

# ATITUDE TURÍSTICA

**Silvana Gutierrez Castelli \***

**RESUMO:** O documento traz uma breve reflexão sobre o cenário atual do turismo demonstrando a relevância nesse contexto de se trabalhar a atitude turística por meio de programas de educação para o turismo, promovendo dessa forma a qualidade de vida dos moradores e a satisfação dos turistas. Esclareceram-se as diferenças entre comportamento, conduta, conscientização e atitude. No que se refere a essa última, abordou-se além do conceito, o histórico, sua estrutura e formação. Com base nas reflexões feitas a intenção foi demonstrar como a atitude positiva e consciente frente ao turismo pode ser formada, a então chamada atitude turística, provocando assim mudanças culturais favoráveis ao desenvolvimento do turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** turismo, atitude, atitude turística.

**ABSTRACT:** This document brings a brief reflection on the present moment of the tourism showing the relevance in this context of working the tourist attitude through tourism education programs, promoting this way quality of life to the residents and satisfaction to the tourists. Concepts about behavior, conduct, consciousness and attitude are cleared up. As to the latter, besides concepts, its history, structure and formation are also approached. The author intended to show how a positive and conscious attitude to tourism can be formed, thus promoting cultural changes favorable to the development of tourism.

**KEY-WORDS:** tourism, attitude, tourist attitude.

---

\* Especialista em marketing pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, graduada em Administração pela Pontifícia Universidade Católica – RS. Docente de Tópicos Avançados 1, no curso de graduação em Hotelaria, Coordenadora da Comunicação, e apoiadora do Projeto Educando para o Turismo da Secretaria de Educação e Cultura da Prefeitura Municipal de Canela, na Castelli Escola Superior de Hotelaria. Aluna do Curso de Mestrado de Turismo da UCS.

## 1. A Educação para o Turismo

O turismo é um dos maiores fenômenos da sociedade contemporânea, tornando-se uma atividade na qual se engajam milhares de pessoas de todas as nações do mundo. Ele passou a ocupar um lugar de destaque nas relações internacionais, dando surgimento a inúmeras organizações nacionais e internacionais de turismo, quer em nível governamental, quer em nível não governamental, que passaram a estudar os impactos do turismo no meio ambiente econômico, social, político, tecnológico e ambiental.

O desenvolvimento industrial, tecnológico e científico, contribuíram de forma significativa para transformar o "habitat humano", sobretudo após a década de 50, segundo as colocações de Castelli, (2001) e de Krippendorf (2001). Os autores sustentam que basta se analisar os quadros natural, cultural e urbano de muitas cidades existentes em várias partes do mundo. Inserido nesses contextos, o turismo ganhou grandes proporções, tornando-se um dos principais agentes transformadores.

Castelli (2001), ainda sustenta que as cidades que se transformaram em destinos turísticos, ao receberem o impacto de um grande número de visitantes, sofreram uma mudança radical no seu "*modus vivendi*", com conseqüências nefastas tanto para os moradores dessas povoações, que viram as suas crenças e valores se perderem no tempo, quanto também para os turistas que não mais puderam desfrutar daquele contexto original, vale citar o caso da Costa do Sol, na Espanha.

Segundo previsões da Organização Mundial do Turismo – OMT (ano 2002) a perspectiva para o turismo nos próximos 20 anos é de grande expansão. Essas previsões se traduzem, na prática, por grandes movimentos de pessoas que se deslocam para saciar seus desejos culturais e de lazer. Dentro desse quadro, os pólos receptores podem estar colocando em risco seus patrimônios histórico, natural e cultural, e, como conseqüência serem vítimas da mesma armadilha que muitos outros pólos já o foram. Uma localidade, ao colocar em risco sua identidade, esmorece a sua capacidade atrativa. Para que tal não aconteça, é preciso que os **cidadãos de cada localidade turística tomem consciência e tenham orgulho das suas crenças e valores, e passem a exigir respeito por parte dos visitantes.**

O cenário descrito demonstra um novo momento. Há necessidade de uma mudança cultural, tanto por parte dos moradores quanto por parte dos visitantes, com vistas a manter a qualidade de vida dos residentes e a satisfação dos turistas. Um novo momento pressupõe **mudanças**, ambiente onde as resistências afloram trazendo consigo conflitos de diversas ordens. Mudar significa repensar **valores, crenças e idéias**. Mudar é alterar **comportamentos e formar** novas **atitudes**. O ambiente do turismo requer dos seus moradores e de seus visitantes comportamentos que contribuam com o objetivo cultural da atividade turística: manter a atratividade local e o bem-estar dos residentes.

Rabaglio (2001), coloca que **atitude** é um "querer fazer". Significa que, frente a uma determinada situação as pessoas possuem atitudes que foram de alguma maneira formadas, e demonstradas através do comportamento. Podem ser consideradas **atitudes**, segundo

Rabaglio (2001): **iniciativa, criatividade, habilidade de relacionamento interpessoal, comunicação verbal, liderança, negociação, empreendedorismo, espírito de equipe, bom humor, entusiasmo, espírito de servir, humildade, extroversão, persuasão, atenção a detalhes, participação, cooperação, facilidade para trabalhar com metas, foco em resultados, flexibilidade, empatia, agilidade, etc.**

Pode-se observar a partir de tais exemplos que a atividade turística envolve e requer muita dessas atitudes. Assim, quando na cultura local as mesmas inexitem surge a preocupação com o futuro da localidade. Considerando que **atitudes podem ser formadas(1)**, que **na infância se inicia o processo de formação de atitudes(2)**, e que **formar um cidadão com atitude turística exige tempo(3)**, pode-se inferir que o período escolar de **ensino fundamental e médio** é o momento ideal para se iniciar a formação do indivíduo enquanto **cidadão com atitude turística**. Dessa forma, destaca-se a relevância de um **programa de educação**, voltado para o turismo, com vistas a construir uma nova cultura contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Nesse sentido, Rebelo (1999) contribui com o relato de um trabalho acadêmico que teve como objeto de estudo a **educação turística: o Plano de Educação Turística-PMET**. O PMET é um Plano-documento a ser utilizado e planejado pelos municípios com potencial turístico. Tal Plano buscou fomentar a educação **formal e informal** para o turismo, com vistas a maximizar o potencial turístico de uma cidade, tendo como possibilidade, ainda, ter a educação como fator diferenciador da oferta turística.

Por meio da *“educação informal verificou-se a possibilidade de promover a aprendizagem dos conceitos turísticos e **atitudes corretas com relação ao turismo (pensamentos, sentimentos e ações)**, por meio da leitura, da participação, da observação, da imitação do cotidiano”*, Rebelo (1999,p.95), tanto por parte do munícipe como do visitante. Conforme Rebelo(1999), essa assimilação de comportamentos adequados é considerada uma ação pedagógica viável, que não tem por finalidade educar, mas sim, utilizar-se do espaço escolar para desencadear um processo reflexivo no que se refere à atividade turística. Dessa forma, comportamentos adequados, expectativas com relação à atividade, e formas de defender o turismo, passam a fazer parte deste processo reflexivo no cotidiano do cidadão de uma cidade turística.

A **finalidade** do Plano Municipal de Educação Turística (PMET) é de sensibilizar as comunidades com potencial turístico, da importância da educação num contexto onde o turismo pode impactar no âmbito econômico, natural e sócio-cultural. Por meio do PMET a comunidade poderá aprender a trabalhar com a atividade turística e a usufruir os seus benefícios.

A discussão que se quer provocar vai na direção de responder alguns questionamentos como: Quais as diferenças entre **atitude, comportamento, conduta e conscientização**? O que se entende por **atitude turística**? Pode-se a partir das atitudes provocar **mudança no comportamento**? Como se dá a **formação da atitude**? Como se pode provocar **mudança de comportamento** frente ao turismo através do processo formativo?

O presente artigo tem por finalidade fazer uma reflexão sobre a formação de atitudes, e se estas podem provocar mudanças de ordem cultural, garantindo assim o bem-estar comum de moradores, visitantes e meio-ambiente, utilizando como ferramenta programas de educação voltados para o turismo.

## **2 Compreendendo as diferenças entre comportamento, conduta, conscientização e atitude.**

As terminologias **comportamento, conduta, conscientização e atitude** são comumente confundidas em seus significados. De fato, são palavras que estão conectadas umas às outras, mas, no entanto, possuem significações distintas. Face ao emprego inadequado em muitos “escritos” das palavras, é que nesse segmento do texto se propõe a discussão das diferenças e dos significados dos termos em questão. No segmento seguinte, a ênfase da discussão é sobre o significado da palavra **atitude**, pela relevância do termo quando se trata de mudanças culturais.

Para dar início a reflexão dos diferentes significados das palavras acima mencionadas, tomou-se como referência o Grande Dicionário Larousse Cultural de Língua Portuguesa (1999), onde encontram-se os seguintes significados das palavras comportamento, conduta, conscientização e atitude.

A palavra **comportamento** significa maneira de se comportar ou de se conduzir, ou ainda, o conjunto de ações de um indivíduo, observáveis objetivamente. A palavra **conduta** significa maneira de alguém se conduzir, se comportar; proceder. **Conscientização** significa ação de conscientizar, ou ainda, refere-se a método pedagógico pelo qual o educador toma como suporte de seu ensino a realidade material e social que envolve o sujeito, de maneira a implicá-lo e motivá-lo o melhor para seu aprendizado. Logo, conscientizar, refere-se dar consciência, levar alguém ou um grupo a tomar consciência dos problemas, sejam eles políticos, sociais e/ou culturais que se colocam a sua frente. A palavra **atitude, pode significar muitas coisas como:** jeito, posição do corpo, postura, porte, pose, disposição, propósito, ação, conduta, procedimento, norma de proceder ou comportamento.

A análise dos significados das terminologias em questão permite inferir que *conduta* e *comportamento* podem ser sinônimos, e significam **ação**. *Atitude* é uma **disposição** do indivíduo para alguma coisa, é uma **resposta** crítica ao que é transmitido. *Conscientizar* é buscar **métodos** que dêem suporte ao que se quer transmitir. Logo, a conscientização pressupõe a formação ou a mudança de atitude.

Considerando que a definição de termos é fundamental no campo científico, no próximo segmento discute-se com mais profundidade o significado do termo atitude, objeto de reflexão deste trabalho.

### 3 Atitudes

#### 3.1 Histórico das Atitudes

O termo atitude tem sido questão de estudo já há algumas décadas pelos teóricos de diferentes áreas do conhecimento como: psicologia social; biologia evolucionista; ciências sociais que estudam o comportamento; psicologia freudiana; entre outras. Segundo Solozábal (1981), cita Brei (2002), a história da pesquisa sobre atitudes iniciou no final do século XIX quando Fere (1888), Langen (1890) e Munsterberg (1890), estudaram as “atitudes motrizes”.

Conforme Mcguire ( in Lindzey & Aronson, 1962,cap.21,p.136), citado por Kops (1999), foi no século passado que os estudos em atitudes começaram a ganhar espaço significativo nos principais livros textos de psicologia social, atingindo seu ápice na década de 30. A partir da consulta feita nas obras de Kops e Brei, dois autores destacaram-se nesse período: Allport e Thurstone (citados no próximo segmento).

Os trabalhos desenvolvidos na área da psicologia social contemplaram diferentes temas de estudo. Kops (1999), diz que Mcguire, da Universidade de San Diego, defende ser conveniente para a pesquisa a mudança de foco de tempos em tempos promovendo o aprofundamento de outras áreas similares de estudo, por vezes desprezadas. Na década de 50, por exemplo, os estudos voltaram-se para as dinâmicas de grupo retornando para a questão atitudinal<sup>1</sup> na década de 60,cujo interesse estava voltado para o estudo das mudanças das atitudes.

Pode-se dizer, a partir do breve histórico apresentado, que o estudo sobre o tema atitudes apresenta **tendências históricas**, ora voltadas para pesquisas sobre as atitudes como sistemas, ora sobre as relações entre crenças e o comportamento.

Além disto, o estudo em atitudes apresentou um certo **modismo**, marcado pelo entusiasmo dos pesquisadores da época. Atualmente, pode-se dizer que o tema atitude está em voga novamente.

A seguir se tratará a atitude de forma conceitual, para no segmento seguinte abordar-se a composição da estrutura das atitudes.

#### 3.2 Definições de Atitude

Tendo em vista as controvérsias existentes sobre a natureza da atitude, todavia não se tem uma definição única. Entre as distintas definições, vale citar:

- Eagly & Chaiken (1993, p.1): definem atitude como “*uma **tendência psicológica** que é expressa pela avaliação de uma entidade particular, com algum **grau de favorabilidade ou desfavorabilidade**”*

- Allport (1935), citado por Kops (1999), sugere que a definição de atitude tem, pelo menos cinco aspectos: (1) **estado mental e neural** (2) **de prontidão para a resposta** (3) organizada (4) através da experiência (5) empenhada a uma diretiva e ou dinâmica influência sobre o **comportamento**.

<sup>1</sup> que diz respeito à atitude de alguém.

- Pinilla (1956), cita Kops, contrapõe a definição de Allport (1935), e destaca que a atitude "*não é somente a **resposta** dada a determinada situação ou objeto e exercendo influência sobre o **comportamento**, mas que o essencial da atitude é sua função de compor o comportamento*" (p.58).

- Rodrigues (1972, p.396), segundo Kops (1999) dá destaque para algumas definições de atitudes aportadas por diferentes autores, como por exemplo:

- Krech, Crutchfield e Ballachey (1962), definem atitude como um sistema duradouro de **avaliações positivas e negativas, sentimentos emocionais, e tendências pró ou contra** com respeito a um objeto social.

- Secord e Backman (1964), dizem que atitudes são certas regularidades nos **sentimentos, pensamentos, e predisposições** para agir do indivíduo em relação a algum aspecto do seu ambiente.

- Jones e Gerard (1967), são do entendimento que atitude é resultado da combinação, num silogismo, de uma premissa constituída por uma **crença** e outra constituída por um valor. Atitudes são essencialmente, **valores** derivados de outros valores – que são mais básicos ou que foram internalizados anteriormente no processo de desenvolvimento.

- Fredman, Carlsmith e Sears (1970), falam que atitude é uma coleção de cognições, crenças e fatos (**conhecimento**) incluindo avaliações (**sentimentos**) positivas e negativas, todas se relacionando a um tema ou objeto central e o descrevendo.

- Rosnow e Robinson (1967 adotada por Man, 1970) diz que atitude indica a organização num indivíduo de seus **sentimentos, crenças e predisposições** a comportar-se como o faz.

- Triandis, (1971), entende como sendo uma idéia carregada de **emoção** que **predispõe** um conjunto de ações a um conjunto particular de situações sociais.

- Thurstone (1931), conforme Brei (2002), definiu a atitude como um **afeto pró ou contra** um objeto psicológico.

Analisando-se as diferentes definições, mencionadas anteriormente, pode-se constatar a existência de termos comuns, valendo citar: predisposição contra ou a favor com relação a algum objeto, sentimentos, crenças, pensamentos e conhecimento. O cognitivo e o emocional estão presentes em suas definições, sendo estes determinantes do grau de favorabilidade ou desfavorabilidade do indivíduo diante de determinado objeto. Essa avaliação do objeto compõe por fim a atitude. A partir dessa afirmação, poderia-se sugerir que, cada autor, com base na sua necessidade de pesquisa, elabore uma definição para o termo atitude com base naquelas já estudadas.

Áreas como a da psicologia social, biologia evolucionista e ciências sociais vêm estudando o termo atitude conforme seus interesses. Nesse conjunto, destaca-se a atitude

social, por ser esta mais relevante neste trabalho. Segundo Davis (1964,p.9), citado por Kops(1999), as **atitudes sociais** são aquelas atitudes que permeiam ao redor dos indivíduos e grupos. Sendo assim, pode-se dizer que são elas responsáveis pelos relacionamentos interpessoais. Rabaglio (2001), Harrell (2001) e Chapman (1988), conforme se demonstra a seguir, confirmam a importância das atitudes sociais neste novo século, pois julgam serem essas o agente propulsor do sucesso pessoal e profissional de um indivíduo.

Rabaglio (2001) defende que, num **processo seletivo**, as **competências** a serem consideradas são os conhecimentos (saber), as habilidades (saber fazer) e as **atitudes** (querer fazer), sendo essa última o diferencial competitivo de cada profissional, valorizando-se então atitudes de empreendedorismo, empatia, entusiasmo, bom humor, equilíbrio emocional, criatividade, entre outras.

Harrell (2001) destaca **o poder das atitudes** para a vida das pessoas. Define atitude com uma única palavra: *vida*. Segundo Harrell (2001), são as atitudes que guiarão as pessoas ao longo de suas vidas, “*elas determinarão se você vai chegar lá ou se ficará no meio do caminho*”. Acrescenta que “*as atitudes estão acima de tudo e influenciam nossas ações*”(p.19).

Segundo Chapman (1988), a atitude pode ser entendida como um estado de espírito, ou seja, a forma pela qual o indivíduo encara mentalmente as coisas. Uma **atitude positiva** desenvolve um estado de espírito que facilita enfrentar problemas. A atitude não é estática, ela pode ser alterada. Dessa forma, o indivíduo pode mudar suas atitudes diante de determinados aspectos do cotidiano. Para isso ele precisa estar ciente que neste processo de mudança de atitude a crença é fundamental. Acreditar que é possível mudar diante de determinados aspectos do cotidiano, mediante a formação de novas atitudes, pode vir a realçar traços de personalidade, favorecendo então, os contatos pessoais e profissionais.

Logo, a atitude é uma resposta dada pelo indivíduo diante de algum objeto. Esse objeto pode ser uma coisa, uma entidade, uma pessoa, um hábito, entre outras possibilidades. A resposta será favorável ou não dependendo das informações e do sentimento que o indivíduo possui com relação a alguma coisa. A **atitude** é assim, a **predisposição para uma determinada resposta, enquanto que o comportamento será a ação propriamente dita**. Uma atitude positiva é sinal de otimismo e confiança, fatores que impulsionam o ser humano no alcance de seus objetivos. Assim, quanto mais consciente o indivíduo estiver disto, mais informações buscará sobre os inúmeros aspectos com o qual se defronta no cotidiano no intuito de melhor elaborar uma resposta, e maiores serão suas chances de prosperar como pessoa e profissional. A reflexão feita buscou também demonstrar a importância das atitudes no cotidiano das pessoas sob o ponto de vista profissional e pessoal. As atitudes que as pessoas possuem diante dos acontecimentos determinarão seus comportamentos. Comportamentos esses que podem ser alterados mediante a formação de novas atitudes.

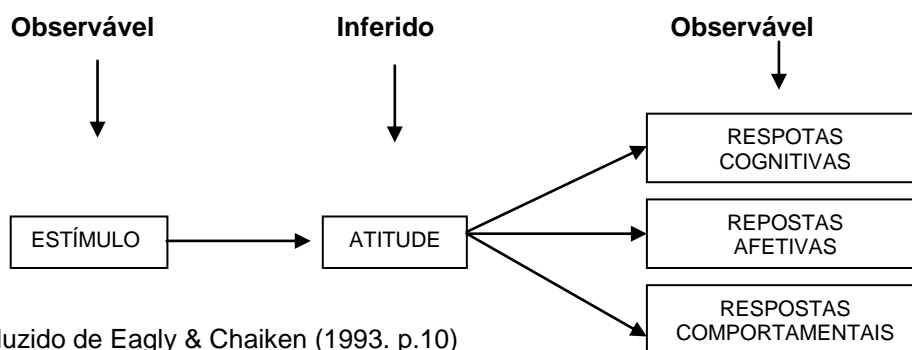
Para melhor esclarecer como a partir das atitudes pode-se mudar o comportamento das pessoas, estudar-se-á, no próximo segmento, a composição da estrutura das atitudes.

### 3.3 Estrutura das Atitudes

A estrutura e o conceito de atitude estão muito interligados, visto que é com base na análise da estrutura da atitude que se compõe um conceito. As autoras Eagly & Chaiken (1993, p.1) definem atitude como sendo, “**tendência psicológica** que é expressa pela **avaliação** de uma entidade particular, com algum grau de favorabilidade ou desfavorabilidade”. Por **tendência psicológica** entende-se o estado que é interno e próprio do indivíduo que não é observável e sim inferido. Tom Coelho (2003, <http://www.tomcoelho.com.br>) acrescenta que as atitudes se compõem, também, de predisposições genéticas e muita carga fenotípica, oriunda do meio em que o indivíduo vive. Assim, ele reproduz muitas das atitudes dos pais, amigos, e pessoas do círculo de relacionamento. Por **avaliação** entende-se todas as classes de respostas (atitude favorável ou desfavorável) que o indivíduo apresenta diante dos objetos (coisa, entidade, pessoa, situação). Essas respostas podem ser de ordem cognitiva, afetiva ou comportamental (figura 1).

Figura 1

#### RESPOSTAS AVALIATIVAS DA ATITUDE A PARTIR DE INFERÊNCIAS



O **estímulo** é provocado por um objeto da atitude, que pode ser: uma entidade, uma situação, uma coisa ou um indivíduo. **Atitudes** são constatações, favoráveis ou desfavoráveis em relação ao objeto. É a predisposição para a ação, que dependerá do estímulo que o objeto provocou. É incentivado por uma das três possíveis, **respostas avaliativas: cognitivas, afetivas ou comportamentais**. O ato em si, será o **comportamento** explicitado.

Essas três classes de respostas avaliativas possíveis compõem a estrutura da atitude. A figura a seguir demonstra os indicadores da atitude segundo seus componentes (respostas avaliativas).



Figura 2

**COMPONENTES E INDICADORES DA ATITUDE**

COMPONENTES DA ATITUDE	INDICADORES DA ATITUDE
↓	↓
COGNITIVO	Crenças Expectativas Percepções Conhecimento
AFETIVO	Emoções Sentimentos Avaliações de uma resposta emocional
COMPORTAMENTAL	Prontidões Disposições Tendências para a ação Intenções de comportamento

Os estudos de Eagly & Chaiken (1993), sobre atitude como um estado inferido, indicam que as **respostas avaliativas** de tipo **cognitivo** são pensamentos ou idéias sobre o objeto da atitude. São freqüentemente conceituadas como crenças ou cognições, informações e inferências. Respostas avaliativas de tipo **afetivo** consistem de sentimentos, emoções e humores que os indivíduos experimentam em relação ao objeto da atitude. E, respostas avaliativas do tipo **comportamental**, consistem de ações abertas que as pessoas exibem em relação ao objeto da atitude. Nesta última categoria incluem-se, também, as intenções para agir que, não necessariamente, se expressam em comportamento aberto.

Para melhor compreensão, se pode tomar como referência o ato de fumar. Os não-fumantes criticam; os fumantes, mesmo cientes dos males que o cigarro causa à saúde, continuam fumando. Diante disso, pergunta-se: o que leva um fumante a continuar fumando?

Analisando o fato descrito a partir dos três componentes que formam a atitude (cognitivo, afetivo e comportamental), pode-se inferir o que ocorre. O fumante, normalmente, tem consciência que fumar faz mal à saúde, mas apesar disso segue fumando (componente cognitivo da sua atitude). Ocorre que, como ele não sente na prática que este hábito está destruindo seu organismo, continua fumando. Em algum momento ele pode saber de um amigo ou parente, fumante, que morreu de enfisema, por exemplo. Ou ainda, ele próprio, fumante, consulta o médico por apresentar sintomas de problemas cardíacos ou respiratórios, provenientes do cigarro. É neste momento que o componente emocional da atitude surge, o fumante sente o mal que o cigarro faz e procura agir de alguma para mudar o seu comportamento (componente comportamental). Ele pode vir nesse momento a deixar de fumar.

Em continuidade aos assuntos até então abordados, o próximo segmento esclarece como as atitudes se formam, e como dessa forma pode-se provocar mudanças de comportamento.

### 3.4 Formação das Atitudes

As atitudes não são inatas segundo a maioria dos teóricos na área. Conforme Reich & Adock (1976), citados por Kops (1999, p.20), “*não nascemos com as atitudes e elas não podem ser atribuídas ao amadurecimento fisiológico*”. Logo, com base nessas argumentações se pode deduzir que as atitudes são adquiridas ou *aprendidas*.” Mcguire (1985), segundo Brei, contrapõe ressaltando que existem estudos em sociobiologia sobre atitudes **não aprendidas** com origem pelo menos parcial em alguma base genética. Estudos experimentais sobre preferências, atitudes, formação de impressão e tomada de decisão, demonstraram que o componente afetivo pode ser deflagrado sem um processo mental, sendo, portanto, puramente sensorial. Isto leva concluir que a atitude pode possuir algum componente inato.

As atitudes que mais interessam, no entanto, são as atitudes **aprendidas**, pois focam as atividades diárias dos indivíduos e suas relações com os outros como meio de formação de atitudes. Essas, uma vez formadas, passarão a determinar o comportamento do indivíduo, levando-o a agir de uma determinada forma.

A formação das atitudes apresenta, todavia, controvérsias. Isto se deve ao fato de alguns pesquisadores não considerarem o aspecto social na formação das atitudes, enfatizando somente o aspecto individual-psicológico. Segundo Eiser, (1987), destaca Brei (2002,p.14) “*atitudes são ambos, uma experiência subjetiva e um produto social; e a expressão da atitude é um ato social*”. Klinenberg (1967), segundo Kops (1999, p.20), a partir das conclusões tiradas de Allport, coloca como condição para a formação das atitudes: *o acréscimo de experiência, experiências posteriores, trauma ou experiência dramática, e imitação*. Rodrigues (1972), ainda por Kops (1999,p.20), acrescenta afirmando que as atitudes são influenciadas por fatores de personalidade e por fatores sociais.

Com base na literatura, pode-se dizer que a formação das atitudes ainda é um assunto polêmico. Sabe-se, no entanto, que a formação das atitudes é um processo. Dito de outra forma: atitudes não se formam de uma hora para outra, salvo quando decorrentes de experiências dramáticas ou traumas.

Alguns autores consideram a formação das atitudes a partir das **crenças**. Cabe, aqui, esclarecer a definição de crença. Rokeack (1972) citado por Kops (1999, p.13) diz que uma crença “*é uma simples proposição, consciente ou inconsciente, inferida do que a pessoa diz ou faz, capaz de ser percebida pela frase “eu creio que...”. o conteúdo da crença pode descrever o objeto como falso ou verdadeiro, correto ou incorreto; avaliado como bom ou mau; ou preconiza um certo curso de ação ou um certo estado de existência como desejável ou indesejável. O primeiro tipo de crença pode ser chamado de **descritiva** ou existencial (eu creio que o sol nasce a oeste); o segundo tipo de crença pode ser chamada de **avaliativa** (eu creio que o sorvete é bom); o terceiro tipo pode ser chamado de **prescritiva** ou exortativa (eu creio que é desejável que crianças devam obedecer seus pais)*”. Complementa que as “**crenças** são predisposições para a ação, e a **atitude** é desta forma um conjunto de

*predisposições interligadas para a ação organizadas ao redor de um objeto ou situação*”(p.13, obra de Kops)

Com base na estrutura das atitudes tem-se a explicação de como ocorre sua formação, ou seja, a formação da atitude pode provir de um **processo de aprendizagem cognitiva**, ou a partir de **processos afetivos e motivacionais**, ou ainda a partir de **processos comportamentais**.

Diz-se que um *processo de aprendizagem é cognitivo* quando o indivíduo recebe informações a respeito do objeto da atitude e assim forma sua crença. Fishbein & Ajzen, (1975), citados por Brei (2002, p.15), afirmam que “a *distinção entre formação e mudança de atitudes é vista como puramente arbitrária, desde que, após receber uma mensagem persuasiva ou uma nova informação, a pessoa forma novas crenças a partir das quais a atitude é mudada ou uma nova atitude é formada*”. A estrutura cognitiva é vista como mediadora das demais estruturas.

Os *processos afetivos e motivacionais* são aqueles que derivam do afeto. Este sentimento que ganhou espaço entre os pesquisadores da década de 1980 e 1990 por sua relevância na formação e mudança das atitudes.

Os *processos comportamentais* são aqueles em que as atitudes podem ser derivadas de comportamentos passados ou, que podem mudar ou se formarem a partir das avaliações (respostas atitudinais: cognitiva, afetiva ou comportamental), formando assim, novas atitudes.

Para ilustrar tais processos no ambiente de uma cidade turística, traz-se alguns momentos presentes no cotidiano das pessoas: o de um dono de hotel, de moradores desfavoráveis ao turismo, e de um morador numa cidade com apelo ecológico ao turismo.

O dono de um hotel, localizado numa “cidade turística”, onde haverá um evento, é o primeiro caso. Como a cidade ficará repleta de turistas, o dono do hotel apóia o evento e alegra-se com a possibilidade de lotar seu empreendimento (atitude favorável à atividade turística). O estímulo foi o evento na cidade. Em razão de outros eventos (passado) e em razão de terem tido esclarecimentos quanto à atividade turística (conscientização), o estímulo acabou trazendo uma atitude positiva, visto as respostas avaliativas por ele processadas: uma resposta favorável cognitiva (o hotel pode lotar), e outra resposta favorável comportamental (isso já ocorreu antes e deu certo).

No caso dos moradores de uma cidade, pode-se ter uma situação de descontentamento com a vinda dos turistas, em razão do evento que ocorrer na cidade e provocar mudanças não desejáveis na sua rotina. Os moradores recebem mal o turista, falam mal dos organizadores do evento e criticam a atividade turística por ser predadora do ambiente em que vivem. O estímulo (o evento) trouxe uma atitude negativa em razão das respostas avaliativas que os moradores tiveram. As cognitivas, percepção de que o turista depreda e não tem nada a oferecer na cidade. As afetivas, sentimento de invasão do que é deles. As comportamentais por fim, são as ações, oriundas desse mal entender da atividade turística, o constante reclame e a não-valorização do que é da terra: valores e crenças. Isto se dá por que, talvez, esses moradores nunca tenham vivenciado algo bom nesse contexto

do turismo. Isto pode acontecer em função de que nunca se tenha esclarecido, valorizado e, o mais importante, talvez nunca ele tenha se sentido parte importante nesse mundo do turismo.

Assim como no ato de fumar, vivenciar algo faz com que as pessoas sintam, e assim sejam capazes de perceber com os seus cinco sentidos a dimensão de algo. Sentir-se envolvido como parte importante de um contexto traz orgulho. Isto gera uma atitude favorável (respostas afetiva e cognitiva: minha família está feliz porque o restaurante em que trabalham está faturando bem).

Outro exemplo é do morador de uma cidade com apelo ecológico para o turismo. O estímulo pode ser os restaurantes localizados acerca do parque. A atitude gerada pode ser favorável, uma vez que as respostas foram favoráveis. No plano cognitivo e afetivo, o morador conhece o parque, sabe da sua beleza e encantos, da sensação de relaxamento, de liberdade e paz que o local oferece e orgulha-se de dividir isto com outras pessoas, e orgulha-se mais ainda por residir no local onde pessoas do mundo inteiro se deslocam para conhecer; e mais, essas pessoas ainda contribuem com a renda dos comerciantes amigos ou parentes seus. A resposta avaliativa comportamental está no ato de bem receber, de orgulhar-se (ser feliz) e, na maioria dos casos, de crescer economicamente em razão do turista.

#### 4 Considerações Finais

A partir da literatura estudada, pode-se considerar que **atitude turística** é uma **predisposição para a ação de um indivíduo, favorável ou desfavorável, com relação ao turismo ou ao turista. A ação será o seu comportamento frente à realidade, tendo tido como pano de fundo avaliações de ordem cognitiva, afetiva ou comportamental.**

No início deste trabalho colocou-se que “é preciso que os **cidadãos de cada localidade turística tomem consciência e tenham orgulho das suas crenças e valores, e passem a exigir respeito por parte de todos os visitantes**”. Essa afirmação fez-se diante da necessidade de preservação das localidades turísticas. A forma sugerida foi a mudança ou a formação de novas atitudes frente ao turismo, e, para isso, surge a escola como cenário, uma vez que acredita-se no poder da educação quando se fala em mudança de atitude.

Retomando-se as considerações anteriormente feitas, de que as atitudes podem ser formadas, que na infância se inicia o processo de formação de atitudes, que formar um cidadão com atitude turística exige tempo; pode-se concluir, que o período escolar de ensino fundamental e médio podem ser a base para formação do indivíduo enquanto **cidadão com atitude turística**. Consideram-se, então, os programas de educação voltados para o turismo, como ferramentas na construção de uma cultura turística, onde visitantes e visitados são os protagonistas. *A atitude turística pode*, pois, construir uma **nova cultura**, assegurando o **desenvolvimento social de uma localidade turística**.

## Referências Bibliográficas

- CASTELLI, Geraldo (2001). *Turismo atividade marcante*. Caxias do Sul: Educus.
- CHAPMAN, Elwood N.(1988). *Atitude: o mais valioso de todos os seus bens*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- EAGLY, A.H. & CHAIKEN, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- GRANDE DICIONÁRIO LAROUSSE CULTURAL DE LÍNGUA PORTUGUESA (1999). São Paulo: Editora Nova Cultural.
- HARRELL, Keith (2001). *Atitude é tudo!* São Paulo: Futura.
- KRIPPERNDORF, Jost (2001). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- RABAGLIO, Maria Odete (2001). *Seleção por Competência*. São Paulo: Educator.
- REBELO, Salete Mocelin (1999). *Plano Municipal de Educação Turística-PMET:Um Modelo para os Municípios Brasileiros de Potencial Turístico*. Turismo Visão e Ação – v.1 – n.2 – p.89-103.
- KOPS, Darci (1999): Título. *O Contrato Psicológico na Relação Professor-Aluno*. Tese de doutorado. Milwaukee/Wisconsin/EEUU: Faculty of the Graduate School, Wisconsin International University, in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy. 338 p.
- BREI, Z.E.A. (2002):Título. *Motivações das atitudes de pesquisadores em relação à avaliação do desempenho e premiação por resultados no trabalho*. Tese de doutorado. Universidade de Brasília. 295 páginas.
- ATITUDE. Tom Coelho. Graduação em Economia pela FEA/USP, Publicidade pela ESPM/SP e especialização em Marketing pela MMS/SP, empresário, consultor, escritor e palestrante, Diretor da Infinity Consulting, Diretor do Simb/Abrinq e Membro Executivo do NJE-Fiesp. Disponível em <<http://www.tomcoelho.com.br>> Acesso em julho de 2003.