

# PRÁTICAS TURÍSTICAS FUNDANDO NOVAS TEORIAS - O CASO DA LINHA TURISMO EM PORTO ALEGRE

**Bel. Débora Beron Pinto**  
**Dra. Marutschka Martini Moesch**

**RESUMO:** O presente artigo aponta uma reflexão sobre as limitações das tradicionais concepções de Turismo e Turista, buscando avançar para novas teorias, que entendam o Turismo além da visão economicista. Apresentaremos uma análise dos resultados da Linha Turismo, um dos projetos de sucesso concebidos por uma política municipal menos econômica e mais humana; visando contribuir com idéias para novas práticas turísticas fundadas em teorias que entendam o Turismo como um fenômeno social e complexo.

**PALAVRAS-CHAVES:** concepções de Turismo/Turista; políticas de Turismo; práticas turísticas; Linha Turismo.

## **Introdução**

Por muitos anos a tradição econômica foi o plano predominante para o desenvolvimento do Turismo, isto é, o Turismo foi fundado no paradigma capitalista. Como uma consequência, as concepções Turismo foram focadas na atividade econômica, em particular, na relação entre produto e consumidor.

O Turismo cresceu e se tornou um fenômeno de grande importância e significado mundial. Porém, a maioria das concepções na área continuam restritas a um paradigma economicista, não avançando para novas práticas turísticas que compreendam os fundamentos de um fenômeno complexo e dinâmico da sociedade contemporânea.

É importante para o desenvolvimento de uma nova teoria do Turismo, onde as concepções no campo rompam a lógica econômica, onde o objeto é um produto originado de uma “indústria sem chaminé”; para uma lógica mais humana, onde o sujeito é o objeto central deste fenômeno.

O presente trabalho tem como objetivo sinalizar as limitações das concepções economicistas, assim, refletindo sobre novas teorias, que permitam estudar e desenvolver o Turismo com uma visão mais humana e interdisciplinar do fenômeno.

Pretende-se ainda fazer um estudo de um dos principais projetos turísticos de Porto Alegre: a Linha Turismo. Para isso, resgataremos as concepções que norteiam a Política Municipal de Turismo da Cidade de Porto Alegre e o projeto da Linha Turismo; e finalmente analisaremos os resultados da Pesquisa do Perfil da Linha Turismo.

## **As Concepções de Turismo sob o Paradigma Econômico**

Traçando um panorama histórico, percebemos que o crescimento do Turismo está diretamente ligado ao crescimento do capitalismo. Desde a década de 60, quando explodiu como atividade de lazer, o Turismo evoluiu de 112,9 milhões de Turistas para 760 milhões de Turistas registrados no ano de 2004. Neste último ano citado, o Turismo cresceu 10% em relação a 2003, quando gerou uma receita de US\$ 514,4 bilhões de dólares. Segundo as estatísticas da OMT (2005, p. 2), os resultados de 2004 mostram o melhor crescimento dos últimos 20 anos.

O Turismo se transformou em um dos mais relevantes setores da economia. Em 1997, o setor empregava 250 milhões de pessoas, uma entre cada dez pessoas da população mundial economicamente ativa, conforme OMT (1998, p. 12).

O Turismo cresceu junto com o capitalismo e foi considerado uma das principais alavancas para o desenvolvimento de muitas nações. Assim, é dada uma ênfase particular ao Turismo como uma atividade restrita à economia. O Turismo foi, inclusive, concebido, dentro da economia, como uma “indústria sem chaminé”, onde o objeto do Turismo é tratado como uma mercadoria; e seu estudo baseado em padrões estabelecidos pelo fazer-saber, fruto do empirismo; e suas análises transformadas em descrições a partir de modelos estatísticos, o que vem referendando como teoria do Turismo muitas análises, estudos e pesquisas, bem como diversos autores do setor, que estão baseados somente na concepção economicista do fenômeno.

A WTTC - *World Travel & Tourism Council* (CUNHA, 2001, p. 33) conceitua Turismo como: “a indústria das Viagens e Turismo é definida pelas atividades econômicas associadas com a viagem, medidas pela ampla variedade das despesas correntes e de capital feitas por ou para benefício de um viajante, antes, durante e depois da viagem”.

Este conceito reduz o Turismo a uma indústria, ou seja, compreende toda a estrutura e o processo integral, através dos quais acontecem as diversas formas de transformação das matérias-primas em produtos diversificados, com a finalidade de conseguir o aumento das riquezas (ANDRADE, 2002, p.98); característico de uma concepção capitalista onde há exclusivamente a troca de mercadorias numa relação entre produto e consumidor.

Cunha (1999, p. 09) defende o Turismo sobre o seguinte ponto de vista:

O Turismo abrange todas as deslocações de pessoas, quaisquer que sejam as suas motivações, que obriguem ao pagamento de prestações e serviços durante a sua deslocação e permanência temporária fora da sua residência habitual superior ao rendimento que, eventualmente, auferam nos locais visitados.

Muitas das definições evidenciam a importância do Turismo como atividade econômica ou atividade lucrativa, ou seja, que abrange aspectos de consumo. No caso da definição de Cunha, ela também evidencia a questão do deslocamento.

A OMT (1998, p.44) adotada a seguinte definição: “O Turismo compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos ao de seu entorno habitual, por período ou tempo inferior um ano com fins de ócio, negócios e outros”.

Revimos com a OMT a importância do deslocamento para o Turismo chamando a atenção para que ocorra fora da residência habitual. Ficam excluídas as viagens dentro da área habitual de residência, e as viagens frequentes entre o domicílio e o local de trabalho, ou outras dentro da comunidade com caráter habitual. Além da categoria de espaço, também há necessidade de delimitar tempo nas definições de Turismo e de Turista; pois sem deslocamento e sem período determinado, não há a necessidade de uso de transporte e hospedagem, ou seja, dentro de uma lógica economicista, não há gastos nem despesas por parte do Turista. Porém, essas definições geram limitações na concepção de Turista.

A sociedade das nações (Cunha, 1997, p. 04), em 1937, determina como Turista: “toda pessoa que viaja durante 24 horas ou mais por qualquer outro país distinto a sua residência habitual”. A OMT e conseqüentemente a EMBRATUR através do Anuário Estatístico (1999, p. 12), estabelecem a seguinte definição:

Turista: todo o visitante que viaja de um país distinto daquele em que tem a sua residência habitual, que realize uma estada de pelo menos um pernoite e não superior a um ano, e cujo motivo principal da visita não seja exercer uma atividade que se remunere no país visitado.

Tempo, espaço e volume são as categorias utilizadas para determinar os conceitos tradicionais no campo do Turismo. Isto é fruto do capitalismo, que determinou categorias rígidas e objetivas, dentro de uma visão reducionista, a econômica, para conceituar o Turismo.

Durante muito tempo o Turismo foi restritamente entendido como sub-sistema de um sistema maior: o econômico. Não estamos tirando o mérito das contribuições da economia para o Turismo, porém, o Turismo também envolve questões não-econômicas. O Turismo é um fenômeno social, multidisciplinar e interdisciplinar que envolve inúmeras faces de vivências humanas, desencadeando diversas atividades no campo objetivo.

Entender o significado do Turismo como um processo de auto realização humana e não de

mero consumo, tanto por parte do Turista como por parte do receptor, cuja troca de experiências conduz a uma perspectiva mais humana do mundo social, é um dos novos enfoques que nos apresenta esse fenômeno.

### **A Política Humanizadora do Turismo**

Fugindo da visão restrita imposta pelo capitalismo, podemos analisar o Turismo não mais como uma indústria, baseada na troca de mercadorias; mas sim, num fenômeno multidisciplinar que envolve sujeitos que interagem com o meio. Entendendo que a economia faz parte do Turismo, bem como a sociologia, a antropologia, a ecologia, podemos abrir o leque para novos tratamentos epistemológicos do Turismo.

O ESTUR - Porto Alegre Turismo - Escritório Municipal ousou e apresentou, em sua Política Municipal, uma concepção mais humanizadora do Turismo, onde busca no horizonte de ações o atendimento aos cidadãos, entendidos como sujeitos políticos e não reduzidos a clientes; bem como, desencadear um processo de sensibilização da comunidade para o Turismo enquanto fenômeno social, de encontro entre o Local/Cidade e Morador/Visitante, e das potencialidades de Porto Alegre para atender estas demandas. A Política de Turismo proposta transpõe a visão tradicional, econômica do Turismo como consumo da cidade como produto, quando coloca o sujeito como objeto central do Turismo. Assim, através da Política Municipal de Turismo do Porto Alegre Turismo - Escritório Municipal (1998, p. 07), este cria a seguinte concepção de Turismo: “Todo deslocamento do(s) sujeito(s) de seu espaço e tempos rotineiros, para realização de atividades profissionais, culturais, educacionais, sociais, de saúde e lazer...”.

Dentro desta concepção, onde não são obrigatórios o deslocamento do local de residência, nem o cumprimento do período de um pernoite, e principalmente, focando o seu sujeito como objeto do Turismo, o ESTUR optou por abandonar o paradigma econométrico, que estava presente na maioria das definições, e, através de uma política pública voltada para o cidadão, mostrou que outras práticas do Turismo são possíveis. Com esta definição, concebendo o Turismo como uma relação complexa entre visitantes e visitados, expressa em um dos seus principais projetos, onde foi valorizado o sujeito do Turismo, o projeto Turista Cidadão. Este fez com que os cidadãos porto-alegrenses descobrissem os atrativos da cidade, tornando-se assim, multiplicadores de informações turísticas e, assim, recuperando a auto-estima por sua cidade.

O ESTUR formulou uma definição menos econômica e mais humana para o Turismo em

Porto Alegre, que passou a desenvolver uma política de inclusão do cidadão e de incentivo ao Turismo Interno. A partir desta política a cidade implantou muitos projetos de sucesso, como é o caso da Linha Turismo.

### **Possibilidade de novas práticas - a Linha Turismo**

A Linha Turismo é a linha regular de Turismo da cidade de Porto Alegre. A Linha Turismo consiste num *city tour*, pelos principais pontos de interesse turístico da capital, onde um ônibus que possui 2 andares, sendo o inferior equipado com janelas panorâmicas e superior aberto, proporcionando uma vista panorâmica. A Linha Turismo oferece 5 roteiros diários, no período de terça a Domingo, cada roteiro percorre 11 bairros, num percurso circular de 28km de extensão e aproximadamente 80 minutos, contemplando 17 pontos turísticos. O ônibus que serve a Linha tem *layout* próprio e alto padrão de qualidade, pois oferece guia de Turismo bilíngüe, sistema de áudio em três idiomas (português, inglês e espanhol), câmeras de segurança, porta bebidas, rampa de acesso universal, assento para portadores de deficiência e controlador de velocidade.

O projeto Linha Turismo tem como alguns de seus objetivos: Propagar o potencial turístico de Porto Alegre para Turistas e população local, mostrando os principais atrativos históricos, culturais, naturais e de lazer; Facilitar o acesso dos visitantes e da própria população de Porto Alegre aos seus melhores atrativos urbanos; Resgatar a memória histórico-cultural da cidade. Quanto ao público-alvo, inicia-se pela comunidade local e chega aos Turistas que a cidade recebe, pois todos necessitam de um serviço que disponibilize o acesso aos roteiros culturais, históricos e de lazer existentes. (Porto Alegre Turismo - Escritório Municipal, 2000, p. 06).

A Linha Turismo opera desde de janeiro de 2003 e, em um pouco mais de dois anos de funcionamento, já transportou mais de 90 mil pessoas, permitindo tanto ao Turista como ao cidadão (re)descobrir a Cidade através de uma visão diferenciada. A análise de alguns dos resultados da Pesquisa do Perfil do Linha Turismo do Porto Alegre Turismo - Escritório Municipal (2004, p. 03-05), permite um exercício de identificação sobre a prática do conceito central da Política de Turismo, onde o fator humano é concebido como anterior ao econômico, bem como a importância de uma concepção mais ampla e dinâmica no Turismo, que contemple também o cidadão da localidade.

A avaliação da Linha Turismo é resultado da sistematização de uma investigação realizada pelo ESTUR, durante os meses de janeiro, fevereiro, março, junho e julho de 2004. O instrumento de pesquisa foi disponibilizado para todos os passageiros, no momento em que os mesmo adquiriram os ingressos, na Central de Atendimento da Linha Turismo. O total da amostra foi de 932 questionários respondidos.

Quanto à procedência, a maioria dos participantes (45%) é de outras cidades do Brasil, 35% são porto-alegrenses, 12% do interior do Estado e 7% do Exterior. Sendo assim, mais de 1/3 das pessoas que usufruíam o passeio na Linha Turismo são os próprios moradores da cidade, confirmando a característica de uma política voltada também para o Turista Cidadão.

Pesquisas realizadas pelo Estudo da Demanda Turística Internacional da EMBRATUR (2003, p. 43) apontam que 30% dos Turistas, que visitam Porto Alegre, se hospedam em casa de amigos/parentes. Conforme McIntosh (2002, p. 112), esta motivação, que vai além das tradicionalmente aceitas, vem sendo responsável por grande quantidade de viagens. Sendo assim, é importante que os amigos e parentes reconheçam sua cidade como turística, para que os mesmos possam indicar seus atrativos e informar qualificadamente seus hóspedes. Dentro desta lógica, acreditamos que a Linha Turismo esteja sensibilizando os Turistas cidadãos a serem propagadores do Turismo na cidade, pois 35% das pessoas, que experimentaram o passeio no ônibus, são porto-alegrenses.

Nas perguntas abertas, as respostas mais frequentes para os aspectos que mais lhe agradaram foram: as informações repassadas pelo guia; a Orla do Guaíba; o Centro Histórico e a vista panorâmica. Analisando estas respostas, percebemos que os objetivos do projeto foram alcançados; pois o guia repassa informações histórico-culturais, resgatando a memória do local, bem como outras informações turísticas como dias e horários de funcionamento de cada atrativo, ou seja, o cidadão absorveu informações e essas serão repassadas para outros moradores e Turistas. A pesquisa mostra, que quase a totalidade dos participantes, 98%, tiveram uma boa aceitação do passeio e o indicariam para outra pessoa.

Os meios, pelos quais os participantes obtiveram informações sobre o passeio na Linha Turismo, foram: amigos e parentes, 32%; os hotéis, 18%; Serviço de Atenção ao Turista, 12%; veículos de comunicação como jornais, revistas, rádio e televisão somaram 23%. Partindo da suposição de que os amigos e parentes, as pessoas que trabalham em hotéis e no serviço de atenção ao Turista, são possivelmente, cidadãos da localidade; é muito importante que estes

vivenciem a experiência de Turista cidadão, para que os mesmo contagiem os demais com sua vivência.

### **Considerações Finais**

Durante muito tempo o Turismo foi entendido dentro de uma visão única e restrita, como objeto de consumo do sistema econômico. Esta concepção, determinista e reducionista, demonstrou limites para o entendimento do fenômeno turístico; fazendo com que o sujeito desaparecesse. O sujeito foi ignorado no estudo do Turismo, pois este limitou-se a análise quantificada e compartimentada do fenômeno, reduzido a uma atividade mercantil. Compartilhamos a idéia de Sessa (1983, p. 87), onde, na realidade, “o Turismo é um fenômeno de caráter humano e não somente econômico, pois são os homens que se deslocam e não as mercadorias”.

Alguns autores começam a conceber e a investigar o Turismo como um fenômeno de natureza complexa e multidisciplinar onde o Turismo se alinha com outras disciplinas: como a economia, a sociologia, a geografia, a psicologia, a história, a ecologia, entre outras. Porém devemos acrescentar o caráter interdisciplinar, evitando a divisão cartesiana e o isolamento disciplinar. Conforme Morin (2002, p. 89), “é preciso substituir um pensamento que isola e separa por um pensamento que distingue e une. É preciso substituir um pensamento disjuntivo e redutor por um pensamento do complexo”. Portanto, o fenômeno do Turismo ocorre em diferentes campos de estudo, mas todos tendo uma estrutura comum.

Os estudos do Turismo amadurecem e, portanto superar os registros parciais de uma realidade mensurável, rompendo o paradigma econométrico, o empirismo reducionista reinante, assim aceitando a complexidade do real. O paradigma complexo impõe uma nova forma de pensar o Turismo: como um fenômeno social complexo. Segundo Moesch (2004, p. 78):

A concepção de Turismo que defendemos, como construto de seu objeto, parte do paradigma da complexidade, onde o Turismo é uma prática social, ou melhor, um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento dos sujeitos, em tempos e espaços, produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto explicitadores de uma nova estética diante da busca do prazer.

Ao sinalizar a necessidade de uma reconstrução teórica de forma que esta represente as relações dialéticas, dinâmicas, históricas, subjetivas, enfim, uma concepção complexa, entendendo que há muito por fazer no campo do Turismo; portanto, na construção de novas

metodologias que permitam um conhecimento mais profundo do complexo fenômeno estudado. O que permitirá gerar novas práticas de Turismo, onde o seu fim maior seja a felicidade humana, expressa materialmente/objetivamente em tempos de fruição e prazer. Projetos turísticos sustentáveis, devem entender as lógicas locais, e buscar formas de qualificação da vida dos moradores, para que assim, novas práticas ressurgam onde a hospitalidade, intrínseca ao encontro, dos visitantes e visitados, ou entre os próprios cidadãos da localidade sejam atos mais humanizadores. Só assim o Turismo passará, no senso comum, de um objeto de consumo para uma prática social transformadora.

### **Referências Bibliográficas**

- ANDRADE, José Vicente. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 8ª ed. São Paulo: Ática, 2002.
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO. Brasília: Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, 1999.
- CUNHA, Lucínio. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Verbo, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Economia e política do Turismo**. Portugal: McGraw, 1997.
- ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL. Brasília: Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, 2003.
- MCINTOSH, Robert. **Turismo princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MOESCH, Marutschka Martini. **A epistemologia social do Turismo**. 2004. 247f. Tese (Doutorado em Turismo). Escola de Comunicação e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- MORIN, Edgard. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Trad. Eloá Jacobina. 7ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- OMT - World Tourism Barometer, Madri, jan. 2005. Disponível em: < [http:// www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)>. Acesso em 8 mai. 2005.
- \_\_\_\_\_. **Introducción al Turismo**. Madrid: Egraf, 1998.
- PORTO ALEGRE TURISMO - ESCRITÓRIO MUNICIPAL (Brasil). **Pesquisa do perfil do Linha Turismo 2004**. Porto Alegre,
- \_\_\_\_\_. **Política Municipal de Turismo 1998**. Porto Alegre.
- \_\_\_\_\_. **Projeto Linha Turismo 2000**. Porto Alegre.
- SESSA, Alberto. **Turismo e política de desenvolvimento**. Porto Alegre, Uniontur, 1983.