, especificamente a de vivenciar o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a experienciá-los e preservar a sua integridade. Vivenciar implica, essencialmente, em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se ao conhecimento, aqui entendido como a busca em aprender e entender o objeto da visita; a segunda corresponde a experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do objeto de visita.

Patrimônio histórico e cultural e eventos culturais

Considera-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de tornarem-se atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais; manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nesta categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros.

Valorização e promoção dos bens materiais e imateriais da cultura

A utilização turística dos bens culturais pressupõe sua valorização, promoção e a manutenção de sua dinâmica e permanência no tempo como símbolos de

memória³ e de identidade. Valorizar e promover significa difundir o conhecimento sobre esses bens e facilitar seu acesso e usufruto a moradores e turistas. Significa também reconhecer a importância da cultura na relação turista e comunidade local, aportando os meios para que tal relação ocorra de forma harmônica e em benefício de ambos.

Convém ressaltar que os deslocamentos motivados por interesses religiosos, místicos, esotéricos, cívicos e étnicos são aqui entendidos como recortes no âmbito do Turismo Cultural e podem constituir outros segmentos para fins específicos: Turismo Cívico, Turismo Religioso, Turismo Místico e Esotérico e Turismo Étnico. O Turismo Gastronômico, entre outros, pode também instituir-se no âmbito do Turismo Cultural, desde que preservados os princípios da tipicidade e identidade.

Turismo Cívico

O Turismo Cívico ocorre em função de deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, fatos, observação ou participação em eventos cívicos, que representem a situação presente ou a memória política e histórica de determinados locais.

Entendem-se como monumentos as obras ou construções que remetem à memória de determinado fato relevante ou personagem. Os fatos são ações, acontecimentos e feitos realizados, ou que estejam ocorrendo na contemporaneidade. Do ponto de vista turístico, eles podem atrair pessoas para conhecerem os locais onde se efetivaram, de forma a compreender o seu contexto e suas particularidades. Neste caso, tais monumentos e fatos diferenciam-se dos demais por seu caráter cívico, ou seja, relativos à pátria. Os eventos cívicos são as programações em que o Estado, seus símbolos e datas são celebrados pelos cidadãos. Englobam-se aqui as comemorações de feriados nacionais relacionados a fatos e personagens da pátria, os eventos para troca de bandeiras, as posses de presidentes, governadores e prefeitos, as visitas guiadas a lugares de evocação do espírito cívico de uma nação, entre outros. Assim, esse tipo de turismo abrange elementos do passado e do presente relacionados à pátria: fatos, acontecimentos, situações, personagens e monumentos referentes a feitos políticos e históricos.

Cabe ressaltar que os deslocamentos turísticos característicos desse tipo de turismo ocorrem tanto no país do turista quanto em pátrias estrangeiras. As temáticas envolvidas podem relacionar-se à política municipal, estadual, nacional ou internacional.

Bases para o Desenvolvimento do Turismo Cultural

Uma vez entendidas as características especiais deste segmento e do respectivo turista é possível compreender e agir sobre as principais questões que envolvem o seu desenvolvimento na região e no município.

A viabilidade para o Turismo Cultural

Um dos primeiros passos para a estruturação desse tipo de turismo é identificar e avaliar se na região existem atrativos culturais significativos, efetivos ou potenciais, que possam motivar o deslocamento do turista especialmente para conhecê-los.

Segundo classificação atualizada do MTur, os principais atrativos⁶ desse tipo de turismo são:

- Sítios históricos – centros históricos, quilombos
- Edificações especiais – arquitetura, ruínas
- Obras de arte
- Espaços e instituições culturais – museus, casas de cultura
- Festas, festivais e celebrações locais
- Gastronomia típica
- Artesanato e produtos típicos
- Música, dança, teatro, cinema
- Feiras e Mercados tradicionais
- Saberes e Fazeres – causos, trabalhos manuais
- Realizações artísticas – exposições, ateliês

- Eventos programados – feiras e outras realizações artísticas, culturais, gastronômicas
- Outros que se enquadrem na temática cultural

Como se pode ver, a cultura e seus diversos desdobramentos constituem insumos básicos do Turismo Cultural. Pintura, escultura, teatro, dança, música, gastronomia, artesanato, literatura, arquitetura, história, festas, folclore, entre outros, formam uma combinação que permite a vivência da diversidade cultural brasileira.

Quanto maior a diversidade de opções e atividades, maiores serão as possibilidades de se criar produtos diferenciados. Além de estimular a permanência do turista no destino por um período de tempo maior, incentivam a visitação nos períodos de baixa temporada.

O fluxo turístico, no caso deste segmento, não depende tanto de condições climáticas, como no Turismo de Sol e Praia e outros, possibilitando que as atividades turísticas possam ser realizadas ao longo do ano. A sazonalidade da atividade é mais evidente, contudo, em destinos cujo produto está focado em eventos e determinadas manifestações culturais pontuais. Nesse caso, desenvolver outras atividades e segmentos pode ser uma boa estratégia para melhorar a distribuição do fluxo turístico e a ocupação dos equipamentos.

Se a motivação do turista concentrar-se nos aspectos culturais, ele visitará tanto os atrativos localizados na zona urbana quanto na área rural. Caso a vivência da ruralidade for predominante na motivação, configura-se um outro tipo de turismo – o segmento denominado Turismo Rural, que guarda fortes elementos culturais. Por essa razão, uma propriedade rural com elementos culturais significativos pode desenvolver produtos de ambos os segmentos – Rural e Cultural.

Deve-se, pois, identificar, dentre todos os atrativos, aqueles que podem compor um produto turístico diferenciado. Nesse processo, convém analisar a singularidade, o valor intrínseco e o caráter brasileiro dos atrativos⁷ que compõem o seu valor potencial, segundo metodologia adotada no Plano de Marketing Turístico Nacional.

Os valores locais – história, identidade e memória

No processo de organização do Turismo Cultural a comunidade tem papel fundamental, principalmente na revelação de aspectos ainda não registrados ou que não constam na história oficial. A vivência histórica das comunidades, ao ser valorizada pelo turismo, enriquece a experiência do turista e reforça o sentimento de pertença local.

Além disso, o próprio cotidiano pode constituir-se em atrativo, já que o turista cultural busca relacionar-se com a comunidade e identificar os saberes e fazeres que compõem a identidade local⁹.

Na verdade, não somente a cultura de cunho erudito¹⁰, expressa em museus, prédios históricos, em manifestações musicais, cênicas e literárias atraem os turistas culturais.

Esses são também atraídos pela cultura dita popular e pelas manifestações tradicionais e folclóricas, expressas principalmente na gastronomia típica, nas festas e celebrações populares, nas lendas, histórias e causos locais, nos produtos artesanais de origem e nos modos peculiares de receber o visitante. Todos esses elementos constituem atrativos essenciais que caracterizam o Turismo Cultural.

O turista cultural valoriza a cultura em toda a sua complexidade e particularidade, movimentando-se em busca de ícones que representam a identidade local e a memória coletiva¹¹. Ambos os conceitos remetem a um conjunto de experiências, fatos históricos e elementos culturais comuns a um grupo ou comunidade, e que podem ser representados pelos bens culturais materiais e imateriais que compõem o patrimônio.

Alguns bens são considerados patrimônio por uma coletividade, desde que essas o reconheçam como tal, no entanto, o reconhecimento oficial de determinado bem como patrimônio depende de medidas legais que podem ser tomadas nas três esferas de governo e que são abordadas a seguir.

Aspectos legais

O adequado desenvolvimento do Turismo Cultural depende da observância de questões legais relacionadas aos atrativos turísticos e ao patrimônio, ao território, e à prestação de serviços, dentre outras. Tratam-se de dispositivos que orientam as ações, estruturam procedimentos e ordenam o território, considerando os anseios e as necessidades da população brasileira. No Anexo deste documento encontram-se elencados os principais marcos legais que incidem sobre o segmento – culturais, ambientais, turísticos e outros.

No que se refere aos aspectos legais diretamente relacionados à cultura, dado que o patrimônio cultural é o principal atrativo do Turismo Cultural, é fundamental a gestão integrada das áreas envolvidas. A Constituição Brasileira de 1988, em seu artigo 216, estabelece que o patrimônio cultural brasileiro é composto por bens de natureza material e imaterial e dispõe sobre sua proteção e promoção, e respectivos instrumentos, tais como inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, remetendo à lei definir a

punição por danos e ameaças a sua integridade.¹² O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN é o organismo federal responsável pela proteção do patrimônio material e imaterial. O patrimônio material é protegido por instrumento legal chamado tombamento, e o imaterial por registro. Esses dois instrumentos explicados a seguir, têm seus respectivos decretos anexados a este documento.

Patrimônio Cultural Material

O patrimônio material¹³ é constituído de bens culturais móveis e imóveis. No primeiro caso, encontram-se aqueles bens que podem ser transportados, tais como os livros e as obras de artes e no segundo, os bens estáticos, tais como prédios, cidades, ruas, etc., e possuem instrumento específico de proteção.

- Bens móveis: coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos
- Bens imóveis: núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais.

Tombamento

O tombamento configura-se um ato administrativo realizado pelo Poder Público com o objetivo de preservar, por intermédio da aplicação de legislação específica, bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e também de valor afetivo para a população, impedindo que venham a ser destruídos ou descaracterizados. Podem ser tombados bens pertencentes à União, aos estados, Distrito Federal e municípios, bem como a pessoas físicas ou jurídicas de direito privado. Nesse último, o tombamento pode se dar de forma voluntária ou compulsória caso o proprietário se recuse a anuir à inscrição do bem.

O tombamento pode ser solicitado por qualquer cidadão ou instituição pública. O pedido é submetido a uma avaliação técnica preliminar e à deliberação do órgão responsável pela preservação. Em caso de aprovação é emitida uma notificação ao proprietário. Com esse documento procura-se evitar a destruição do bem até que o bem seja inscrito em um dos seguintes Livros do Tombo.

- Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico: bens pertencentes às categorias de arte arqueológica, etnográfica, ameríndia e popular, monumentos naturais, sítios e paisagens
- Livro do Tombo Histórico: bens de interesse histórico e as obras de arte histórica
- Livro do Tombo das Belas-Artes: obras de arte erudita nacional ou estrangeira
- Livro do Tombo das Artes Aplicadas: obras incluídas na categoria das artes aplicadas, nacionais ou estrangeiras.

Destaca-se que o tombamento pode ser feito pela União, por intermédio do IPHAN; pelo governo estadual, por meio do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado ou órgão similar; e pelas administrações municipais, utilizando-se de leis próprias.

A UNESCO, órgão das Nações Unidas para a Cultura, também contribui para a proteção de lugares especiais no mundo todo, dando-lhes o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. No Brasil existem 17 tesouros do patrimônio mundial:

- Brasília – Distrito Federal

- Congonhas do Campo – Minas Gerais
- Olinda – Pernambuco
- Ouro Preto – Minas Gerais
- Parque Nacional do Iguaçu – Paraná
- Salvador – Bahia
- São Miguel das Missões – Rio Grande do Sul
- Centro Histórico de Goiás – Goiás
- Parque Nacional Serra da Capivara – Piauí
- Centro Histórico de São Luís – Maranhão
- Reserva Mata Atlântica – São Paulo e Paraná
- Pantanal Mato-grossense – Mato Grosso
- Diamantina – Minas Gerais
- Parque Nacional do Jaú – Amazonas
- Costa do Descobrimento – Bahia e Espírito Santo
- Reservas do Cerrado – Parque Nacional das Emas e Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros – Goiás
- Ilhas Atlânticas – Fernando de Noronha e Atol das Rocas – Pernambuco.

Assim, os bens que compõem o nosso patrimônio material podem ser reconhecidos, respectivamente, como patrimônio mundial, nacional, estadual ou municipal. Podem enquadrar-se em mais uma categoria, desde que reconhecido como tal por duas ou mais instâncias.

As medidas ora referidas visam garantir a preservação dos bens, ou seja, a manutenção de suas características essenciais. Simultaneamente, porém, é imprescindível a sua conservação, isto é, a adoção contínua de medidas para evitar que se deteriore. Podem ser realizadas, também, ações de qualificação

e revitalização que estão relacionadas a um conjunto de medidas que visam dotar um centro histórico, um bairro, um conjunto urbanístico ou uma região de melhor infra-estrutura, para revigorá-los ou otimizar seu uso – isto é, ressignificar o patrimônio. Assim, para dar vitalidade a um centro histórico em decadência, por exemplo, podem ser realizados eventos culturais periódicos dando novos usos ou funções e estimulando a visitação.

Patrimônio Cultural Imaterial

São considerados Patrimônio Cultural Imaterial os usos, representações, expressões, conhecimentos e as técnicas bem como os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhes são associados e que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconheçam como parte integrante de seu patrimônio cultural¹⁴. São exemplos os ofícios, rituais, danças e pinturas corporais.

Essa dimensão do patrimônio caracteriza-se por seu caráter intangível e dinâmico – ou seja, está sujeita a mudanças impostas pelo cotidiano do homem, já que se trata de seus modos de vida, saberes e fazeres, que evoluem constantemente. Por esta razão busca-se o reconhecimento dessa dinamicidade e a respectiva valorização e promoção de tais expressões.

Registro

Para salvaguardar¹⁵ os bens culturais imateriais existe um instrumento legal denominado Registro dos Bens Culturais de Natureza Imaterial, instituído no ano 2000 através do Decreto nº 3.551/00, que dispõe também sobre um programa especialmente voltado para a questão. Podem ser registrados em um dos seguintes livros.

- Livro de Registro dos Saberes - conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades
- Ofício das Paneleiras de Goiabeiras - Espírito Santo
- Modo de Fazer Viola-de-Cocho - Região Centro-Oeste
- Ofício das Baianas de Acarajé – Bahia

- Livro de Registro das Celebrações - rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social

- Círio de Nossa Senhora de Nazaré - Belém – PA

- Livro de Registro das Formas de Expressão - manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas

- Arte Kuwisa, técnica de pintura e arte gráfica da população indígena Wajãpi - Amapá

- Samba de Roda do Recôncavo Baiano - Bahia

- Jongo - Região Sudeste

- Livro de Registro dos Lugares - mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e se reproduzem práticas culturais coletivas. Ainda não existem bens registrados nesta categoria.

Para tratar dessas questões, existe o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial – PNPI que viabiliza projetos de identificação, reconhecimento, salvaguarda e promoção da dimensão imaterial do patrimônio cultural. É um instrumento de fomento que busca estabelecer parcerias, complementando e apoiando o instrumento do Registro. Dentre as estratégias do PNPI, consta a proposição da inclusão do tema patrimônio imaterial nas ações de divulgação e promoção da cultura brasileira aos órgãos de turismo.

Turismo cultural: em busca das alteridades

Os grupos humanos partiram de uma unidade biológica comum e adaptaram-se a um contexto histórico e social específico, desenvolvendo formas diversificadas de agir quanto membros de uma coletividade, isto é, passaram a simbolizar modos e estilos de vida próprios. Isso significa que o homem estabeleceu hábitos, costumes, práticas sociais, padrões comportamentais que fundamentam e legitimam todo o modo de pensar, sentir e agir em sociedade.

Da mesma forma, ao deter o controle sobre a natureza, os agentes sociais, através do uso de tecnologias, puderam cristalizar o seu estilo de vida em artefatos materiais, os quais dotados de uma dimensão simbólica e de uma representatividade permitem apreender a forma singular ou a estrutura que condiciona a existência empírica dos contemporâneos: a cultura. Inúmeros estudiosos – antropólogos, sociólogos, folcloristas e demais cientistas sociais, tentaram imprimir um conceito de cultura que abrangesse a totalidade de significados que este termo adquire para uma determinada realidade social, surgindo assim, uma ampla gama de acepções teóricas.

Segundo Laraia (1997), cultura é um conjunto de valores, crenças, costumes, hábitos e fatores históricos materiais e imateriais que permeiam, de forma dinâmica, a vida social. Ou seja, a cultura é construída ao longo de processos históricos e materiais de um povo, através de suas inter-relações e modos de vida.

Esta concepção de cultura é reforçada por Chauí (2007), que entende a cultura como uma instituição social, sendo determinada pelas condições materiais e históricas de sua realização. Desse modo, a cultura é inerente a cada povo, transformando suas experiências tangíveis e intangíveis a partir do trabalho, o qual ultrapassa e modifica algo existente em algo novo. Assim sendo, permite que qualquer povo, independente de suas condições materiais e históricas, tenha uma cultura peculiar.

Para Turner apud Sahlins (1997, p. 122), a cultura deve ser entendida como “[...] o meio pelo qual um povo define e produz a si mesmo enquanto entidade social em relação à sua situação histórica em transformação”. Desta forma, percebe-se que a cultura é dinâmica e se transforma de acordo com o contexto vivenciado por cada sociedade, (re)significando seus costumes, crenças, hábitos e valores.

Já Canclini (1985, p.29), entende a cultura como “[...] todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido”; esta é uma visão mais relacionada aos aspectos subjetivos da cultura, a qual reforça a intra-relação entre cultura e a (re) construção das identidades de um povo.

É nessa perspectiva que se compreende a cultura e suas manifestações, enquanto expressões a nível simbólico, da realidade empírica vivenciada pelos segmentos na sua experiência cotidiana. Nesse sentido, a cultura tanto pode ser expressa por elementos tangíveis como casas, museus, igrejas, etc., quanto por aqueles que, transcendendo a uma existência concreta, tornam-se elos entre a contemporaneidade e um passado socialmente produzido, ou seja, diz respeito a um patrimônio espiritual.

Os entrelaçamentos dos bens construtores das identidades locais, regionais, ou nacionais, emergem no contexto turístico como elementos de atratividade, sugestionando uma discussão acerca das formas de difusão das culturas – que na contemporaneidade revestem-se de um caráter global, notadamente no que se refere ao seu aproveitamento como bem de consumo turístico.

Dicas para se tornar um bom guia turístico

Viajar pelo mundo, conhecer lugares e culturas: ser um guia turístico é uma profissão que atrai muitas pessoas. A possibilidade de ampliar o conhecimento através da viagem e fazer disso o “ganha pão” brilha os olhos de muita gente. No entanto, apesar de parecer fácil, tornar-se um guia turístico demanda requisitos e características bastante específicos e que fazem a diferença no perfil do profissional. Gostar de viajar – nem de longe – é o principal deles.

Mas, se você realmente acredita que se encaixa nesse ramo e quer saber mais sobre como se tornar um guia turístico de sucesso, nesse post, listamos pra você 4 dicas que podem te ajudar nesse caminho. Confira!

1. Conhecimento

Conhecimentos básicos de História, Geografia, cultura local, gastronomia são somente a base: quanto mais um guia turístico dominar sobre essas áreas, melhor será seu desempenho.

Assim como outras profissões, é preciso estar atualizando-se frequentemente através da presença em cursos, palestras, workshops e, é claro, da graduação em Turismo, que oferecerá toda a base para atuação.

2. Empatia

Essa é uma habilidade que, muitas vezes, não se aprende nas salas de aula. Ela precisa ser praticada diariamente e, ainda assim, nunca se chegará a perfeição.

Muito além do sorriso constante e a “prontidão” às perguntas dos turistas, é preciso identificar-se com cada tipo de público, colocando-se no lugar dos turistas, criando uma relação de confiança para que se sintam à vontade e aproveitem a viagem.

3. Preparação física

Achou estranho? Mas, é isso mesmo. É preciso estar com o condicionamento físico a toda e cuidando da alimentação para atuar como guia turístico. Afinal, serão muitas caminhadas, passeios, mudanças de clima, que se não cuidados, podem acarretar cansaço, fadiga e, até mesmo, doenças.

4. Disponibilidade

Com o bônus, há também o ônus: um guia turístico precisa estar disponível para as mais diversas horas, se necessário, levantando cedo e indo dormir tarde a fim de garantir que seu grupo de turistas tenha uma viagem pra lá de inesquecível.

Guia de turismo – Profissão turismo

O guia de turismo é o profissional responsável por **acompanhar e orientar grupos de pessoas** que estão viajando, seja em excursões, viagens internacionais ou qualquer outro tipo de viagem.

Esses profissionais também são responsáveis por **ajudar na montagem do roteiro e organizar as atividades** que serão feitas durante o dia garantindo que você conheça os melhores pontos turísticos que a cidade oferece. Geralmente são muito **bem humorados** e no decorrer dos trajetos vão de forma muito criativa contando as histórias e lendas do lugar.

A **profissão de guia** está regulamentada pela Lei 8.623/93 e o guia de turismo tem de ser um **profissional qualificado** e cadastrado no **Ministério do Turismo** pelo Cadastur para poder exercer a profissão. Inclusive tem de ser um profissional registrado no mínimo como autônomo na prefeitura daquela cidade.

O **guia de viagem** tem uma grande responsabilidade na hora de conduzir os grupos, manter a ordem da viagem, passar as orientações necessárias e propor atividades que estejam de acordo com o perfil do grupo.

Eu digo que o **sucesso de uma viagem em grupo** muitas vezes está nas mãos do guia de turismo. Por exemplo, não adianta propor atividades radicais para um grupo de viagens da terceira idade. Ou então atividades muito paradas para excursões de alunos. O guia tem de ser preciso na proposta de roteiros.

Classificação do guia de turismo

A **profissão de guia de turismo** pode ser classificada da seguinte forma:

- **Guia regional:** o profissional pode atuar no estado em que foi registrado, na sua cidade e região;
- **Guia especializado em atrativos naturais:** esse profissional também é conhecido como guia ecológico e pode atuar somente na unidade de federação onde foi cadastrado;
- **Guia nacional:** esse guia pode trabalhar em toda a América do Sul e território nacional e é muito conhecido por ser o guia de excursão;
- **Guia internacional:** esse guia atua no exterior, mas para isso é necessário o conhecimento de outro idioma.

Turismo e segurança, uma relação virtuosa

Turismo e segurança estão diretamente ligados. Afinal, ao mesmo tempo em que o viajante privilegia os destinos seguros, o aumento da circulação de pessoas nas ruas e monumentos tende a ampliar a sensação de estarmos em segurança. Estimular o círculo virtuoso entre turismo e segurança é dever dos estados e municípios e de todo cidadão.

A segurança é um bem coletivo, que antes de tudo é voltado ao cidadão, mas do qual o turista usufrui diretamente. Pensar em segurança inclui esforços de gestão para promover a integração entre as diversas instituições públicas e investimentos no uso de sistemas inteligentes e novas tecnologias.

Os maiores destinos turísticos do mundo entenderam a importância do tema e montaram aparatos com profissionais e equipamentos especializados prontos para atender aos viajantes. Garantir a sensação de segurança é fundamental para o desenvolvimento do setor e a consequente geração de emprego, inclusão social e aumento de renda das famílias.

Ser percebido um destino seguro é uma tarefa extremamente complexa e importante. Para tratar do tema o governo do Rio de Janeiro organizou a primeira Conferência Nacional de Segurança Turística. Um evento que reúne comandantes de batalhões especializados, gestores públicos e sociedade. Os envolvidos terão a oportunidade de trocar experiências exitosas e unir esforços em prol dos destinos turísticos nacionais, enfrentando o grande desafio de colocar o Brasil no topo dos destinos turísticos mais desejados e consumidos do mundo.

Ao longo dos anos, estados e municípios avançaram nas ações de proteção ao turista com a criação de pelotões, delegacias especializadas e outras iniciativas. O Rio de Janeiro, principal destino de lazer do país e ícone do turismo nacional, inovou durante a Copa do Mundo com o SOS Turista, um programa de apoio integral ao visitante, que reúne representantes das forças policiais civil e militar e órgãos de defesa do consumidor.

São iniciativas que ajudam a aumentar a sensação de segurança nos destinos turísticos e servem de fontes de informações, orientação e de cuidado com o visitante. Temos a chance de aliar segurança com hospitalidade, o nosso atributo mais ressaltado pelos turistas. Afinal, sabemos que os policiais são tomados como referência na prestação de informações ao visitante e que são essenciais para que uma cidade seja mais hospitaleira. Ou seja, a segurança também acolhe.

A capacidade de garantir a tranquilidade de turistas e cidadãos em situações de grandes aglomerações foi colocada à prova com a realização dos megaeventos captados pelo país nos últimos anos. Ao final da Copa do Mundo, que atraiu cerca de um milhão de estrangeiros e colocou mais de três milhões de brasileiros em circulação pelo país, a avaliação é de que o evento ocorreu em clima de serenidade.

Como resultado desse esforço o item segurança foi um dos mais bem avaliados pelo turista estrangeiro da Copa, com 92% de aprovação, segundo pesquisa do Ministério do Turismo/Fipe. Assim como 95% dos visitantes manifestaram a intenção de retornar ao Brasil e os Jogos Olímpicos são a principal motivação para 65% deles.

Os avanços que tivemos na integração das forças de segurança, nos sistemas de inteligência e no controle integrado são uma demonstração de que o Brasil e os vários municípios podem evoluir ainda mais, tornando a segurança um forte atributo do produto turístico brasileiro.