

## **MOTIVAÇÕES PARA O TURISMO**

**Djanira Nunes Barbosa**

**Faculdade Machado de Assis  
Santa Cruz - Rio de Janeiro - RJ.**

**Resumo:** O turismo visa uma inter-relação do homem, com o meio onde vive, sua cultura e seus valores, pois ao desprezar essa relação, quebra-se o encanto e o prazer de se consumir turismo. O homem é o centro principal do fenômeno turismo, pois sem o seu desejo de viajar, conhecer novos horizontes, aventurar-se em novas conquistas, não haverá o consumo de bens, serviços e equipamentos, que foram produzidos para bem recebê-lo. É importante que o homem determine o lugar ou lugares que deseja conhecer e o tempo que irá permanecer. Assim sendo, inicia-se sua viagem em busca de prazer, descanso, trabalho e tantos motivos ou motivações que o levam a fazer turismo.

**Palavras-chave: motivações e turismo.**

O turismo é uma atividade que envolve a produção e consumo de bens e serviços em quase todos os lugares do mundo, envolvendo a economia local, fazendo elevar a circulação de dinheiro/divisas, trazendo uma melhoria na qualidade de vida da população local, pois todos os que viajam, seja lá por qual motivo ou objetivos, realizam um deslocamento físico e espacial e este é revertido em gastos e lucros.

O turismo também envolve diversas motivações de viagens. Há aqueles que viajam em busca de novos conhecimentos, de descanso, de cura, de negócios, etc. Há também os que viajam sozinhos, em grupos. Todo esse processo requer que o destino turístico esteja preparado para recebê-lo de maneira eficiente, com qualidade e profissionalismo.

O turismo é uma atividade de prestação de serviços, que movimentando outros setores da nossa economia, que dinamiza a localidade, valoriza as manifestações culturais e faz ressurgir outras, na decorrência, em alguns casos, da atividade turística, gera empregos

diretos e indiretos. Quando a atividade turística se desenvolve, outras atividades econômicas crescem paralelamente.

Não devemos considerar o turismo como um comércio, pois com esse pensamento pode-se cometer crimes contra a humanidade e a natureza, pois o turismo visa muito mais o realizar sonhos e desejos de paz, harmonia e felicidade do turista, do que só visar lucro.

Andrade (1998), diz que: *“Antes de qualquer disposição teórica a respeito do turismo, do turista, dos recursos humanos e dos equipamentos considerados turísticos, deve-se estabelecer o seguinte princípio: o homem, o espaço e o tempo constituem os três pré-requisitos para qualquer reflexão equilibrada a respeito do fenômeno, cuja anatomia conjuntural e sintônica compõe-se de modo compulsório, porque sem sua tríplice existência e sua permanente concorrência não há possibilidade alguma de existir lógica e ontologicamente, qualquer manifestação do fenômeno turístico”*.

Percebe-se que há a necessidade de se analisar os locais turísticos. Esses irão despertar o desejo de consumo. Por isso, é necessário que haja uma preocupação nos locais turísticos, de reciclagem e redimensionamento, de maneira constante, para manter e/ou melhorar suas possibilidades nas dimensões de recepção, ocupação, entretenimento e prestação de assistência eficiente a todos os visitantes que chegarem para usufruir de seus potenciais naturais ou artificiais, por desejo ou necessidade.

Deve-se levar em conta que não se estando modernos ou atualizados no que diz respeito a equipamentos turísticos, pode-se não ter um receptivo bem aproveitado. Levando o homem turista a não permanecer um tempo maior nessa localidade e/ou região turística.

Andrade (1998), afirma que: *“O setor turístico oferece oportunidades de boas alternativas aos empresários que nele investem ou desejam investir, desde que planejem com critério e se estabeleçam em locais convenientes, tanto pela qualidade da oferta e sua especificidade quanto pelo volume da demanda. O sucesso, no entanto, depende muito da qualificação do potencial, dos equipamentos e dos serviços oferecidos ou à disposição do público”*.

O turismo tem uma visão de negócio positivo e lucrativo, que envolve dinheiro/divisas para o mercado interno. Mas, também busca sempre a qualidade, a mão-de-obra especializada, os equipamentos modernos e atualizados.

Os empresários que desejem permanecer no mercado devem ter a preocupação em planejar, selecionar o ramo de sua atividade, ter uma boa administração e uma visão de que as pessoas que viajam, procuram sempre utilizar equipamentos comerciais do setor turístico. O que vem favorecer e garantir o sucesso dos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, lazer. Pois os turistas, viajantes, os clientes, desejam sentir-se entre amigos, pessoas que possam lhes proporcionar: segurança e conforto, para sentirem-se como se estivessem em suas residências, podendo assim descansar, distrair, e relaxar.

Assim sendo, temos o turismo como uma atividade que pode unir e reunir pessoas de diferentes culturas, classes sociais, mas que buscam o mesmo desejo, a mesma motivação. A de buscar novos conhecimentos, buscar cura física e/ou espiritual, descanso ou até mesmo por política.

Andrade (1998), diz: *“As modalidades turísticas existem porque há valores inerentes às formas convencionais e às realidades intrínsecas da própria maneira de ser do turismo. No entanto, as diversas motivações de viagens e, conseqüentemente, os diversos tipos de turismo existem por causa da diversidade de modos de educação, da desigualdade de níveis pessoais, grupais e do próprio poder aquisitivo, além da diversificação etária, das oportunidades e das necessidades atendíveis”*.

O fenômeno turismo desencadeia diversos tipos de turismo e motivações: o de férias (busca-se o lazer), o cultural (novos conhecimentos), de negócios (novos empreendimentos), desportivo (representação em competições esportivas), saúde (cura), religioso (paz espiritual) e etc. Esses diversos tipos de turismo ou motivações turísticas estabelece-se pelas diferentes culturas, educação e até mesmo pelo poder aquisitivo dos turistas. Mas que favorece a diversidade de atividades turísticas que devem estar bem planejadas, a fim de receber os diferentes grupos e públicos.

A beleza do turismo está em estabelecer essa relação de maneira profissional, capaz de atender a diferentes motivos de viagens e realizar de modo eficiente a essas expectativas. Os turistas que viajam por férias, buscam um repouso a que fazem juz, pois trabalharam ou estudaram e nesse momento merecem usufruir desse descanso de maneira a realizarem seus desejos de lazer e prazer, recuperando-se e recompondo suas energias para que no retorno, possam contribuir positivamente em suas atividades profissionais ou educacionais.

Os que viajam em busca de satisfação cultural, encontram nas emoções artísticas, científicas, de formação e de informação, o objetivo para sua realização interior. Pois o turismo cultural se expressa pela motivação do viajante em conhecer, pesquisar e analisar dados de diversas culturas e lugares. Esse turismo pode ser científico ou um turismo de congresso ou de convenções, pois são caracterizados pelos interesses pessoais para com as fontes e os objetos das ciências, os objetivos profissionais-culturais, técnico-operacional, de aperfeiçoamento ou atualização.

Os que viajam a negócios, utilizam os meios de hospedagens, de alimentação e de lazer, para conhecer novos mercados, estabelecer relações comerciais, adquirir novas tecnologias. Isso favorece a atividade turística, pois a demanda é significativa e constante.

Os turistas desportivos exercem atividades específicas, pois suas viagens destinam-se ao acompanhamento, desempenho e participação em eventos desportivo, em seu país e/ou outros países.

Os turistas da saúde buscam um melhor funcionamento do seu físico e psíquico. Utilizam a atividade turística geralmente em estâncias climáticas e hidrominerais. Essa demanda é estável nos receptivos durante quase todo o ano, pois esses turistas se apegam a essas localidades por receberem atenção, carinho, sossego e amizade.

O turista religioso, viaja para uma satisfação espiritual, expressando sentimentos místicos, de fé, de esperança e caridade, relacionadas a religiões. Eles podem fazer turismo de forma individual ou em grupo, irá variar de acordo com os objetivos religiosos.

O homem que é um ser que vive em busca constante interior, de felicidade, de intelectualidade e até mesmo por puro desejo de consumo, consegue reunir uma variedade de motivações para consumir turismo. Com isso é necessário que o homem tenha junto a suas motivações, o desejo de preservação e conservação do produto turístico, para que não só ele, mas outros possam realizar os seus desejos nessas localidades turísticas.

O desejo de evasão do homem é prioridade para a realização de novas conquistas em diversos lugares, por vontade própria, por seu interesse, seu tempo disponível e sua situação financeira. No desejo de conquistas, o homem consegue livrar-se do ambiente em que vive e buscar de forma temporária ou até definitiva outros ambientes que o faça ter paz e felicidade.

A necessidade de evasão, se realiza na busca que o homem tem de trocar o seu ambiente, de conquistar novas relações sociais, conhecer novos amigos, de crescer

interiormente, de dinamizar sua vida, de promover mudança em sua vida ou mesmo quando ele (homem) sente que precisa de uma reciclagem de valores, conceitos ou estratégias de vida.

O espírito de aventura é outra motivação que o homem utiliza para buscar inovações em seus programas, fazendo com que o seu espírito aventureiro encontre diferenciadas atividades, mas com segurança e responsabilidade.

A aquisição de status, é uma motivação que merece atenção. O turismo não é uma prática constante na vida de todas as pessoas. Por isso em determinadas ocasiões pode vir a ser uma maneira de conseguir uma colocação melhor na vida profissional e até mesmo pessoal.

A necessidade de tranquilidade. O turismo vive e sobrevive por si só de maneira a proporcionar paz, tranquilidade, felicidade. Andrade (1998) mesmo diz: *“é a própria indústria da paz e do bem-estar”*. Não há turismo na insegurança, nem nos temores políticos, naturais, em regiões onde ocorra intranquilidade e inquietação.

A motivação cultural - o turismo integra pessoas e as faz participar de maneira ativa e passiva de um processo cultural em diversos países e lugares. O homem no seu desejo e na sua necessidade de adquirir e transmitir cultura, utiliza de modo positivo a atividade turística para a realização do seu desejo cultural, devendo preservar, observar e respeitar as diferentes culturas, para que não haja problemas de aceitação, tornando-se difícil a existência de aculturação.

A motivação comercial - o desejo do homem em possuir, adquirir, consumir melhores bens, o leva a situações diversas, que de acordo com a sua necessidade de aquisição, o faz viajar para apenas fazer compras, adquirir o que a localidade turística pode oferecer de souvenirs, trabalhos artesanais ou produtos regionais, que venham comprovar a existência de sua viagem.

A OMT (Organização Mundial de Turismo), conceitua o turismo como *“qualquer deslocamento voluntário e temporário do homem para fora de sua residência habitual por uma razão diferente que a de exercer uma atividade remunerada. Esse período fora do domicílio habitual dever[*a*] ser superior a 24 horas, simplificando, pelo menos um pernoite e um período máximo de até 90 dias. Contrariamente, segundo a OMT, a pessoa efetuará apenas uma viagem recreacional”*.

Percebe-se em uma visão simples, que o turismo, possa ser uma simples deslocamento do homem para fora de sua residência, por um determinado espaço de tempo, não sendo inferior à 24h e nem superior à 90 dias. Analisa-se então, que turismo deve ser mais abrangente, pois envolve desejos, motivações, equipamentos turísticos, desenvolvimento e crescimento sócio-econômico-cultural de uma localidade. Portanto, deve ser visto como uma atividade capaz de melhorar as condições de vida de uma comunidade, valorizar sua cultura e preservar o meio que nela existe. O turismo é um fenômeno econômico, que se bem planejado e organizado, eleva a auto-estima e gera empregos de forma compensatória. Portanto, é preciso preocupar-se em realizar os desejos dos turistas de maneira eficaz e satisfatória dentro do prazo que for estabelecido de permanência.

Andrade (1998), diz: *“Assim, analisadas as modalidades e definidos os tipos de turismo, faz-se necessário uma reflexão, ainda que rápida, a respeito do conjunto de formas através das quais as pessoas exercem as várias modalidades e os diferentes tipos de turismo.*

*Segundo as sistematizações existentes, aceitas pelos estudiosos e especialistas, existem as seguintes formas de turismo: turismo individual, turismo organizado, turismo social, turismo intensivo ou estacionário, turismo extensivo e turismo itinerante”.*

As motivações para se fazer turismo são muitas, diferem de pessoas, de grupos, mas tem um sentimento positivo, valoriza, personaliza, diferencia e estrutura o homem em sua vida. Pois, no momento em que realiza seus desejos e anseios, o homem sente-se feliz e já planeja novas viagens em busca de novas realizações.

Andrade (1998), afirma: *“Possuidor de desejos, dotado de vontade livre e com possibilidades de satisfazer suas curiosidades e necessidades naturais, o homem sempre procura responder às estimulações e às motivações externas que o convidam ou impelem a ações diversas daquelas nas quais se empenha, de modo costumeiro ou quase permanente.*

*O cotidiano pode ser muito bom e excepcionalmente proveitoso, mas também cansativo e saturante, a ponto de levar indivíduos e grupos à procura dos mais diversos substitutivos - mesmo que temporários -, de variáveis e de alternativas diversas, em busca de sua felicidade ou de alguma coisa que possa representá-la”.*

O dia-a-dia do homem, seus problemas, sua adversidade e suas lutas por conquistas, o faz sentir-se cansado, exausto, responsável por sua existência, sua origem e causas. Tudo

isso o leva a esquecer-se de que ele também faz parte de um universo que pode lhe proporcionar paz, felicidade e ritmar suas ações para alcançar seus desejos e metas.

O turismo é um segmento sério e desejável, que une e reúne grupos que buscam diversos objetivos e desejos em diversos locais turísticos. Esses locais, que detêm vocação turística, de acordo com os valores e/ou os objetivos de quem os analisa, sofrem a infelicidade de um estigma (eu, como turista, que destruo e não valorizo e descaracterizo a localidade visitada) ou a felicidade de uma benção (eu, como turista que preservo, respeito e valorizo a localidade visitada), em geral não apresentam grandes índices de progresso em sua capacidade receptiva, nem seus dirigentes demonstram disposições de aumentá-la, afim de preservar as tradicionais sistemáticas de relação entre oferta e demanda e não correr o risco com o crescimento excessivo da oferta. Essa visão pouco ampla e abrangente do setor empresaria (em consequência da incapacidade ou descaso do poder público para com o turismo), faz com que o turista e o próprio morador da localidade em muitos casos percam a vontade de preservar e respeitar a sua localidade, que é um produto turístico.

Não pode o turismo ser visto só como fonte de renda. Mas sim, como um segmento econômico, capaz de fazer crescer o mercado produtor, gerando novos empregos, mais oportunidades, proporcionando às localidades turísticas, crescimento e desenvolvimento sustentável. Pois só assim, o turista poderá estabelecer uma relação fiel, duradoura e feliz com o lugar/lugares, que conseguem atender de forma eficaz e profissional todos os seus desejos e aspirações.

## **BIBLIOGRAFIA:**

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo Fundamentos e Dimensões*: Belo Horizonte, Ática, 1998.

OMT. *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. 1. Ed. Brasília: Embratur, 1998.