

ESTUDO EXPLORATÓRIO DE CINCO AGÊNCIAS ESPECIALIZADAS EM ATIVIDADES TURÍSTICO-PEDAGÓGICAS NA CIDADE DE BELO HORIZONTE-MG

Marcelo Roquette Scussulim¹

RESUMO: Esse artigo pretende contribuir para o estudo da relação entre o Turismo e a Educação mediatizada pela atuação das agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas na cidade de Belo Horizonte-MG. Apesar das inúmeras ações educativas que associam a aprendizagem de alunos do ensino fundamental e médio de escolas públicas e particulares da cidade de Belo Horizonte - MG, desenvolvidas por agências especializadas na capital mineira, evidencia-se a insuficiente produção científica sobre o tema. Em razão desse fato e da crença na importância sócio-educativa do diálogo entre o Turismo e a Educação, este estudo de natureza exploratória tem por objetivo caracterizar cinco agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas, além de fornecer informações sobre sua relação com seu público-alvo formado por escolas da capital mineira.

PALAVRAS-CHAVE: turismo pedagógico, agência de viagem, serviços especializados.

Introdução: Turismo pedagógico, o que é isso?

A despeito da existência material observável do turismo pedagógico, o mesmo carece de precisão e uniformidade, observando-se no pensamento de alguns autores uma diversidade de conceitos e finalidades atribuídos a esse segmento do mercado turístico, geralmente acompanhado de qualificativos tais como: educacional, educativo, pedagógico, entre outros.

Segundo BENI(2003) por *turismo educacional* se entende a retomada de uma antiga prática utilizada na Europa e nos Estados Unidos por colégios e universidades que consistia na organização de viagens culturais nas quais os alunos viajavam acompanhados de seus professores.

Já SWARBROOKE&HORNER(2002), ao tratar o tema sob o título de *turismo educacional* ou *educativo*, afirmam que esse se define pelo “viajar para aprender” desenvolvendo-se sob duas grandes versões. A primeira, voltada para o intercâmbio de estudantes interessados estudos de língua e cultura estrangeiras e, a segunda, para as férias de interesse especial para os recém-aposentados.

Também IGNARRA(2000), ao abordar o tema segmentação de mercado e motivação das viagens, cita a expressão *turismo educacional*, dentre várias outras diferentes modalidades

¹ Mestrando em Turismo e Meio Ambiente pelo Centro Universitário UNA/BH.

turísticas, sem contudo tecer qualquer consideração mais aprofundada sobre o tema, limitando-se a reconhecê-la como existente.

Por sua vez, ANDRIOLO&FAUSTINO(1997) utilizam em suas considerações a expressão *turismo pedagógico* definindo-a como uma modalidade turística que atende às escolas na realização de atividades pedagógicas mediatizadas por agências de turismo especializadas. Mas o que são agências de turismo especializadas em turismo pedagógico?

Agências especializadas em turismo pedagógico

As agências de viagem são consideradas as organizações mais tradicionais na comercialização de produtos turísticos costumeiramente definidas como sendo empresas especializadas na prestação de serviços. Sua função principal se caracteriza pela intermediação, da qual derivam outras sub-funções (informação e assessoramento dos clientes), até a organização de todo tipo de atividades relacionadas ao setor de viagens e turismo.

Assim, as agências de turismo se dedicam à venda comissionada de produtos turísticos através da intermediação consumidor-fornecedor já que estas não dispõem de um produto próprio do qual possam auferir seus lucros.

Segundo PETROCCHI&BONA(2003) as agências de turismo¹ *orientam as pessoas que desejam viajar, estudam as melhores condições tanto em nível operacional quanto financeiro, e assessoram os clientes acerca da definição dos itinerários.*

Tal definição, ilustra satisfatoriamente o rol das funções costumeiramente desempenhadas por estas organizações na prestação de serviços turísticos.

Entretanto, os serviços prestados pelas agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas diferem dos já tradicionalmente desempenhados pelas demais agências, distinguindo-se quanto a seus destinatários e sua finalidade. Quanto ao destinatários, os serviços

prestados pelas agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas se dirigem a um público constituído por crianças e adolescentes. E, quanto à sua finalidade, os serviços prestados por elas se condicionam à viabilização de atividades turístico-pedagógicas capazes de propiciar o aprendizado de conteúdos escolares e/ou temas a eles referidos.

Metodologia investigativa: Estudo exploratório

Ao recorrer à literatura especializada, tanto na área do Turismo quanto na área da Educação, nos deparamos com uma imensa lacuna no que diz respeito ao estudo do tema ‘turismo pedagógico’.

Frente a essa lacuna, optou-se pela realização de um estudo de natureza exploratória, definido por GIL(2002) como uma modalidade de pesquisa realizada com o objetivo de proporcionar uma maior familiaridade com o objeto e, assim, torná-lo mais explícito através do aprimoramento de idéias e levantamento de questões a serem investigadas *a posteriori*.

De acordo com SELLTIZ(1967) ao optar-se pela realização de estudo de natureza exploratória dever-se-á partir de um levantamento bibliográfico prévio, aplicação de questionário e/ou realização de entrevista junto a sujeitos dotados de experiência prática sobre o tema, além do estudo de casos no intuito de levantar facetas diversas do objeto investigado. Assim, após a realização de levantamento bibliográfico prévio sobre o tema, a fim de estabelecer categorias a serem investigadas através de questionário a ser aplicado aos responsáveis pelas agências especializadas em turismo pedagógico, procedeu-se à elaboração do questionário a ser aplicado.

Ao elaborar as categorias a serem investigadas através da aplicação de um questionário contendo perguntas seguidas de alternativas de resposta levantadas a partir de revisão bibliográfica sobre o tema assim como de informações empíricas oriundas da experiência profissional do autor, partiu-se da escolha de tópicos relevantes objetivando caracterizar as agências do ponto de vista organizacional, através de tópicos tais como: formação acadêmico-profissional de seus responsáveis, equipe técnica de apoio, presença de profissional bacharel em Turismo, cadastro na Embratur e escritório profissional. Procurou-se também, obter informações relativas ao seu relacionamento com as escolas através dos seguintes tópicos: público-alvo, prática contratual, nível de atuação, áreas do conhecimento mais envolvidas nas atividades turístico-pedagógicas, roteiros e destinos mais demandados pelas escolas, duração, concentração anual e incidência temporal das atividades turístico-pedagógicas, além do número de alunos atendidos pelas agências no ano de 2004.

Por se tratar de estudo de natureza exploratória sob enfoque qualitativo, além das respostas às perguntas obtidas durante a aplicação do questionário, foram anotados comentários e posicionamentos críticos feitos pelos responsáveis pelas agências, os quais contribuíram sob a forma de subsídios para as considerações apresentadas neste estudo.

Identificação das agências

Com o objetivo de selecionar as agências para a coleta de dados, procedeu-se à determinação de critérios capazes de identificá-las na cidade de Belo Horizonte-MG, diferenciando-as das demais agências de turismo existentes no mercado.

Existem agências de turismo não-especializadas que também prestam serviços às escolas e, ainda, outras voltadas para a realização de programas de intercâmbio de jovens e adultos com a finalidade de aprender outras línguas. Ambas foram excluídas do universo de investigação deste estudo por representarem em sua maioria modalidades contratadas pelas famílias e não pelas escolas.

O primeiro dos critérios estabelecidos para a identificação das agências foi a exigência de previsão textual no nome dessas de um qualificativo tal como ‘pedagógico’, ‘educativo’, ‘educacional’, ‘escolar’ ou outro termo análogo.

O segundo critério consistiu na checagem junto à folheteria dessas agências da presença de algum desses qualificativos no intuito de corroborar sua identificação com o público escolar.

Foram então identificadas cinco agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas na cidade de Belo Horizonte-MG.

Apresentação dos resultados

Perfil das agências na cidade de Belo Horizonte/MG

Das cinco agências estudadas, quatro delas são dirigidas por profissionais graduados em nível superior enquanto que apenas uma delas é dirigida por profissional de nível médio.

A equipe técnica de apoio das mesmas está formada por guias de turismo em sua maioria autônomos, monitores, recreadores, entre outros profissionais.

Verificou-se na coleta de dados dificuldades por parte das agências na determinação do número exato desses profissionais.

Convém ressaltar que, segundo informações obtidas através do questionário aplicado, esses profissionais não são funcionários das agências e sim prestadores de serviço autônomos, contratados informalmente pelas agências ao serem solicitadas pelas escolas.

Dentre as cinco agências estudadas, quatro delas apresentam cada uma 01 único profissional graduado em Turismo e, duas delas apresentam, respectivamente, 01 e 03 alunos graduandos em turismo em suas equipes de apoio.

Das agências estudadas, três delas possuem escritório comercial. O restante formado por duas agências, não possui escritório comercial, desenvolvendo suas atividades em escritório residencial, sendo que três delas apresentam registro no cadastro mantido pela EMBRATUR.

No que se refere à tipologia e prática contratual das agências, verificou-se junto às agências estudadas, que na maior parte das vezes estas procedem à contratação de seus

serviços mediante contratos verbais, principalmente em situações nas quais já se tenha prestado serviços a uma determinada escola.

Entretanto, quando da realização de contratos com novas escolas, tem-se optado, em parte por exigência escolar e, também, por razões de segurança jurídica das agências, pela realização de contratos escritos.

Vale notar que ambas as situações são precedidas pela elaboração de propostas orçamentárias redigidas e direcionadas às escolas.

Perfil das atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências

Quanto a seu público-alvo, verificou-se que em três das cinco agências estudadas, este corresponde quase que exclusivamente a escolas particulares da cidade de Belo Horizonte/MG. As duas agências restantes, conforme informações obtidas através do questionário aplicado, se dedicam predominantemente às escolas públicas da capital mineira.

Três das cinco agências estudadas atuam no planejamento e na execução das atividades turístico-pedagógicas contratadas pelas escolas. O restante, ou seja, duas das cinco agências, atua somente na execução dessas atividades conforme solicitação prévia das escolas.

Verificou-se na coleta de dados, que a área de Ciências humanas e suas tecnologias ocupa o 1º lugar no ranking das áreas do conhecimento mais envolvidas nas atividades turístico-pedagógicas conforme informado pelas agências, seguida pela área de Ciências da natureza, Matemática e suas tecnologias em 2º lugar e em 3º lugar pela área de Linguagens, códigos e suas tecnologias.

As cidades históricas ocupam o 1º lugar no ranking dos roteiros mais demandados pelas escolas públicas e particulares, em 2º lugar os parques naturais e reservas ecológicas, em 3º lugar as fábricas e em 4º lugar as universidades.

O interior de Minas Gerais ocupa o 1º lugar no ranking dos destinos turístico-pedagógicos mais demandados pelas escolas públicas e particulares, em 2º lugar aparece a categoria formada por outros estados, em 3º lugar a Grande BH, em 4º lugar os city tour por Belo Horizonte. A categoria formada por outros países, em 5º lugar no ranking, se refere a apenas duas agências.

Sublinhe-se que apenas duas das cinco agências estudadas realizam atividades turístico-pedagógicas em outros países, especialmente a Argentina e o Chile. E, ainda, que apesar de seu caráter recente, as atividades turístico-pedagógicas em outros países têm crescido durante os últimos dois anos, respectivamente 2003 e 2004.

Em uma dessas agências, seu público se constitui de alunos oriundos do ensino médio de escolas públicas e particulares da capital mineira e, esporadicamente, de cidades próximas. Em outra, seu público se constitui exclusivamente de alunos do ensino médio de escolas particulares de Belo Horizonte-MG.

Mais da metade das atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências dura de 1 a 2 dias, excetuando-se os programas internacionais que ocorrem comumente nos meses de julho, graças ao recesso escolar, durando de 10 a 15 dias.

Verificou-se na coleta de dados junto às agências que a maior parte das atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas por elas ocorrem durante o 2º semestre do ano letivo das escolas, concentrando-se nos finais de semana e podendo, em situações excepcionais, ocorrer durante a semana, ou seja, de segunda a sexta-feira.

No ano de 2004 as cinco agências estudadas atenderam, aproximadamente, 7000, 900, 500, 3000 e 3000 alunos cada uma delas.

Convém esclarecer que os dados concernentes ao número de alunos atendidos pelas agências no ano de 2004, na cidade de BH, não sofreu análise mais detalhada, figurando nesse artigo apenas a título de ilustração, posto que não puderam as agências precisá-los e comprová-los por meio de documentação.

Discussão dos resultados

Os dados obtidos através dos questionários aplicados junto às agências, associados às informações contidas na literatura sobre o tema, permitem as seguintes considerações.

a) Quanto à caracterização organizacional das agências

As cinco agências identificadas neste estudo, surgiram entre os anos de 1995 e 2002, ou seja, a mais antiga delas conta com 10 anos de existência enquanto que a mais nova conta apenas com 3 anos.

A princípio, a criação de agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas em exercício na cidade de Belo Horizonte-MG até o ano de 2005, parece mostrar-se tardia se comparada às informações encontradas na literatura sobre o surgimento das primeiras agências especializadas em atividades pedagógicas no Brasil durante a década de 80 (ANDRIOLO&FAUSTINO, 1997).

- Formação acadêmico-profissional dos responsáveis pelas agências, equipe técnica de apoio e presença de turismólogos nas agências em Belo Horizonte-MG

Conforme verificado através da coleta de dados, quatro das cinco agências estudadas apresentaram seus responsáveis dotados de formação acadêmica em nível superior, sendo 02 deles em Turismo. Em uma das cinco agências, ao contrário das demais, seu responsável apresenta formação em nível técnico.

Verificou-se, ainda, em quatro dessas agências a presença de apenas 01 bacharel em Turismo. Em duas das quatro agências acima referidas esses profissionais desempenham função de coordenação enquanto que nas duas agências restantes um dos profissionais desempenha função gerencial específica (apoio logístico) e outro desempenha a função de guia de turismo.

No que se refere à presença de estudantes de turismo, verificou-se a presença desses em apenas duas das cinco agências estudadas, número esse consideravelmente inferior aos demais profissionais e estagiários de diversos cursos, especialmente História e Geografia, integrantes das equipes de apoio das agências.

Ao serem questionadas quanto ao número reduzido de estudantes universitários de turismo em suas agências seus responsáveis declararam que, geralmente, esses estudantes não se mostram aptos ao trabalho das agências; que a presença de um bacharel em turismo dispensa a necessidade de outros na agência; que esses desconhecem o trabalho desenvolvido pelas agências; que dispõem de poucos conhecimentos a serem oferecidos às agências no que tange ao trabalho desenvolvido por elas; que na maioria das vezes apenas almejam aprender com as agências; e, finalmente, que esses não se mostram essenciais ao trabalho desenvolvido por elas.

Frente a estas afirmações, quando perguntados sobre os motivos pelos quais os estudantes oriundos dos cursos de graduação em Turismo se mostram inadequados ao exercício das atividades turístico-pedagógicas desempenhadas pelas agências, seus responsáveis salientaram deficiências provenientes da formação acadêmica desses estudantes, assim como algumas especificidades do trabalho junto às escolas a demandar além dos conhecimentos teórico-práticos específicos, uma disposição pessoal para adquirir por si só habilidades e competências essenciais a um bom desempenho profissional, tais como noções de psicologia infantil e do adolescente, trabalho com grupos, e, ainda, afinidade com a faixa etária atendida.

- Registro no cadastro da EMBRATUR

Apesar de não constituir elemento essencial ao funcionamento das agências, o registro no cadastro mantido pela EMBRATUR representa um incentivo ao desenvolvimento quantitativo e qualitativo da atividade econômica desenvolvida pelas agências, além de viabilizar a coordenação de atividades promocionais com vistas à estimulação do trânsito turístico pelo país (MAMEDE,2001).

As agências que se adaptam aos requisitos técnicos estabelecidos pela EMBRATUR, além do registro em seu cadastro, gozam da prerrogativa de uso da marca do instituto, atestando a existência de fiscalização estatal da qualidade dos serviços prestados por elas.

Além do caráter certificador conferido pelo selo da EMBRATUR, cadastrar-se junto a ela permite às agências beneficiar-se de todos os esforços e programas oficiais de desenvolvimento do turismo no Brasil cuja coordenação lhe compete (MAMEDE,2001).

Ainda com relação ao reconhecimento estatal do exercício da atividade econômica desempenhada pelas agências, vale lembrar que o registro junto ao cadastro mantido pela EMBRATUR não se estende às empresas que não tenham instalações totalmente independentes de atividades estranhas àquelas para as quais foram classificadas, inclusive as de natureza residencial, segundo redação do art.6º da deliberação normativa 327/94.

Vale destacar que a deliberação normativa supracitada teve por finalidade desburocratizar o reconhecimento estatal das agências sediadas em locais distantes das respectivas capitais das unidades da federação, agilizando o processo de certificação das mesmas, admitindo-se sua vistoria *a posteriori* obedecidos os requisitos legais previamente determinados.

Porém, existem, ainda, agências formalmente registradas no cadastro da EMBRATUR atuando profissionalmente em escritórios residenciais. Quando questionadas a respeito do assunto as agências argumentam que tal situação tem caráter provisório e se deve às dificuldades econômicas pelas quais passa o setor turístico brasileiro e, especialmente, o segmento por elas escolhido.

Neste estudo, duas das cinco agências estudadas encontravam-se nesta situação, ou seja, dispõem de registro junto ao cadastro da EMBRATUR, porém desenvolvem atualmente atividade profissional em escritórios residenciais.

b) Quanto à caracterização do relacionamento agência e escola

- Público-alvo

Verificou-se, durante a aplicação dos questionários, a dificuldade dos responsáveis pelas agências em definir seu público-alvo. As opções oferecidas pelo questionário traziam escolas públicas e escolas privadas como opções a serem escolhidas.

Vale salientar que os responsáveis por duas das cinco agências relataram estar atualmente atuando predominantemente junto às escolas públicas, fato esse que motivou o interesse do pesquisador quanto às suas razões. Dentre as razões enumeradas por duas agências no tocante à predominância de seu público-alvo constituído por escolas públicas, destacou-se o grande número de alunos dessas escolas representando um nicho de mercado interessante e, ainda, uma situação de crise vivida pela classe média identificada com as escolas particulares, fato esse a motivar as agências a diferenciar seus produtos e direcioná-los às escolas públicas.

Esse fato merece alguns esclarecimentos no tocante à qualidade dos serviços prestados pelas agências às escolas, especialmente às públicas, conforme enunciado pelas agências. Estas últimas afirmaram que a diferenciação nos produtos turísticos oferecidos às escolas públicas se dá sob a forma de viagens mais curtas e preços mais adequados ao poder aquisitivo dos alunos dessas escolas, além da presença de incentivo financeiro concedido pela Prefeitura Municipal de Belo Horizonte às escolas da rede municipal de ensino.

As duas agências acima referidas foram unânimes em afirmar a preservação da qualidade das atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas por elas junto às escolas públicas atendidas. Saliente-se, porém, que a avaliação qualitativa dos serviços prestados pelas agências não constituiu alvo de análise por parte deste trabalho.

- Prática contratual

A prevalência dos contratos verbalmente firmados entre as agências e as escolas atesta o caráter informal e costumeiro da relação econômica estabelecida entre elas. Porém, pôde-se averiguar durante a aplicação dos questionários uma preocupação recente por parte das agências, ora marcada pela necessidade de resguardo legal das mesmas ora em razão da solicitação das escolas, de contratos escritos acompanhados das tradicionais propostas orçamentais elaboradas pelas agências.

O interesse das agências e das escolas em estabelecerem relações econômicas mediadas por contratos escritos, conforme apurado em duas das cinco agências estudadas durante a aplicação do questionário, se deve à ocorrência de desacordos comerciais e frustração de

atividades turístico-pedagógicas por parte das escolas. Ainda, as recentes reportagens televisivas abordando situações de descumprimento de contratos firmados pelas agências possivelmente respondam, associadas a outros fatores tais como a ampliação do setor e o surgimento de novos clientes, pela crescente preocupação por parte das agências e das escolas em firmar contratos escritos.

Em contrapartida, durante a aplicação do questionário não se pôde confirmar no que diz respeito à exigência de contratos escritos, uma nova tendência nos serviços prestados predominando, ainda, um modelo informal de relacionamento entre as agências contratadas e as escolas contratantes.

- Atuação das agências

Em capítulo intitulado ‘Educação, turismo e cultura’, ANDRIOLO&FAUSTINO(1997) abordam o surgimento das agências especializadas no trabalho com as escolas na década de 80 e, ainda, destacam sua proliferação na década seguinte, atribuindo a esse fato uma crescente conscientização por parte das escolas da importância da viagem na aprendizagem escolar.

Ainda segundo esses autores, ocorre a partir daí um fenômeno por eles denominado de ‘submissão à oferta turística’ por parte das escolas diretamente relacionado à proliferação das agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas na década de 90 expressando uma dupla inversão: primeiro, na função da viagem enquanto instrumento pedagógico e agora como produto turístico e, segundo, também na relação outrora observada segundo a qual as escolas demandavam as agências e não estas últimas demandavam as escolas conforme destacado por eles.

Ao abordar a questão da incorporação de um produto turístico, ‘turismo pedagógico’ pelo mercado, ANDRIOLO&FAUSTINO(1997) afirmam que “*O problema a nosso ver torna-se ainda maior quando tratamos de atividades pedagógicas, pressupondo aqui a importância social que a educação desempenha*”, p.167; e, finalmente, que “*Não propomos desta feita excluir a agência do trabalho educacional, mas questionamos os moldes em que as agências e escolas agem no Brasil e a definição de funções e habilidades profissionais*”, p.167.

Os dados coletados neste trabalho corroboram o pensamento enunciado por ANDRIOLO&FAUSTINO(1997) na medida em que três das cinco agências estudadas são solicitadas pelas escolas no intuito de planejar e executar atividades turístico-pedagógicas.

As agências estudadas, apesar de ressaltarem sua atuação tanto no planejamento quanto na execução de atividades turístico-pedagógicas contratadas não descartaram a prerrogativa das escolas no sentido de propor e alterar o planejamento pelas agências delineado.

- Áreas do conhecimento mais envolvidas em atividades turístico-pedagógicas, roteiros e destinos mais procurados pelas escolas

Os dados coletados permitiram estabelecer um ranking das áreas do conhecimento mais envolvidas em atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências.

O 1º lugar, ocupado pela área de Ciências humanas e suas tecnologias está formado pelas seguintes disciplinas: História, Geografia, Sociologia e Filosofia.

O 2º lugar, ocupado pela área de Ciências da natureza, matemática e suas tecnologias, está formado pelas seguintes disciplinas: Biologia, Física, Química e Matemática.

O 3º lugar, ocupado pela área de Linguagens, códigos e suas tecnologias, está formado pelas seguintes disciplinas: Língua Portuguesa, Língua(s) Estrangeira(s) Moderna(s), Educação Física, Arte e Informática.

A prevalência de atividades turístico-pedagógicas relacionadas à disciplinas como História e Geografia encontra na literatura inúmeras referências (vide ANDRIOLO&FAUSTINO, 1997; MARTINELLI&RIBEIRO, 1997; LOMBARDO, 1997; MELO&LOPES, 1999; CASTRO, 2001; BERNARDINO, 2001).

Em relação às disciplinas integrantes da área de Ciências da natureza, matemática e suas tecnologias, especialmente à disciplina Ciências no ensino fundamental, encontram-se citadas algumas experiências (vide SUÁREZ&ABASCAL, 1999).

Quanto às disciplinas integrantes da área de Linguagens, códigos e suas tecnologias não foram encontrados relatos de experiência citados na literatura.

No que se refere aos roteiros elencados, as posições ocupadas pelos roteiros mais demandados pelas escolas não sofrem diferenciação quanto à natureza pública ou particular das escolas contratantes.

O 1º lugar ocupado pela opção ‘cidades históricas’ possivelmente reflita a tradicional associação entre educação e legado cultural.

A opção ‘parques naturais e reservas ecológicas’, a despeito do *boom* ocorrido em razão dos movimentos ecológicos internacionais ocorridos durante a década de 90, especialmente a ECO 92, ocupa o 2º lugar.

Ao serem eleitos os principais destinos turístico-pedagógicos demandados pelas escolas, excetuando-se a opção ‘outros países’ ofertada por apenas duas das cinco agências, a opção ‘BH’ ocupa o penúltimo lugar no ranking ou o último se excluída a opção ‘outros países’, em razão de as escolas realizarem por si sós estas atividades sem o auxílio de agências especializadas, conforme apurado.

Curiosamente, em uma das duas agências ofertantes da opção ‘outros países’ esta supera a opção ‘BH’.

- Duração, concentração anual, incidência temporal das atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências e número de alunos atendidos pelas agências no ano de 2004

As atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências, costumam durar na maioria das vezes entre 1 e 2 dias durante o 1º semestre do ano letivo das escolas contratantes.

Já a quase totalidade dessas atividades ocorre durante os finais de semana. Tal distribuição merece algumas considerações.

Afirmam os responsáveis pelas agências estudadas que a preferência pelos finais de semana por parte das escolas se deve a determinados fatores, a despeito dos preços em média mais elevados da hospedagem, do transporte e da alimentação, à clássica justificativa de não se “perder aulas”, de “não atrapalhar o calendário escolar” e, também, de permitir aos alunos trabalhadores do curso noturno o acesso a essas atividades.

A última delas, a que se refere ao acesso dos alunos do curso noturno às atividades turístico-pedagógicas desenvolvidas pelas agências, parece bastante plausível, porém as demais justificativas enunciadas permitem vislumbrar a ausência de uma compreensão mais ampla da importância dessas atividades no currículo e na formação escolar dos alunos por parte das escolas, o que denota uma visão deturpada das atividades turístico-pedagógicas comumente associadas ao lazer e, conseqüentemente, descomprometidas com a formação escolar dos alunos, a despeito da opinião de diversos autores (SUÁREZ&ABASCAL,1999; MELO&LOPES, 1999; ANDRIOLO&FAUSTINO, 1997).

Conclusão

Vale ressaltar que em razão da natureza exploratória deste estudo, não se pretendeu esgotar o tema tampouco generalizar as análises nele contidas. Como salientado

anteriormente, esse estudo teve por finalidade a caracterização organizacional e de relacionamento entre as agências especializadas em atividades turístico-pedagógicas e seu público-alvo constituído pelas escolas da capital mineira.

Dito isso, em razão da relevância sócio-educativa do tema assim como de sua complexidade faz-se imperiosa a realização de estudos posteriores para uma maior compreensão desse fenômeno.

Referências bibliográficas

ANDRIOLO, Arley, FAUSTINO, Evandro. Educação, turismo e cultura. A experiência de estudantes paulistas em Uruçanga. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri. Turismo e desenvolvimento local. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 164-178.

BENI, Mario Carlos. Análise estrutural do turismo. 9.ed. São Paulo:Senac,2003.

BERNARDINO, Maria do Carmo de Oliveira Andrade. Turismo pedagógico e identidade cultural: o ensino de história através do turismo. 2001. 37 f. Monografia (Especialização de Professores de Ensino Superior) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

CASTRO, Nair Aparecida Ribeiro de. O turismo no processo educativo: contribuições para a construção de uma abordagem metodológica na interface com o ensino-aprendizagem da geografia. 2001. 39 f. Monografia (Especialização de Professores de Ensino Superior) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

EMBRATUR. Disponível em: <www.embratur.org.br>. Acesso em 27 fev. 2005.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4.ed. São Paulo:Atlas, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do turismo. São Paulo: Pioneira, 2000.

LOMBARDO, Magda Adelaide. O uso de maquete como recurso didático em turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri. Turismo e desenvolvimento local. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1997. p.201-207.

MAMEDE, Gladston. Direito do turismo: legislação específica aplicada. São Paulo:Atlas,2001.

MARTINELLY, Marcello, RIBEIRO, Monica Patrícia. Cartografia para o turismo: símbolo ou linguagem gráfica. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri. Turismo e desenvolvimento local. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1997. p.190-200.

MELO, Maristela Peixoto de, LOPES, Vera Lúcia. Turismo gerando empregos e afeto. AMAE educando, Belo Horizonte, n.285, p.47-49, ago. 1999.

PETROCCHI, Mario, BONA, André. Agências de turismo. Planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2003.

SUÁREZ, Rafael Bosque, ABASCAL, Dinorah Romo. La excursión desde las edades tempranas. Educación, La Habana, n.8, p.22-27, sept.-dic. 1999.

SWARBROOKE, John, HORNER, Susan. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

SELLTIZ, Claire et al. Métodos de pesquisa nas relações sociais. São Paulo: Herder, 1967.