

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

TURISMO NA ESCOLA



**MATERIAL DE APOIO AOS DOCENTES NA DISCIPLINA
"TURISMO" NA REDE ESTADUAL DE ENSINO**



INTRODUÇÃO

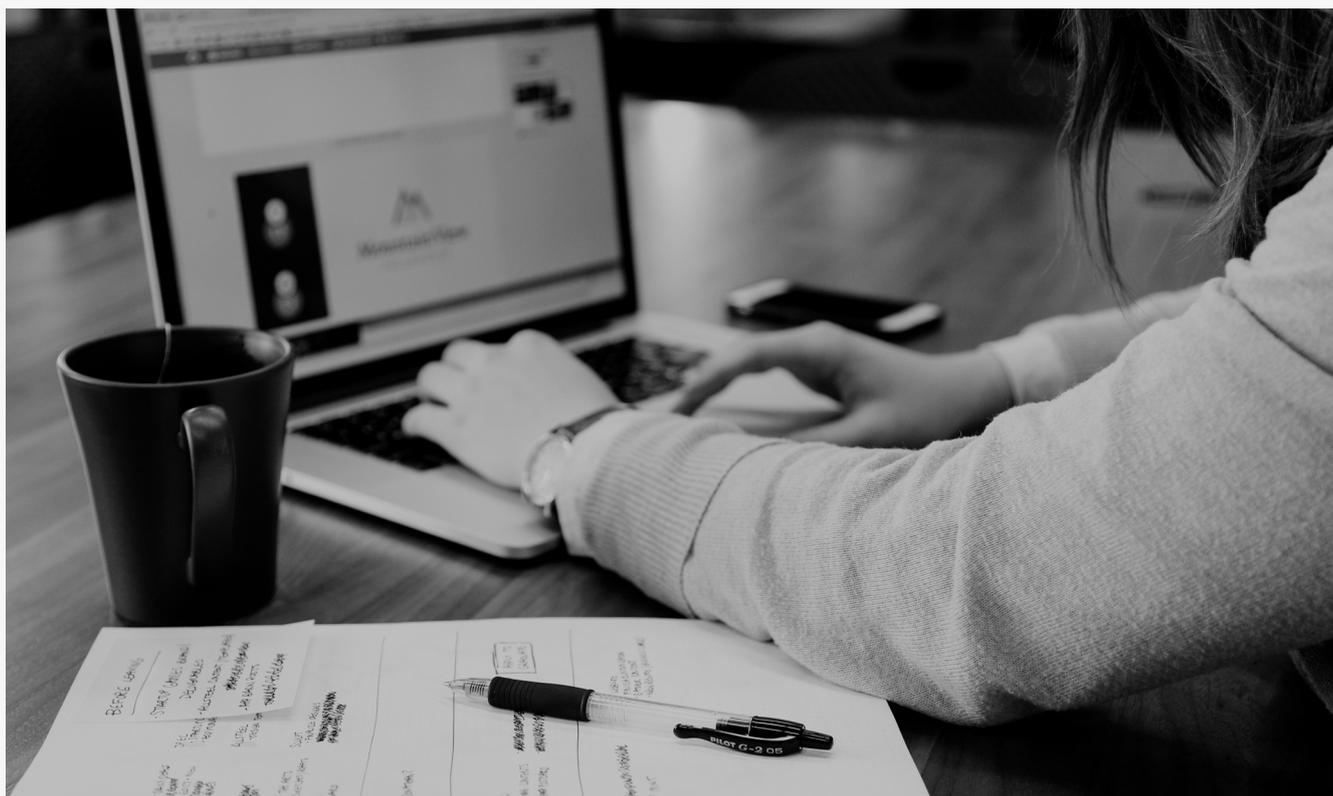
APRESENTAÇÃO

Este material foi elaborado para você, professor/professora, ter uma base dos conceitos básicos relacionados ao Turismo e apresentar algumas sugestões de atividades.

O objetivo é que este material sirva como referencial para o desenvolvimento da disciplina eletiva

“-----”.

Vale destacar que o projeto Educação para o Turismo é fruto do trabalho do Governo do Estado de São Paulo, através das Secretarias Estaduais da Educação e de Turismo.



CONCEITUAÇÃO BÁSICA

Agências de receptivo: Empresas que têm como principal atividade a venda e a operação direta de serviços turísticos em um ou mais destinos, tais como: passeios, traslados, city tour, entre outros. (MTur, 2010)

Agências de turismo: Pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente. (Art. 27, Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008)

Agente local: Profissional que atua de forma direta ou indireta nas atividades turísticas e se encontra envolvido no planejamento turístico de sua localidade, demonstrando comprometimento e dedicação nas atividades que executa. (MTur, 2011)

CONCEITUAÇÃO BÁSICA

Agentes de turismo: Empresas que vendem pacotes turísticos, passagens aéreas, estadas em hotéis e excursões para o turista que quer deixar seu local de origem. (MTur, 2007)

Atividades econômicas: Atividades produtivas capazes de motivar a visita turística e provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos (fabricação de cristais, agropecuária, extrativismo). (MTur, 2007)

Atrativos culturais: Elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura, representados por suas formas de expressão; modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, os objetos, os documentos, as edificações e demais espaços para destinos diversos; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (MTur, 2007)

Atrativos naturais: Elementos da natureza que atraem fluxos turísticos (serras, rios, praias, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna e tantos outros). (MTur, 2007)

Atrativos turísticos: Locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas. (MTur, 2007)

Capacidade de carga ou de suporte: Nível ótimo (máximo aceitável) de uso que uma área pode receber com alto nível de satisfação para os usuários (turistas, visitantes) e mínimos efeitos negativos sobre os recursos. (MTur, 2007)

Demanda potencial: Todos que têm perfil para consumir os produtos turísticos do destino, porém que não viajam por motivos diversos (falta de tempo, falta de disponibilidade financeira, falta de conhecimento do destino etc.). (MTur, 2010)

Demanda real: Número de pessoas que efetivamente viajam para um destino ou localidade. (MTur, 2010)

Demanda turística: Conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias. (MTur, 2010)

Destino turístico: Local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos. (MTur, 2007)

Destino turístico inteligente: Espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes. (MTur, 2018)

Equipamentos turísticos: Conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Incluem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços turísticos. (MTur, 2018)

Eventos: Acontecimentos de caráter técnico-científico, entre os quais se incluem congressos, convenções, conferências e reuniões diversas. (MTur, 2018)

Fluxo turístico: Todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção. (MTur, 2007)

Guia de Turismo: Profissional que exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas. (Art. 2º, Portaria nº 27, de 30 de janeiro de 2014)

Infraestrutura de apoio ao turismo: Conjunto de obras, de estrutura física e serviços que proporciona boas condições de vida para com a comunidade e dá base para o desenvolvimento da atividade turística: sistemas de transportes, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, arruamento, sistema de comunicação, sistema educacional etc. (MTur, 2006)

Infraestrutura turística: Conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele. (MTur, 2007)

Meios de acesso: Formas e facilidades disponibilizadas para que os visitantes possam chegar ao município, utilizando-se das modalidades de transportes existentes (terrestres, aéreos, hidroviários) e dos respectivos terminais de passageiros e serviços complementares. (MTur, 2007)

Meios de hospedagem: Empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária. (Art. 23, Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008)

Mercado emissor: De onde vem o turista, podendo ser regional, nacional ou internacional. Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada. (MTur, 2011)

Mercado receptivo: Conjunto de bens, serviços, infraestrutura e atrativos, dentre outros aspectos, que atende os indivíduos que adquiriram o produto turístico. Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada. (MTur, 2011)

Mercado turístico: Encontro e relação entre a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda, individual ou coletiva, interessada e motivada pelo consumo e o uso destes produtos e serviços. (MTur, 2007)

Nichos de mercado: Subsegmentos dentro dos segmentos de demanda. O nicho é um grupo de consumidores caracterizados por ter necessidades ou expectativas específicas, diferente das necessidades do resto do segmento. (MTur, 2010)

Oferta turística: Conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizados em atividades designadas turísticas. (MTur, 2007)

Operadores de turismo: Empresas que têm como função principal a montagem de pacotes de viagem, com serviços de transporte, acomodação, atrativos e, eventualmente, alimentação. São também conhecidos como atacadistas, pois fazem a negociação da compra dos serviços diretamente com os produtores, visando à obtenção de preços diferenciados. Na maioria das vezes, não fazem a venda para o público final. Passam os pacotes para os agentes de viagem que, por sua vez, comercializam o produto. (MTur, 2007)

Organizadoras de eventos: Empresas que têm por objeto social a prestação de serviços de gestão, planejamento, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria de eventos. As empresas distinguem-se em 2 (duas) categorias: (i) as organizadoras de congressos, convenções e congêneres de caráter comercial, técnico científico, esportivo, cultural, promocional e social, de interesse profissional, associativo e institucional. (ii) as organizadoras de feiras de negócios, exposições e congêneres. (Caput e § 1º do Art. 30 da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008)

Potencial turístico: Elementos naturais e/ou antrópicos (aqueles alterados pelo homem) passíveis de aproveitamento turístico. (MTur, 2011)

Produto turístico: Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço. (MTur, 2007)

Promoção turística: Um dos itens do composto de marketing que abrange todas as ferramentas mercadológicas utilizadas para estabelecer comunicação com o mercado, incluindo as técnicas a serem aplicadas para promover o produto turístico e a forma como a promoção será transmitida ao consumidor: imagem, linguagem de comunicação etc. (MTur, 2007)

Região turística: Espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística. (MTur, 2004)

Rota turística: Percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística, sendo considerado como um itinerário com base em um contexto histórico e/ou temático. Na rota, existe uma sequência na ordem dos destinos a serem visitados e possui um ponto de início e um ponto final. (MTur e SEAD/UFSC, 2009)

Roteirização turística: Forma de organizar e integrar a oferta turística do País, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização é voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região. (MTur, 2007)

Roteiro turístico: Itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. (MTur, 2007)

Sazonalidade: Característica da atividade turística que consiste na concentração das viagens em períodos determinados (férias, feriados prolongados) e para o mesmo tipo de região (verão – praia; inverno – montanha/ interior); alta e baixa temporada ou ocupação. (MTur, 2007)

Segmentação do turismo: Forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. (MTur, 2006)

Serviços e equipamentos turísticos: Conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transportes, para eventos, de lazer etc. (MTur, 2007)

Tipos de turismo: Classificados em áreas de interesse específico e que geram demandas de viagem com motivação própria, mas se configuram dentro da dimensão e caracterização de um determinado segmento turístico. É o caso do Turismo Religioso, que está diretamente relacionado com o Turismo Cultural, e por isso é considerado um “tipo de turismo” desse segmento. (MTur, 2010)

Trade turístico: Conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos. (MTur, 2007)

Turismo: Conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros. (MTur, 2007)

Turista: Pessoa que se desloca para fora de seu local de residência permanente por mais de 24 horas, pernoita, por motivo outro que o de não fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda recebida fora da região visitada. (MTur, 2011)

Valor turístico: Conjunto da produção humana material e imaterial, individual e coletiva, fruto de relações sociais historicamente estabelecidas por uma comunidade em sua localidade, as quais são capazes de gerar um sistema organizado que agregue um composto de bens e serviços – como informação, transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, eventos –, fatores climáticos e geográficos, e os elementos das infraestruturas geral e específica. (MTur, 2007)

Viagem: Toda a atividade dos viajantes. Isto é, todo deslocamento de uma pessoa a um lugar fora de seu lugar de residência habitual, desde o momento de sua saída até o seu regresso. Assim, se refere a uma viagem de ida e volta. Em geral, se compõe de visitas a vários lugares. (MTur, 2018)





SEGMENTOS DO TURISMO

Ecoturismo: Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur, 2006)

Turismo acessível: Termo técnico para definir a possibilidade e condição do portador de deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico. (MTur, 2009)

Turismo cinematográfico: Deslocamentos motivados para a visitação a locais ou atrações que tiveram aparição no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que está inserido, sendo considerado um tipo de turismo específico do segmento cultural. (MTur, 2010)

Turismo cultural: 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. (MTur, 2006)

Turismo de aventura: Movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. (MTur, 2006)

Turismo de bem-estar: Atividades turísticas motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde realizada por meio de tratamentos acompanhados por equipes de profissionais de saúde especializados, que visam a diminuição dos níveis de estresse, além da aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada e até mesmo a prevenção de determinadas doenças. (MTur, 2010)

Turismo de esportes: Atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas. (MTur, 2006)

Turismo de estudos e intercâmbio: Movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional. (MTur, 2006)

Turismo de negócios e eventos: Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. (MTur, 2006)

Turismo de pesca: Atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora. (MTur, 2006)

Turismo de saúde: Atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos. (MTur, 2006)

Turismo de sol e praia: Atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor. (MTur, 2006).

Turismo étnico: Atividades turísticas decorrentes da vivência de experiências autênticas em contatos diretos com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. (MTur, 2006)

Turismo místico e esotérico: Atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos. (MTur, 2006)

Turismo náutico: Utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística. (MTur, 2006)

Turismo religioso: Atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados a religiões institucionalizadas. (MTur, 2006)

Turismo responsável: Busca atuar no âmbito dos preceitos da ética e da responsabilidade socioambiental e parte da compreensão e da promoção dos valores éticos comuns à humanidade, num espírito de tolerância e de respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais. (MTur, 2018)

Turismo rural: 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. (MTur, 2006)

Turismo social: Forma de conduzir e praticar a atividade turística com vistas a promover a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão. (MTur, 2006)



TIPOS DE EVENTOS

Eventos culturais: Englobam as manifestações temporárias. Incluem-se nesta categoria os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronômicos, exposições de arte, de artesanato e outros. (MTur, 2006)

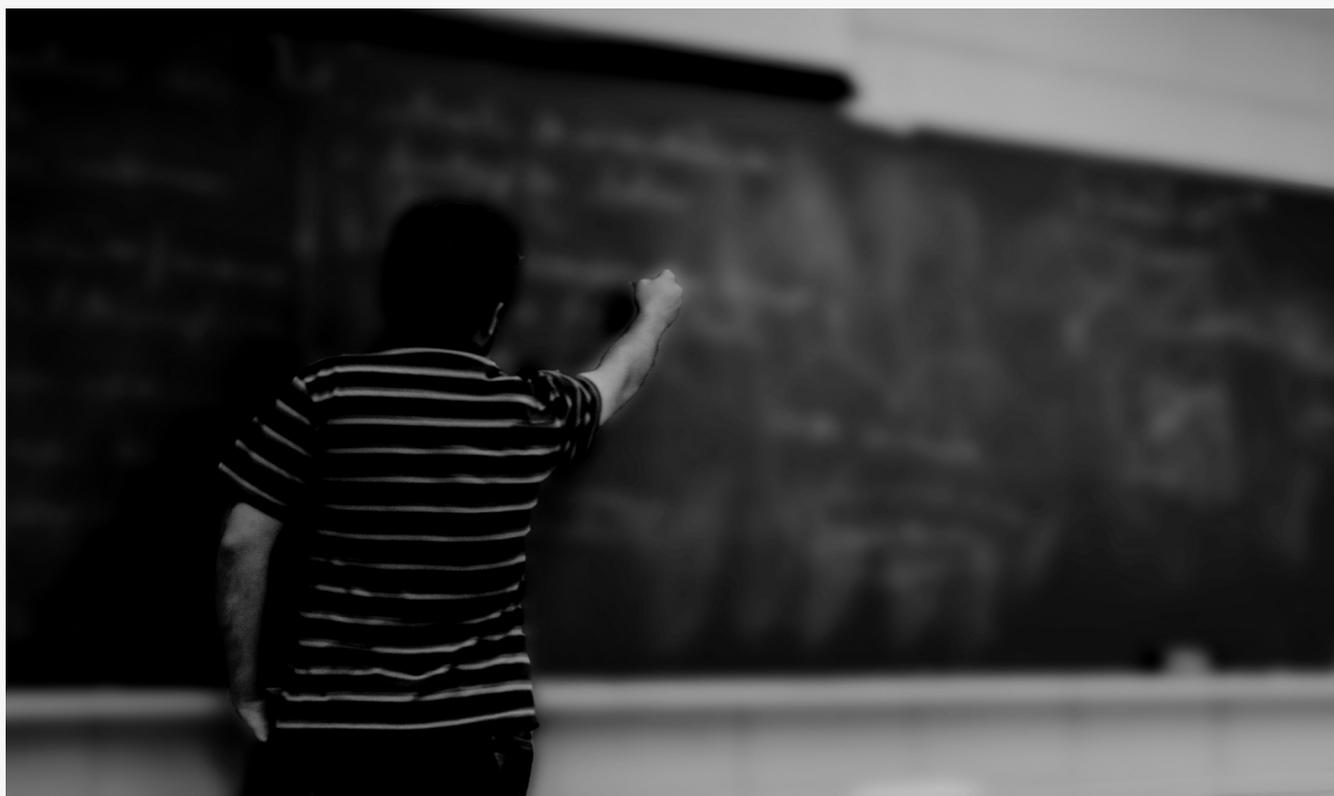
Eventos promocionais: Eventos realizados apenas para divulgação institucional ou de apoio às estratégias de marketing. (MTur, 2010)

Eventos sociais: Eventos que envolvem assuntos próprios da sociedade, comunidade ou agremiação, com vistas ao bem comum. (MTur, 2010)

Eventos técnicos e científicos: Eventos que abarcam especialidades, processos, habilidades, domínio de uma prática, arte ou ciência. (MTur, 2010)

Eventos turísticos: Eventos de notório conhecimento popular e geradores de fluxo de turistas. Muitas vezes constituem-se como uma das principais motivações de viagens para os destinos brasileiros, gerando atratividade para períodos específicos e contribuindo para a diminuição da sazonalidade. (MTur, 2015)





SUGESTÕES DE ATIVIDADES

Seja um monitor local!

Divididos em grupos, os alunos deverão fazer um levantamento dos principais atrativos turísticos da cidade. Para facilitar a tarefa, cada grupo deverá pesquisar um segmento turístico diferente. Depois de cumprida essa tarefa, os alunos deverão organizar uma visita no centro ou em algum atrativo específico que seja “símbolo” do município.

Sugere-se após a formatação do roteiro, agendar um estudo do meio, conduzido por um Guia de Turismo.

Favorece a visão didática da necessidade de conscientização e valorização das características do município e importância para o Turismo.

2 – Painel de fotos

Junto com os alunos, organizar uma visita pela cidade e fotografar os atrativos. Ao retornar ao ambiente escolar, montar um painel de fotos e expô-lo.

A atividade pode ser aliada à disciplina de Geografia, na temática sobre paisagem local, orientação geográfica e produção dos lugares.

3 – Convivência com os turistas

É de suma importância que os alunos percebam que os turistas são muito importantes, pois o dinheiro gasto por eles na cidade para pagar hospedagem, refeições, com a compra de presentinhos é o mesmo dinheiro utilizado pelos munícipes para pagar suas contas, comprar alimentos, roupas etc. Portanto, é necessário tratar os turistas com muito respeito e carinho. Todos devem fazê-los sentirem-se bem durante a estadia na cidade. Se os turistas deixarem de visitar a cidade, não virá o dinheiro necessário para o sustento dos comerciantes.

Por meio de teatro, simular o bom e o mau atendimento ao turista. Após as simulações, fazer uma análise conjunta sobre as situações demonstradas. Em qual delas o turista foi bem acolhido/atendido? Quais as consequências? Como gostariam de ser tratados? Como tratam os turistas?

4 – Reflexão

Ler o texto e propor uma roda de conversa para reflexão: “Quando recebemos uma pessoa de outra cidade em nossa casa, o dono da casa se prepara para recebê-la:

Arruma a cama, limpinha, cheirosa e confortável para a visita descansar;
Faz compras na feira e no mercado para preparar uma boa comida;
Programa as visitas na cidade;
Deixa um lugar reservado para que a visita guarde suas roupas e objetos pessoais;
Faz limpeza na casa;

Deixa um cestinho de lixo;

Orienta a pessoa que está visitando como a casa funciona e mostra todas as facilidades para que ela se acomode;

O dono da casa conta para as outras pessoas que moram na casa que haverá um hóspede naqueles dias e como devem fazer para deixa-lo à vontade.

Se a casa estiver preparada, os moradores informados e o hóspede souber dos detalhes de sua visita, tudo saíra bem. A pessoa se sentirá acolhida e feliz. Assim,manterá tudo em ordem.

Porém, se ninguém orientar a visita ou os moradores, as coisas não sairão bem: a visita deixará suas coisas fora do lugar e o lixo espalhado.

Por isso, dizemos que é responsabilidade dos donos da casa prepararem tudo para bem receber a visita. O mesmo ocorre com nossa cidade.

Os munícipes devem cuidar para bem receber os turistas e deixá-los felizes.

Assim, eles ajudam a economia e, no futuro, voltam a visitar a cidade”.Durante a roda de conversa, estimular os alunos a refletir sobre como os turistas são atendidos nos estabelecimentos comerciais da cidade e como são vistos pela população.

Elencar pontos positivos e negativos.

5 – Entrevista com um Profissional do Turismo

Convidar um Profissional do Turismo para uma palestra sobre o tema Turismo Responsável(ou outro tema de interesse do grupo).

6 – Leitura e interpretação de mapas

Pode-se citar algumas formas de se trabalhar com mapas:

Se a cidade tiver disponível, utilizar um mapa turístico da cidade para trabalhar com os alunos como ler e se orientar por um mapa.

Utilizar o mapa do Estado de São Paulo para localização da cidade.

Características gerais dos mapas:

- Representação plana;
- Geralmente em escala pequena;
- Destinados para localização.

Cada mapa expressa um ou mais temas. Inicialmente, deve-se utilizar mapas de fácil leitura como: divisão política do Estado de São Paulo e mapas turísticos pictóricos (que contêm símbolos que lembram os objetos reais representados).

Pode-se dizer que um mapa é a representação no plano, normalmente em escala pequena, dos aspectos geográficos, naturais, culturais e artificiais de uma área tomada na superfície de uma figura planetária, delimitada por elementos físicos, político-administrativos, destinada aos mais variados usos, temáticos, culturais e ilustrativos.

Saber ler um mapa e compreender as informações que ele contém é de fundamental importância para o Turismo.

Inicie sua explanação sobre a importância da leitura, análise e interpretação das informações que um mapa contém, para a compreensão do espaço geográfico.

Questione os alunos sobre: Qual o título do mapa? / Qual a escala utilizada?

Verifique a equivalência de um centímetro em quilômetros no mapa. Avaliar o tamanho da região representada. Onde está a orientação?

Mostre onde está a indicação do Norte, por meio de seta ou da localização, no globo, com as linhas imaginárias (meridianos e paralelos). Existe legenda? Para que ela serve?

Mostre que a legenda serve para identificar as informações mapeadas, principalmente no mapa turístico. Procurar explicar os fenômenos observados na análise do mapa, com o conhecimento de informações não contidas nele, ou comparando esse documento com outros mapas.

Para representar dados num mapa é necessário que sejam localizáveis, ou seja, que tenham um endereço geográfico. As informações geográficas podem ser representadas, numa folha de papel, de três maneiras diferentes: por meio de pontos, símbolos ou linhas. Os elementos espaciais com localização precisa (cidades, indústrias, pontos turísticos, etc.) são representados por meio de pontos ou símbolos pontuais. Os elementos espaciais tais como rios, fronteiras ou estradas requerem uma representação por linhas.

Objetivos:

- a) Desenvolver a capacidade dos alunos de se orientar e localizar através de sistemas de referência e de outras convenções mundialmente aceitas.
- b) Estabelecer relações espaciais a partir de diferentes fenômenos representados.
- c) Fazer a leitura de mapas simples a partir do uso de convenções e referências, como escala, orientação, legenda, entre outras.
- d) Desenvolver a capacidade de ler e interpretar mapas.

Estratégias:

- a) Apresentar as cores e os seus usos num mapa. Utilizar um Atlas para demonstrar a maneira como as cores quentes e frias são usadas. Integrar com a disciplina Educação Artística.
- b) A partir de mapas em branco, pedir para os alunos escreverem as informações básicas necessárias num mapa (escala, orientação, título) e pintá-los. Os mapas utilizados devem, de preferência, corresponder aos temas que serão desenvolvidos em sala de aula, para que sejam objeto de análise e para valorizar sua importância.

c) Ler e utilizar mapas para melhorar o entendimento sobre um determinado objeto de estudo.

Importante: adaptar a atividade de acordo com a idade dos alunos.

7 – Pesquisa de Opinião Pública

Levar os alunos a um Centro de Atendimento ao Turista ou um atrativo turístico do município para aplicar uma pesquisa de demanda turística.

Roteiro de pesquisa - Para o turista:

Bom dia! / Boa tarde! Meu nome é _____. Sou aluno do __ ano, da Escola _____. Minha turma está realizando uma pesquisa com os visitantes de nosso município para conhecermos a sua opinião. Podemos contar com sua colaboração?

Sexo do entrevistado: (não precisa perguntar, apenas anote)

() Masculino () Feminino

Estado Civil

() Solteiro

() Casado

() Separado

() Viúvo

Qual sua idade? _____

Onde o Sr/Sra reside?

Cidade: _____

Estado: _____

País: _____

Qual o meio de transporte utilizado na viagem?

() Carro de passeio próprio

() Carro de passeio locado

() Táxi

() Ônibus fretado

() Ônibus de linha regular

() Outros: _____

Como viajou?

- Sozinho
- Família
- Amigos
- Excursão

Quanto tempo ficará na cidade?

- Meio dia
- Um dia
- Final de semana
- Uma semana
- Mais de uma semana
- Um mês
- Um ano
- Outro período: _____

Qual o meio de hospedagem utilizado?

- Hotel
- Pousada
- Camping
- Casa de parentes ou amigos
- Outros: _____

Fez refeições na cidade?

- Sim
- Não

Se sim, onde?

- No lugar onde está hospedado
- Restaurante
- Bar / lanchonete / similares
- Outros: _____

Qual o principal motivo desta viagem?

- Negócios
- Visita à parentes ou amigos
- Turismo
- Outros: _____

Há alguma coisa que poderia tornar a cidade mais atraente?

Sim

Não

Se sim, o quê?

Quanto o(a) sr(a) gastou ou pretende gastar com artesanato, doces, presentinhos?

R\$ _____

Antes de chegar, qual era a sua expectativa em relação aos atrativos da cidade?

Antes desta viagem, o(a) sr(a) se lembra de ter visto alguma propaganda sobre a cidade?

Sim

Não

Em caso afirmativo, onde?

Jornal

Rádio

TV

Revista

Outros: _____

Agora que passou pela cidade, qual sua opinião sobre ela?

Excelente

Boa

Regular

Ruim

Qual sua opinião em relação à hospitalidade da cidade?

Excelente

Boa

Regular

Ruim

Está satisfeito em relação a forma como foi tratado na cidade?

Sim Não

Por quê?

Voltaria mais vezes à cidade?

Sim Não

Tem algo que poderia melhorar?

Sim Não

O quê?

Obrigado(a)!

Entrevistador(a): _____

Data:

___/___/___

Roteiro de pesquisa - Para o morador:

Há quanto tempo o Sr(a) reside em _____?

- () 01 mês a 01 ano
- () 02 a 06 anos
- () 07 a 10 anos
- () 10 a 20 anos
- () Mais de 20 anos
- () Desde que nasceu

O(A) Sr(a) acredita que a cidade tem condições de receber turistas?

- () Sim
- () Não
- () Não soube responder

Por quê?

Qual(is) local(is) o(a) Sr(a) acha que um turista gostaria de visitar?
(Especificar o nome e a localização)

O que deveria ser feito na cidade para receber bem o turista?

Em sua opinião, quais benefícios os turistas trazem para a cidade?

Em sua opinião, quais efeitos negativos os turistas trazem para a cidade?

O Poder Público contribui o suficiente para o desenvolvimento da atividade turística na cidade?

() Sim () Não

Obrigado(a)!

Entrevistador(a): _____

Data:

___/___/___

Orientações:

As perguntas acima citadas devem ser utilizadas de acordo com o perfil dos alunos. Não é necessário utilizar todas as questões. O ideal é um questionário de até 10 perguntas, além da identificação do entrevistado.

A tabulação dos dados deve ser feitas de forma simples e trabalhada juntamente com a disciplina de Matemática.

É importante questionar os alunos sobre as diferenças entre o turista que foi bem tratado e o turista que foi desrespeitado na cidade. Será que ele voltaria à cidade? Se o turista não voltar, quem sai perdendo?

Considerar uma dramatização após a pesquisa sobre como os prestadores de serviço têm lucro ou prejuízo devido às notícias que correm entre os turistas que foram bem ou mal atendidos, para efeitos de comparação.

Também há a possibilidade de uma apresentação criativa dos dados coletados. A duração da atividade pode ser de um a três meses, entre as fases de preparação dos alunos, estudo do meio, aplicação da pesquisa, tabulação dos dados, apresentação dos resultados e dramatização. O tempo de aplicação da atividade pode ser definido pelo professor.

É importante que todas as disciplinas estejam envolvidas nessa atividade e que o trabalho não se resuma à sala de aula, mas possa haver uma apresentação para a comunidade.

8 – Profissões do Turismo

Trabalhar com os alunos o nome das profissões ligadas ao Turismo, tais como: motorista de ônibus rodoviário, funcionários do hotel, funcionários dos restaurantes, guia de turismo, agente de viagens etc.

Salientar que os serviços devem ser prestados aos turistas por pessoas bem treinadas, por bons profissionais e dedicados à atividade.

Atividade com os alunos mais jovens pode através de desenhos. Com os demais, trabalhar os vocábulos relacionados, produção de textos, confecção de peças visuais etc.

9 – Comparação de fotografias

Apresentar duas fotos de um atrativo turístico da cidade, sendo uma foto antiga e uma atual. Questionar os alunos sobre:

- Quais as principais mudanças?
- O que ocorreu na área ao longo dos anos?

Trabalhar as intervenções humanas e os fenômenos naturais ocorridos na área.

10 – Turismo Responsável

Trabalhar o conceito de Turismo Responsável, ressaltando a relação do Turismo com a Economia, com o Trabalho, com a Preservação Ambiental e do Patrimônio.

Segundo a Associação Italiana de Turismo Responsável (Associazione Italiana Turismo Responsabile): “Turismo Responsável é aquele realizado segundo os princípios da justiça social e econômica, com pleno respeito ao ambiente e às culturas. Reconhece o papel central da comunidade local receptora e o seu direito de ser protagonista no desenvolvimento do turismo sustentável e socialmente responsável de seu próprio território. Favorece a positiva interação entre a indústria do turismo, as comunidades locais e os turistas”.

A conscientização e valorização dos aspectos que formam a identidade do município levam o aluno a se comprometer com a preservação das características locais, divulga-las e, principalmente, preparar-se para bem receber os turistas.

Em roda de conversa, pedir aos alunos compartilharem as características do município que eles mais valorizam e fazer uma relação de todas na lousa, em um cartaz, em um local visível.

Enfatizar as questões:

- Como ser um bom anfitrião?
- Quem faz a imagem da cidade? O morador? O turista? O Poder Público?
- Como é criada essa imagem da cidade?
- Sua contribuição e participação como cidadão vai fazer a diferença?
- Que novas atitudes a população deve adotar?

11 – Jogo Fases do Turismo

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

Peças:

- 1 tabuleiro
- 1 dado
- 6 pinos em cores diferentes
- 34 fichas numeradas

Instruções para montagem do material:

O tabuleiro poderá ser construído em papel sulfite ou cartolina e deverá ter 40 casas, divididas em 4 partes. Pode-se construir cada parte em folhas separadas ou tudo numa grande cartolina, identificando as fases com cores diferentes.

Cada uma das quatro partes, representa uma fase da história do turismo. Cada uma das casas, contará um pouco dessa história e terá uma tarefa atribuída, escrita nas fichas numeradas.

Regras para jogar:

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

Fases do Turismo e tarefas do tabuleiro:

Primitivo

1 - Peregrinos e Romeiros – Século VIII a.C. – Olimpíadas: jogos realizados para homenagear os deuses gregos, início da hospitalidade. Corra quatro casas.

2 – Heródoto viajou pelo mundo para conhecer os costumes e a forma de vida dos outros povos. Início da ideia de viajante. Viaje duas casas.

3 – Romanos, durante o império, viajavam desde o Báltico até a China, seguindo as rotas conhecidas. Surgem as primeiras estradas e estalagens.

4 – Descoberta dos valores curativos das águas quentes e medicinais. Surgimento do termalismo. Aproveite as termas e fique uma rodada de molho.

5 – Na Idade Média, as estradas se tornaram perigosas, poucos viajavam. Fique ligado! Volte uma casa.

6 – Marco Polo (1254-1324) viajou para o Oriente. Com seus relatos, difundiu costumes orientais no Ocidente. Figura polêmica.

7 – Peregrinos moviam-se para lugares santos por motivos religiosos. Eram budistas, cristãos, muçulmanos e outros, aumentando as informações sobre as viagens. Ande uma casa.

8 – No século XV, a navegação e os conhecimentos sobre as viagens ganharam novos impulsos. Aumenta o fluxo de viagens. Prepare-se para viajar, avance uma casa.

9 – No século XVIII, para completar seus estudos, os ingleses realizavam viagens ao continente europeu. Tais percursos ficaram conhecidos como Grand Tour, por serem viagens circulares. Daí a origem de turista e turismo. Faça um tour na casa anterior.

Elitista

10 – Início do século XIX: aparecimento do transporte ferroviário. Aumenta o número de viajantes. Pegue um lenço e dê adeus ao passado.

11 – Thomas Cook organiza a primeira viagem de turismo para um congresso antialcoólico na Inglaterra (1841). Você está bêbado, avance uma casa e comporte-se como tal.

12 – 1845: aparece o primeiro guia impresso para uso de clientes. Novidade: você se perdeu, volte uma casa.

13 – 1870: Thomas Cook organiza a primeira viagem de volta ao mundo. E você embarcou nessa: ande três casas.

14 – 1890: Cesar Ritz moderniza a hotelaria, criando hotéis com banhos nos apartamentos. Até que enfim! Ande duas casas.

15 – Inicia-se a procura por banhos de mar em locais frios, com banhistas ainda usando trajes do dia-a-dia, antes da criação da roupa de praia. No final do século XIX, há uma busca pelas praias quentes, popularizando os locais de veraneio no Mediterrâneo. Boa nadada! Ande uma casa.

16 – Século XX: ressurge o termalismo como forma de turismo, mas entra em decadência no final do século. Como a água está quente, fique no banho uma rodada.

17 – Aparecem os primeiros cassinos em Monte Carlo, transformando-se em atrativos do turismo. Jogue “par ou ímpar” com alguém do seu lado. Se ganhar, ande duas casas; se perder, volte três.

18 – Surgem as férias de inverno: descanso nas montanhas e esportes na neve. Avalanche! Volte três casas.

Transição

19 – 1910: Santos Dumont sobrevoa Paris, iniciando uma nova era nos transportes. Dê um pulo e bata asas: você voou três casas.

20 – 1914: acontece a 1ª Guerra Mundial. Por questão de segurança, poucos viajam. Fique tranquilo, não jogue uma rodada.

21 – 1919-1929: ressurge o fluxo turístico ao fim da 1ª Guerra Mundial, porém é novamente desmotivado pelo crash da Bolsa de Valores de Nova York. Não jogue uma rodada.

22 – Surge o automóvel, generalizando-se o transporte e as estradas de rodagem. Cuidado! Você está preso porque atropelou uma vaca na Índia. Não jogue uma rodada.

23 – Em alguns países, os trabalhadores começam a desfrutar as férias remuneradas, período este aproveitado em viagens. Ande uma casa.

24 – O turismo se populariza, surgindo grande número de agentes e organismos de viagem.

Massa

25 - 1939-1945: Total paralisação do turismo pela ocorrência da 2^a. Guerra Mundial. Ponha um caderno na cabeça e reze.

26 - Surgem os aviões de motor turboélice e os jatos, possibilitando voos mais rápidos e de longa distância. Faça um avião de papel: se voar direito, voe cinco casas.

27 - As montadoras produzem e vendem cada vez mais carros, o que aumenta o número de pessoas viajando com seus próprios veículos. Pegue seu Fusca e ande duas casas.

28 - A construção de hotéis e outros meios de hospedagem com diferentes níveis de conforto e preço possibilita a hospedagem fora do seu domicílio.

29 - Com o aumento da demanda, infraestrutura viária de portos, aeroportos, estradas, marinas etc, cresce e tem grandes melhorias. Sem dinheiro para o pedágio, não dá: volte três casas.

30 - Com o final das linhas marítimas regulares, nascem os cruzeiros marítimos. Verdadeiros hotéis de luxo! Você foi parar no Havaí. Dê uma rebolada.

31 - A recuperação do crescimento deve-se a equipamentos de alta tecnologia. Informações e serviços computadorizados, viagens mais frequentes e mais curtas. Deu pane no computador: volte duas casas.

32 - O agente de viagens é elemento dinâmico do setor de turismo, combinando serviço e venda aos clientes.

33 - 1973: a crise do petróleo diminui o ritmo do crescimento. Abra uma poupança e volte quatro casas.

34 - O turismo é classificado com diversas tipologias: Social, Histórico-cultural, Social, Ecoturismo etc.



BIBLIOGRAFIA

BENI, Mario Carlos. Análise Estrutural do Turismo.

Coleção Caminhos do Futuro. Disponível em

www.dominiopublico.gov.br

FURTADO, Laura Isabel. Introdução ao turismo no Brasil – Cadernos técnicos de turismo. Rio de Janeiro: Infobook, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Cadernos técnicos. Disponível em

www.turismo.gov.br

MINISTÉRIO DO TURISMO. Glossário do Turismo, 2018. Disponível em

www.turismo.gov.br

PAULA, Antonio Henrique Borges. Cadeia produtiva do Turismo. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2015.

TRIGO, L. G. A importância da educação para o turismo. In: LAGE, B. H.

G.; MILONE, P. C. (Orgs). Turismo teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.