



AÇÃO: 1. É a operacionalização efetiva dos objetivos planejados. 2. Medidas de gerenciamento específicas que podem ser desenvolvidas no processo de gestão (CRC, 1996).

ACESSO: São as vias de acesso que permitem o deslocamento do turista até o lugar: transporte aéreo, terrestre, marítimo ou fluvial (EMBRATUR, s.d.).

AFFINIT GROUP: É a expressão que caracteriza a homogeneidade de um grupo que pretende se beneficiar da regulamentação IATA para receber um considerável desconto tarifário. São considerados afins os grupos constituídos por profissionais de uma empresa, sócios de um clube ou associação, estudantes de uma mesma escola, etc.

AGÊNCIA: É a empresa que, em geral, apenas comercializa produtos turísticos; atende diretamente o público consumidor (varejista) (SÃO PAULO, s.d.).

AGENDA 21 [AMB]: É o documento resultante da Conferência da ONU para Ambiente e Desenvolvimento - Eco 92; programa a ser implementado pelos governos nacionais envolvendo a criação de legislação, financiamento de projetos e transferência da tecnologia entre os países, com vistas à proteção ambiental (SÃO PAULO, s.d.).

AGENTES ECONÔMICOS DO TURISMO [MUN]: São considerados agentes econômicos do turismo os turistas, os excursionistas, as empresas turísticas e os estabelecimentos turísticos (EMBRATUR, 1992).

AGENT DISCOUNT: É o desconto sobre a tarifa normal, oferecido ao agente de viagens. Também denominado AD 75, referindo-se ao percentual de 75%, normalmente oferecido pelas companhias aéreas após dois anos de aceitação da agência pela IATA. Embora não haja obrigatoriedade, em geral, são oferecidos dois bilhetes por companhia/ano.

AGROTURISMO: Denominação dada ao deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e observação, vivência e participação nas atividades agropastoris. Destacam-se aqui dois grandes aspectos que distinguem esse segmento do turismo rural. O primeiro é a produção agropastoril em escala econômica que representa a maior fonte de rendimento da propriedade e, o turismo, receita complementar. O segundo é que as próprias atividades agropastoris constituem, em si mesmas, o principal diferencial turístico. Neste caso, os turistas, para viverem a autêntica experiência da vida no campo, poderão ou não participar de uma rotina diária dos afazeres domésticos ou produtivos da propriedade. As instalações e equipamentos mantêm-se de forma original, tal qual utilizada pelos proprietários e trabalhadores e, se ampliadas para adicionalmente acomodarem os visitantes, deverão conservar as mesmas características arquitetônicas (BENI, 1999).

ALFABETO FONÉTICO INTERNACIONAL:

A	ALFA	N	NOVEMBER
B	BRAVO	O	OSCAR
C	CHARLIE	P	PAPA
D	DELTA	Q	QUEBEC
E	ECÓ	R	ROMEU
F	FOX	S	SIERRA
G	GOLF	T	TANGO
H	HOTEL	U	UNIFORM
I	INDIA	V	VICTOR
J	JULIET	W	WHISKY
K	KILOMETRO	X	XADREZ
L	LIMA	Y	YANKEE
M	MIKE	Z	ZULU

ANÁLISE DE DADOS: É a investigação de uma hipótese por meio de observações sucessivas, exame de cada parte de um todo, tendo em vista conhecer sua natureza, suas proporções, suas funções, suas relações e estudo pormenorizado; exame, crítica. Técnica estatística que tem por

objetivo determinar a influência de alguns fatores, capazes de modificar e de determinar os resultados obtidos.

ANIMAÇÃO TURÍSTICA: 1. É o conjunto de ações e técnicas dirigidas a motivar, promover e facilitar a maior e mais ativa participação do turista nos desfrutes e aproveitamento de seu tempo turístico, em todos os níveis e dimensões que este implica. (RIVA, 1983). 2. É o conjunto de atividades que objetivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação ativa, de tornar-se protagonista de suas férias (...) A animação pressupõe que o turista participe ativamente, como por exemplo, participar de uma ciranda, onde o turista é induzido a fazer parte do espetáculo (BARBOSA, 1995).

ANTROPOLOGIA: “designa um corpo de disciplinas que se consagram ao estudo dos grupos humanos sob o prisma dos tipos físicos e biológicos (antropologia biológica/física e paleontologia humana) sob o prisma das formas de civilização sem escrita atualmente existentes (etnologia) ou passadas (arqueologia)” (AKOUN, 1972). Mas a Antropologia não se limita apenas ao estudo dos grupos humanos de sociedades tradicionais ou passadas, ela hoje é vista como um conhecimento global do homem e abarca este homem dentro de seu universo histórico e geográfico, aspirando chegar a um conhecimento aplicável em todo seu conjunto, que compreende a trajetória de vida deste homem, desde a época dos hominídeos até as sociedades urbano-industriais deste século e dos que virão. Neste sentido, Antropologia hoje está envolvida com estudos que se inserem em todas as áreas do conhecimento onde ocorra uma interrogação dos seres humanos sobre si mesmos e o “outro”, que tanto pode ser vinculado a uma sociedade sem escrita (ou tradicional), como pertencer às minorias (crianças, mulheres, negros, idosos, mendigos, etc.). O Antropólogo busca em outras áreas de investigação não apenas esboçar a especificidade de sua prática, como também organizar um referencial teórico que não delimite o campo antropológico a um espaço geográfico ou a uma cultura em particular (LAPLANTINE, 1997). A Antropologia estuda o ser humano por inteiro, em todas as sociedades e em todas as épocas, tentando não só compreender, mas também explicar porque

existe tanta diversidade e porque somos tão diferentes. É um estudo interativo, que deve levar em consideração as múltiplas dimensões dos seres humanos na vida em sociedade. Para tanto, embora evite falar em parcelamento do viver social humano, o antropólogo trabalha em algumas áreas bastante específicas que são a Antropologia Biológica ou Física, a Antropologia Pré-histórica, a Antropologia Lingüística ou Etnolingüística, a Antropologia Psicológica e a Antropologia Social ou Cultural (SILVA, 1999).

ANTROPOLOGIA SOCIAL OU ANTROPOLOGIA CULTURAL? A primeira privilegia o estudo das instituições (britânicos), a segunda o estudo dos comportamentos (americanos). Em síntese, podemos falar que estes conceitos são momentos de estudos antropológicos que se diferenciam conforme a abordagem ou escola adotada pelo pesquisador.

APEX (Advance Purchase Excursion Fare): É a tarifa especial praticada no transporte aéreo regular de passageiros, em certas linhas internacionais, que consiste em adquirir com antecedência o bilhete, que não é reembolsável nem pode ter mudança de data. Este sistema permite às empresas aéreas de carreira competir no mercado com os vôos *charters* (fretamento) utilizados pelos turistas.

ASA DELTA, PARAGLYDER, PÁRA-QUEDISMO, BALONISMO [ECO]: São atividades esportivas de vôo, sem sentido de competição (SÃO PAULO, s.d.).

ASAP: É a abreviatura utilizada em turismo, que significa “*as soon as possible*” (assim que for possível).

ATENDIMENTO (ao consumidor): É o processo mercadológico em que atividades humanas são empreendidas com objetivo de satisfazer os clientes.

ATOR: É o indivíduo ou grupo que têm interesse direto ou indireto de uso nos recursos costeiros ou nos ecossistemas e possuem o risco ou perigo de perda ou receberá um benefício de decisões destes usos (CRC, 1996).

ATRATIVO TURÍSTICO [MUN]: 1. É todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo (EMBRATUR, 1992). 2. “... todo elemento material que tem a capacidade própria,

ou em combinação com outros, para atrair visitantes de um determinada localidade ou zona" (CERRO, 1992). 3. Constitui o componente principal e mais importante do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, gere uma corrente turística até a localidade. Os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados.

ATRATIVO: É o elemento que motiva a visita turística; pode ser natural (paisagens, rios, cachoeiras, etc.) ou cultural (museus, festas tradicionais, construções de valor artístico ou histórico, etc.) (SÃO PAULO, s.d.).



BIODIVERSIDADE / DIVERSIDADE BIOLÓGICA [AMB]:

São expressões relativas à quantidade e/ou variedade de espécies (fauna, flora, microorganismos, etc.) de um certo ecossistema ou de uma região.



CANNYONING [ECO]: É a descida de penhascos e/ou cachoeiras, com auxílio de equipamento especial (*rappel*) (SÃO PAULO, s.d.).

CANOEING, CAYAKING [ECO]: É a navegação em rios, lagos ou oceanos com utilização de canoas a remo ou caiaques (SÃO PAULO, s.d.).

CAPACIDADE DE CARGA [AMB]: 1. É a expressão genérica utilizada para designar os instrumentos de planejamento para o uso de áreas naturais e urbanas, protegidas ou não por legislação, visando à manutenção de sua qualidade ambiental, pela minimização de impactos negativos. Em geral, leva em consideração o número de pessoas suportável pela área, num dado tempo, que não comprometa aspectos biofísicos e permita ao mesmo tempo uma experiência agradável aos visitantes (SÃO PAULO, s.d.). 2. É a medida que determina o número máximo de visitantes (por dia, mês e ano) que o meio ambiente

ATRATIVOS DE EVENTOS: São aqueles em que um acontecimento constitui o principal fator para que o turista visite o lugar tais como: feiras, exposições, congressos, convenções e os acontecimentos especiais (que podem ser um evento esportivo, festivo, etc.).

ATRATIVOS DE SÍTIOS: Podem ser: a) Naturais: clima, paisagem, flora, fauna, etc.; b) Usos e costumes: manifestações culturais da população, vestígios de culturas antigas, etc.; c) Estruturas: características gerais das aglomerações urbanas ou as realizações técnicas contemporâneas (arquitetura moderna, sistema de transportes, etc.) (EMBRATUR, s.d.).

AUTÔNOMO: É o indivíduo que exerce habitualmente, sem qualquer vínculo empregatício, atividade profissional remunerada.

Esta diversidade é fundamental ao equilíbrio dos ecossistemas e, conseqüentemente, à conservação ambiental (SÃO PAULO, s.d.).

BÓIA-CROSS [ECO]: É a descida de rios com auxílio de bóias especiais (SÃO PAULO, s.d.).

de uma área consegue suportar ao nível de subsistência, pelos recursos ambientais disponíveis, sem que ocorram alterações nos meios físico e social.

CAPACIDADE DE CARGA PSICOLÓGICA E SOCIAL [PLA]: É "... o nível do impacto humano que, se ultrapassado, ocasiona a deterioração da qualidade da experiência do repouso ao ar livre." (FOSTER, 1973 *apud* RICHEZ, 1992).

CAPACIDADE DE CARGA TURÍSTICA [PLA]: É "... o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações no meio físico e social." (BOO, 1990).

CAPACIDADE DE SUPORTE: Segundo ODUM (1983), é "à medida que um ecossistema torna-se maior e mais complexo, aumenta a proporção da produção bruta que deve ser respirada pela comunidade para sustentá-la e diminui a proporção que pode ser dedicada ao crescimento. No momento do equilíbrio entre

estas entradas e saídas, o tamanho não pode aumentar mais. A quantidade de biomassa que pode ser sustentada sob estas condições denomina-se a capacidade máxima de suporte", ou seja, é a densidade máxima que pode ser sustentada com um dado espaço e uma dada base de recursos.

CAPTAÇÃO DE CONGRESSO [EVE]: É o conjunto de ações em parceria que visam à conquista para a cidade, de eventos que já se realizam periodicamente pelo Brasil, Continente das Américas e pelo Mundo em sistema de rodízio (EMBRATUR, 1995).

CICLO VITAL ou CICLO DE VIDA: O conceito de ciclo de vida do destino turístico toma como referência o mesmo estabelecido pelo marketing de produtos, aplicando-se para a análise do crescimento e do declínio dos equipamentos turísticos e das regiões nas quais esses se localizam. O modelo de análise compreende as seguintes fases: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou rejuvenescimento.

CICLOTURISMO [ECO]: São viagens/passeios de bicicleta, realizados por estradas asfaltadas e/ou sem pavimentação (SÃO PAULO, s.d.).

CLIENTE [EVE]: São as entidades de classe (associações, sindicatos, federações) e seus membros; as empresas, Universidades, as agências de promoção e demais instituições que, direta ou indiretamente, interferem na escolha da cidade sede do evento ou que tenham interesse no aumento da participação dos visitantes para o evento em questão (EMBRATUR, 1995).

COIVARA: Segundo FERREIRA (1986), são restos ou pilhas de ramagens não atingidas pela queimada, na roça à qual se deitou fogo, e que se juntam para serem incineradas a fim de limpar o terreno e adubá-lo com cinzas, para a lavoura.

COLETA DE DADOS: É o estudo exploratório que permite a identificação precisa dos fatos, das tendências, dos agentes envolvidos, dos dados estatísticos, das normas e leis, dos recursos materiais e humanos existentes, dos serviços disponíveis.

COMPLEXO TURÍSTICO [MUN]: É uma superfície variável do território que reúne as

seguintes condições: a) contém atrativos turísticos cuja visita exija pelo menos três dias; b) contém no mínimo um centro turístico urbano; c) contém atrativos e centros turísticos secundários localizados dentro do raio de influência do centro principal (distância máxima de 3 horas, utilizando-se meios de transportes coletivos).

CONGRESSO BRASILEIRO [EVE]: É aquele que reúne participantes de todo o território nacional (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSO INTERNACIONAL [EVE]: É aquele em que, pelo menos 20% dos seus participantes são provenientes de, no mínimo, dois continentes (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSO LATINO AMERICANO [EVE]: É aquele que tem no mínimo 20% de seus participantes de quatro países latino americanos, excetuando-se o país sede (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSO MUNDIAL [EVE]: É aquele que reúne participantes provenientes de países de todos os continentes (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSO REGIONAL (INTERNACIONAL) [EVE]: É aquele que reúne participantes latino-americanos, pan-americanos ou do MERCOSUL (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSO REGIONAL (NACIONAL) [EVE]: É aquele que envolve participantes de determinada região de um país (EMBRATUR, 1995).

CONGRESSOS [EVE]: São reuniões periódicas de participantes de determinadas categorias, promovidas por entidades associativas que os agrega. Este tipo de evento tem por objetivo estudar e discutir temas de interesses diversos de uma determinada área de atuação, os quais podem gerar conclusões formalizadas em um documento final (Anais do Congresso) (EMBRATUR, 1995).

CONTROLE AMBIENTAL: É a atividade que exerce a orientação, a correção, a fiscalização e o monitoramento sobre as ações referentes à utilização dos recursos ambientais, de acordo com as diretrizes técnicas e administrativas e as leis em vigor.

CONVENTION & VISITORS BUREAU [EVE]: É o organismo que algumas cidades dispõem para apoiar, fomentar e viabilizar a captação de eventos e turistas (EMBRATUR, 1995).

COSTA: (Sin. Costeira) Segundo SUGUIO, 1992, é a faixa de terra de largura variável, que se estende da linha de praia (*shoreline*) para o interior do continente até as primeiras mudanças significativa nas feições fisiográficas. Esta faixa varia normalmente de alguns quilômetros a algumas dezenas de quilômetros. Conforme a configuração geral pode-se falar em costa rasa (com praia) ou costão (com falésia marinha).

CRONOGRAMA: É a previsão e a distribuição no tempo (dias, semanas, meses, ano) dos prazos para a execução das diversas fases, etapas e ações de um plano, programa ou projeto.

CULTURA: 1. O termo em seu sentido antropológico não é neutro, estando carregado de história, conteúdo e diversidade, sendo que atualmente está centrado na idéia de relativismo. A partir disto o que se tem como cultura segundo HARRIS (1978) citado por LISCHETTI (1997) é que a diferença entre a cultura humanista (anterior ao século XX) e a cultura antropológica relativista, é que esta em lugar de começar com uma hierarquia herdada de valores, assume que cada sociedade tem o que poderíamos denominar de cultura plural, onde todos os grupos humanos têm

esta cultura por igual, embora cada uma delas possa ser diversificada nos seus sentidos e significados de acordo com o referencial de cada um. Para GEERTZ (1987) cultura é um conceito chave na antropologia, que ele descreve como sendo a totalidade do modo de vida de um povo; nesta relativização sobre cultura chegamos a um conceito de cultura que reúne três aspectos a serem considerados: primeiro seu universalismo – todos os seres humanos têm uma cultura que contribui e define seu caráter humano; segundo, todas as culturas têm uma coerência e uma estrutura própria que leva em conta conceitos universais e conceitos relacionados aos modelos de vida de cada um; terceiro, toda cultura reconhece a capacidade criadora dos seres humanos, que é fruto de um esforço coletivo, sentimento e pensamento humano (LISCHETTI, *idem*). 2. São “(...) os padrões, explícitos ou implícitos do comportamento, adquiridos ou transmitidos por símbolos, que constituem o patrimônio de grupos humanos, inclusive a sua materialização em artefatos. O aspecto mais importante de uma cultura reside nas idéias tradicionais – de origem e seleção histórica – e, principalmente, no seu significado...” (SINGER, 1968).



DEMANDA [PLA]: “... é o rol quantitativo de algum bem ou serviço que será comprado ou consumido a um determinado preço” (SMITH, 1989).

DEMANDA EFETIVA [MUN]: É a quantidade de bens e serviços turísticos.

DEMANDA POTENCIAL [MUN]: É a quantidade de bens e serviços turísticos que podem ser consumidos face a determinado nível de oferta e à existência de fatores facilitadores de acesso e incentivo ao consumo (EMBRATUR, 1992).

DEMANDA TURÍSTICA [MUN]: É a quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e/ou famílias, dado o nível de renda, os preços e necessidades dos consumidores (EMBRATUR, 1992).

DEMANDA/OFERTA TURÍSTICA: É a quantidade de bens e serviços turísticos esperados, exigidos ou realmente consumidos por empresas, por indivíduos ou famílias, considerando-se o

nível de renda, os preços e as necessidades dos consumidores.

DESENVOLVIMENTO: uma premissa básica para o desenvolvimento sustentável. Uso sustentável dos recursos costeiros implica um balanço dinâmico ativado através de planos e mudanças socialmente justas. Pode ser ainda um alto valor em manter os recursos naturais e evitar tanto quanto possível problemas ao sistema natural que está sendo desenvolvido (TISTR, 1986).

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: Desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. Para alcançarmos o desenvolvimento sustentável dois conceitos chaves são necessários: a) conceito de “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a

máxima prioridade; b) a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL [PLA]: É "(...) um processo de transformação, no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas" (CMMAD - COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

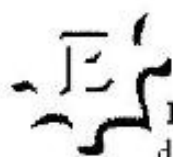
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO [PLA]: É "(...) aquele que atende às necessidades dos turistas atuais, sem comprometer a possibilidade do usufruto dos recursos pelas gerações futuras (WORLD COMMISSION OF ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT, 1987).

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL / SUSTENTABILIDADE [AMB]: É a condição da relação entre o homem e ambiente na qual são levados em conta os direitos das futuras gerações à utilização dos recursos naturais; têm como pressuposto não apenas os interesses econômicos mas também aqueles sociais e as peculiaridades culturais de cada comunidade/sociedade. O conceito de desenvolvimento sustentável é resultado das discussões sobre os limites naturais do planeta para a expansão do ritmo de utilização de recursos não renováveis, o crescimento populacional e o modelo urbano-industrial das sociedades ocidentais iniciadas na década de 70, promovidas pela ONU (SÃO PAULO, s.d.).

DIAGNÓSTICO: 1. O substantivo diagnóstico, do grego *diagnostik'os*, significa o conhecimento ou determinação de uma doença pelos

seus sintomas ou o conjunto de dados em que se baseia essa determinação. Daí, o diagnóstico ambiental poder ser definido como o conhecimento de todos os componentes ambientais de uma determinada área (país, estado, bacia hidrográfica ou município) para a caracterização da sua qualidade ambiental. Portanto, elaborar um diagnóstico ambiental é interpretar a situação ambiental problemática dessa área, a partir da interação e da dinâmica de seus componentes, quer relacionados aos elementos físicos e biológicos, quer aos fatores socioculturais. A caracterização da situação ou da qualidade ambiental (diagnóstico ambiental) pode ser realizada com diversos objetivos. Um deles, a exemplo do que preconizam metodologias de planejamento, servir de base para o conhecimento e exame da situação ambiental, visando a traçar linhas de ação ou tomar decisões para prevenção, controle e correção dos problemas ambientais (políticas ambientais) (FEEMA, 1992). 2. É a análise e descrição atual de determinada situação em que o conhecimento baseia-se no exame do conjunto de fatos, nos dados estatísticos, nos depoimentos, etc. O fator mais importante do diagnóstico reside na apresentação de uma visão analítica do fenômeno turístico na localidade, das variáveis que a determinam e das relações mais importantes.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: É a etapa do planejamento que descreve a situação atual do destino com base nos fatos, nas estatísticas e no seu histórico, obtidos pelo inventário. Ele depende da amplitude do estudo, do tipo do turismo e do local sobre o qual se realiza. O fator mais importante do diagnóstico é a apresentação de uma visão analítica do fenômeno turístico na localidade, das variedades que o determinam e das relações entre seus diversos componentes.



ECOLOGIA HUMANA: Segundo a definição de MAUSS (1974) é o estudo da base material, geográfica, demográfica e instrumental de uma sociedade, ou seja, é o estudo da morfologia social dos grupos humanos, observando sua estrutura e desenvolvimento, bem como a adaptação ao

meio ambiente existente.

ECOSSISTEMA: 1. Entende-se por ecossistema ou sistema ecológico qualquer unidade que inclua o relacionamento entre todos os organismos de uma determinada área - fauna, flora e os microorganismos - e o ambiente físico, levando-se em consideração os fatores

de equilíbrio geológico, atmosférico, meteorológico e biológico. 2. conjunto dos elementos bióticos (fauna, flora, microorganismos, etc.) e abióticos (físicos, químicos, meteorológicos, etc.) presentes num ambiente determinado e com expansão definida, e dos relacionamentos entre tais elementos (SÃO PAULO, s.d.).

ECOTURISMO: Denominação dada ao deslocamento de pessoas a espaços naturais delimitados e protegidos pelo Estado, iniciativa privada ou controlados em parceria com associações locais e ONGs. Pressupõe sempre uma utilização controlada da área com planejamento de uso sustentável de seus recursos naturais e culturais, por meio de estudos de impacto ambiental, estimativas da capacidade de carga e suporte do local, monitoramento e avaliação constantes, com plano de manejo e sistema de gestão responsável. É claro que todas as atividades previstas no turismo ecológico podem, em geral, ser realizadas, desde que rigorosamente observadas as restrições de uso desses espaços. No Brasil, o ecoturismo, além de ser comumente confundido com o turismo ecológico, está até o momento circunscrito a poucos casos, levando em conta que as nossas áreas de conservação e proteção ambiental ainda não dispõem de uma política integrada e de um planejamento estratégico de uso e ocupação voltados especificamente para o turismo (BENI, 1999).

EDUCAÇÃO AMBIENTAL: A Conferência Intergovernamental de TBILISI, em 1977, define que: "A educação ambiental é um processo de reconhecimento de valores e clarificação de conceitos, objetivando o desenvolvimento das habilidades e modificando as atitudes em relação ao meio, para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos. A educação ambiental também está relacionada com a prática das tomadas de decisões e a ética que conduzem para a melhoria da qualidade de vida".

EFEITO MULTIPLICADOR: É o fenômeno que consiste em transformar os resultados de uma realização em modelo aplicável a muitas outras situações ou realidades semelhantes.

EMISSIVO: Adjetivo relativo aos locais de onde partem os turistas ou aos serviços prestados

por empresas aí instaladas (ex.: mercado emissor) (SÃO PAULO, s.d.).

ENTORNO: São todas as circunstâncias de uma situação ou de uma região que se situa em torno de um determinado ponto. O conjunto de todos os elementos (área verde, construções vizinhas, anexas, etc.) que interferem na paisagem.

EQUIPAMENTO URBANO [OET]: São edificações de utilidade pública para atender às funções de: a) Educação: escolas e universidades; b) Saúde: postos de saúde, clínicas, asilos, hospitais, etc.; c) Cultura: igrejas, bibliotecas, museus, teatros, centros de convenções, centros culturais, etc.; d) Transporte: terminais de transbordo (terminais de transporte urbano, rodoviárias, estações ferroviárias, portos e aeroportos); e) Comunicação: correios e postos telefônicos; f) Segurança Pública: postos policiais, presídios, corpo de bombeiros, etc.

EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS: Representam o conjunto de edificações, de instalações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, o entretenimento e diversão, o agenciamento, os transportes, a locação de veículos, os eventos, os guias, a informação e outros serviços turísticos.

ESCALADA / CLIMBING / ALPINISMO: É a atividade esportiva praticada em rocha ou gelo, sem sentido de competição (SÃO PAULO, s.d.).

ESPELEOLOGIA [ECO]: É a visita/exploração de cavernas com ou sem finalidade de estudos dos ambientes subterrâneos (SÃO PAULO, s.d.).

ESTRATÉGIA: É a forma como se deve conduzir uma atividade, a fim de se alcançar satisfatoriamente os objetivos fixados e de se aproximar da situação desejada. Para a definição de uma estratégia devem ser analisadas e consideradas as várias alternativas possíveis.

ESTUDO DO MERCADO TURÍSTICO [MKT]: É "(...) a pesquisa sistemática de todos os fatores que influenciam a escolha de determinada destinação e a venda de serviços aos turistas" (SCHMIDTHAUSER *apud* CONGRÉS DE L'AIEST).

ESTUDOS DO MEIO [ECO]: São visitas com fins claramente educacionais, realizadas em geral por público escolar (SÃO PAULO, s.d.).

ETNIAS: São grupos de famílias de mesma descendência e tradição (afro, indígenas, asiáticos, etc.).

ETNOGRAFIA ou PESQUISA ETNO-ANTRO-POLÓGICA: É a forma encontrada pelo antropólogo de coletar dados em um determinado campo ou localidade, obedecendo a alguns critérios específicos tais como uma prolongada familiaridade com um determinado grupo, região, uma comunidade política, lingüística ou residencial. Este tipo de pesquisa está inserida no contexto das pesquisas de ciências sociais, com abordagem qualitativa ou quanti-qualitativa. Passos da etnografia: elaboração do projeto de pesquisa, aplicação dos métodos e técnicas de coleta de informações antropológicas (pesquisa de campo, observação participante - domesticação teórica do olhar ou olhar etnográfico - entrevista com apreensão dos idiomas culturais - escrever no diário de campo as impressões e a representação do que foi observado e ouvido), análise (conteúdo e discursos - tendências atuais) (BECKER, 1994) e a monografia que tem por finalidade descrever os fatos



FASES DO CAPITALISMO: O capitalismo pode ser dividido em três fases. A primeira fase denominada "comercial" (séculos 16 e 17), foi marcada pelas grandes navegações que levaram os europeus a obterem a hegemonia estratégica sobre todo o planeta e pela ascensão da burguesia à classe dominante suplantando a aristocracia e moldando o sistema liberal democrático. A segunda fase foi a "industrial" (séculos 18, 19 e até metade do século 20) caracterizada pela expansão de linhas de montagem industriais na Europa, América do Norte, Ásia e América Latina e que causaram a urbanização global, o despovoamento dos campos e aplicação sistemática da engenharia e dos métodos científicos de gestão em todas as atividades produtivas. A terceira fase, desenvolvida ao longo do século 20, recebeu o nome de "capitalismo

observados, explicar o sentido destes fatos à luz dos sujeitos pesquisados e interpretá-los observando o significado possível, de acordo com a literatura pertinente ao que foi investigado (Silva, 1999).

ETNOLOGIA OU ANTROPOLOGIA? O primeiro termo corresponde à forma tradicional francesa de estudar os grupos humanos, observando "a pluralidade irreduzível das etnias, isto é, das culturas" (LAPLANTINE, 1997, p.25). O segundo (que é mais usado nos países anglo-saxônicos), distingue a unidade do gênero humano. Ainda sobre Etnologia, LABURTHE-TOLRA & WARNIER (1997) a definem como sendo a síntese de estudos comparativos de sociedades consideradas tradicionais.

EVENTOS PROMOCIONAIS: São shows, competições e acontecimentos de cunho cultural, festivais, exposições de arte, etc. alguns com dimensões que se tornam segmento expressivo em áreas em que são promovidos sistematicamente (EMBRATUR, s.d.).

EXCURSIONISTA [MUN]: Também conhecido como "turista itinerante", excursionista é toda pessoa que se desloca individualmente ou em grupo para local diferente de sua residência permanente, por período inferior a 24 horas, sem efetuar pernoite (EMBRATUR, 1992).

monopolista-financeiro" e caracterizava-se pela crescente globalização do capital e das telecomunicações, pela predominância do setor terciário da economia e pela articulação das grandes empresas multinacionais em uma rede global de produtos e serviços, inclusive virtuais.

FEIRA OU EXPOSIÇÃO PARALELA [EVE]: Consiste em um evento dirigido àquele segmento de público já reunido (Congresso). Usualmente de pequena envergadura, mas permite a inter-relação produto-tema gerando também importantes negócios, que facilitem a viabilização do próprio congresso.

FEIRAS [EVE]: São eventos criados para exposição de serviços e produtos industriais, técnicos ou científicos a serem comercializados, nos quais se reúnem compradores, vendedores, fomentadores e financiadores.

O planejamento criterioso de uma feira, tanto do ponto de vista do organizador, quanto do expositor e do visitante gera uma relação otimizada de custo/benefício. As feiras são também um forte elemento de sustentação de imagem da empresa e/ou produto que se pretende em evidência; podendo, assim,



GEOGRAFIA DO TURISMO [OET]:

É o estudo da organização do espaço geográfico no que concerne aos processos inerentes à paisagem natural e à paisagem edificada, como componentes fundamentais do turismo enquanto fenômeno social.

GERAÇÃO DE EVENTOS [EVE]: É a criação de um evento novo visando atender às necessidades e oportunidades atuais de mercado.



HIKKING [ECO]: É a caminhada de curta duração; usualmente não



IDENTIDADE: É um conjunto de características partilhados pelos membros de um grupo que permite a identificação e a diferenciação das pessoas no interior deste grupo em relação a outros grupos. A identidade gera um princípio de coesão interiorizado por uma pessoa ou por todo um grupo, porém esta identidade nunca está definida totalmente.

IDEOLOGIA: É um conjunto de valores e idéias que informam sobre o *ethos* (atmosfera ética) de uma sociedade ou grupo. Para DUMONT (1975) a ideologia do antropólogo é individualista e a das sociedades que ele estuda é holista.

IMPACTO AMBIENTAL: É qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou por energia resultante das atividades humanas que, direta e indiretamente, afetam: a saúde, a segurança e o bem-estar da população; as espécies de plantas e animais; as atividades sociais e econômicas; as condições estéticas e sanitárias

constituir-se em realizações paralelas aos congressos (EMBRATUR, 1995).

FOLDER: É um impresso promocional, não periódico, constituído de informações resumidas referente a uma oferta, seja produto ou serviço, geralmente tem o formato em uma única folha com duas ou mais dobras.

GERENCIAMENTO: É uma atividade na qual tem por finalidade controlar fatores nos quais tem por influência sobre um curso de eventos nos quais os caminhos e resultados que desejamos influenciar a encontrar objetivos específicos. Um exemplo de gestão ambiental é quando, por exemplo, tentamos manejar áreas florestais que foram desmatadas numa bacia hidrográfica para reduzir a erosão e para prevenir a situação de reservatórios utilizados para a irrigação (TISTR, 1986).

ultrapassa um dia (SÃO PAULO, s.d.).

do meio ambiente; a qualidade dos recursos ambientais.

IMPACTO DO TURISMO: É constituído pela gama de modificações ou pela sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades. As variáveis que provocam os impactos têm natureza, intensidade, direções e magnitudes diversas, porém os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural. Eles têm origem em um processo de mudança e não constituem eventos pontuais resultantes de uma causa específica, como por exemplo, um equipamento turístico ou um serviço.

IMPACTO SOCIOECONÔMICO: É constituído pelos efeitos positivos ou negativos que possam advir de um processo de mudança em uma comunidade, a partir de ações com vistas a diversificar e a fomentar o desenvolvimento social econômico.

IMPACTO: No campo do turismo, diz respeito a qualquer alteração, positiva ou negativa, de uma dada situação (SÃO PAULO, s.d.).

INFRA-ESTRUTURA BÁSICA: É o conjunto de obras de instalações de estrutura física de base que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, tais como sistema de transportes, comunicações e serviços urbanos (redes de abastecimento de água, luz, esgoto, limpeza pública).

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA: É o conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área. São exemplos de Infra-estrutura Turística: sistema de transportes e de comunicações, hotéis, locadoras, posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento, etc.

INFRA-ESTRUTURA URBANA [OET]: É o sistema formado pelas redes de instalações para atender às funções urbanas de circulação (sistema viário), comunicação (sistema de comunicação), suprimento de energia (sistema energético) e saneamento básico (sistema de saneamento). a) Sistema Viário Urbano: Conjunto das vias de circulação intra-urbana; b) Sistema Viário Urbano-Regional: Conjunto das vias de circulação interurbana: rodovias, ferrovias, hidrovias, aerovias; c) Sistema de Comunicação: Conjunto formado pela rede de telefonia e de sinais televisivos; d) Sistema

Energético: Conjunto formado pelas redes de energia predominantemente utilizadas na cidade: eletricidade e gás; e) Sistema de Saneamento: Conjunto formado pelas redes de abastecimento de água potável, de esgotamento sanitário (ou efluentes líquidos domésticos), de drenagem de águas pluviais e de monitoramento de resíduos (coleta, tratamento e disposição final do lixo).

INTERDISCIPLINARIDADE: É a prática de pesquisa/reflexão/atuação envolvendo duas ou mais disciplinas ou ramos de conhecimento (SÃO PAULO, s.d.).

INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA [MUN]: 1. É o levantamento do conjunto dos recursos turísticos de uma determinada região, visando a correta ordenação e exploração do território, de forma a otimizar a utilização de seus recursos naturais e da oferta turística em geral (EMBRATUR, 1992). 2. É o processo pelo qual se registra o conjunto dos atrativos turísticos, dos equipamentos e serviços turísticos, da infra-estrutura de apoio turístico de uma determinada região, visando à correta ordenação e exploração do território, de forma a otimizar a utilização de seus recursos naturais e culturais.



LAZER [PLA]: 1. É a "(...) situação de ter tempo à disposição, à liberdade e à oportunidade para se fazer outra coisa daquelas usuais: trabalhar, dormir e satisfazer as necessidades básicas" (CONGRÊS DE L'AIEST, 31º, 1981). 2. "... uma atividade voluntária, realizada no tempo livre, organizada para o atendimento de objetivos pessoais e sociais, incluindo a recuperação física e a integração social" (KELLY, 1982).

LEGISLAÇÃO AMBIENTAL: É o "conjunto de regulamentos jurídicos especificamente dirigidos às atividades que afetam a qualidade do meio ambiente" (SHANE *apud* INTERIM MEKONG COMMITTEE, 1982 *apud* FEEMA, 1992).

LITORAL: É a faixa de terra emersa, banhada pelo mar (GUERRA *apud* FEEMA, 1992).

É toda a região que se situa entre a plataforma continental e as áreas sob influência da maré mais alta (mangue, bancos de espartina, praias, costões, estuários, etc. ACIESP, 1980 *apud* FEEMA, 1992).

LODGES: São estabelecimentos de hospedagem, localizados em área de selva densa ou de outras belezas naturais conservadas, integrados à paisagem local sem qualquer interferência ao meio ambiente, situados distante de centros urbanos, com ausência ou dificuldades de acesso regular e de serviços públicos básicos; oferecem ao usuário instalações, equipamentos e serviços simplificados, próprios ou contratados, destinados ao transporte para o local, hospedagem, alimentação e programas voltados à integração com o meio ambiente e o seu aproveitamento turístico.



MARKETING: É o conjunto de atividades administrativas que visam ao incremento dos fatores geradores de satisfação junto ao mercado.

MARKETING [MKT]: 1. É "(...) a execução de atividades e negócios que encaminham o fluxo de mercadorias e serviços, partindo do produto até os consumidores finais" (AMERICAN MARKETING ASSOCIATION *apud* SIMÕES, 1984). 2. "A função gerencial que organiza e direciona todas as atividades mercadológicas envolvidas, para avaliar e converter a capacidade de compra dos consumidores, numa demanda efetiva para um produto ou serviço específico, para levá-los ao consumidor final ou usuário, visando, com isto, a um lucro adequado ou a outros objetivos propostos pela empresa" (BRITISH INSTITUTE OF MARKETING).

MARKETING TURÍSTICO [MKT]: É "(...) a adaptação sistemática e coordenada da política das empresas de turismo, tanto privadas como do Estado; no plano local, regional, nacional e internacional, visando à plena satisfação das necessidades de determinados grupos de consumidores, obtendo com isso, um lucro apropriado" (KRIPPENDORF, 1980).

MARKETING TURÍSTICO [MUN]: É o conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece (EMBRATUR, 1992).

MEIO AMBIENTE: É a interação de elementos naturais, artificiais, socioeconômicos e culturais, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas. O meio ambiente



OBJETIVO: É um relatório das condições para serem alcançadas ou criadas com respeito a um tema ou problema costeiro, definido sem uma referência específica para a eficácia dos recursos ou

é composto do meio físico, meio biológico e meio socioeconômico.

MERGULHO [ECO]: É a atividade esportiva praticada em ambiente aquático, com ou sem equipamento de respiração artificial (mergulho autônomo e *snorkelling*), sem sentido de competição (SÃO PAULO, s.d.).

MITO: Designa uma história contada sem autor e sem origem, história de deuses ou de coisas, que fornece a possibilidade de uma pessoa manter contato com o mundo invisível, necessariamente imaginado e relatado em quase todas as sociedades humanas; seu emissor é a sociedade e conseqüentemente as pessoas que a escutam e vão lhe atribuindo significados e uma origem sobrenatural. Existem hoje entre os pesquisadores quem estude a identidade dos conteúdos e das formas entre os mitos, os contos de fadas e os sonhos, que para estes nascem das mesmas fontes dinâmicas e compõe-se de representações dos sujeitos e de suas sociedades. O mito não tem finalidade explicativa, o seu objetivo é confirmar a fé em algo. Em função disto, o mito determina uma série de comportamentos e relações que levam à criação de práticas a cultos, pessoas ou situações denominadas de ritos, servindo estas práticas de reforço a determinadas estruturas ideológicas (como as religiões) que se vinculam aos mitos.

MONTANHISMO [ECO]: É o nome genérico das atividades praticadas em ambiente de montanha; pode incluir escaladas e/ou caminhadas (SÃO PAULO, s.d.).

MOUNTAIN BIKING [ECO]: São atividades esportivas realizadas em trilhas e/ou estradas sem pavimentação, com bicicletas especiais para terrenos acidentados, sem sentido de competição (SÃO PAULO, s.d.).

orçamento para alcançá-lo.

OBSERVAÇÃO ASTRONÔMICA [ECO]: É a atividade voltada para avistamento de fenômenos celestes, com ou sem ajuda de aparelhos (SÃO PAULO, s.d.).

OBSERVAÇÃO DE FAUNA E FLORA [ECO]: É a atividade voltada para avistamento de espécies particulares (aves, borboletas, orquídeas, etc.) (SÃO PAULO, s.d.).

OFERTA TURÍSTICA: É o conjunto de atrativos turísticos, assim como bens e serviços, que provavelmente induzirá as pessoas a visitarem especialmente um país, uma região ou uma cidade. A oferta turística compõe-se dos serviços de alojamento, de alimentação, de agenciamento, de lazer e de outros, bem como da infra-estrutura local.

ONG: É qualquer grupo social formalmente organizado que não tenha vínculo com o

Estado; tem caráter temático (profissional, ambiental, sexual, educativo, etc.) e, em geral, tem participação ativa em discussões de problemas sociais (SÃO PAULO, s.d.).

ONG'S (Organizações Não-Governamentais): Entidades independentes da administração pública. Funcionam como consultoras e, às vezes, executoras de iniciativas que melhoram a qualidade de vida (FOLHA DE SÃO PAULO, 26.05.96).

ORGANIZADORES DE CONGRESSOS [EVE]: São empresas especializadas que prestam serviços de assessoria, planejamento e organização de eventos (EMBRATUR, 1995).



PAISAGEM: Dos muitos conceitos de paisagem, interpretados por profissionais de diversas áreas, os mais atuais a definem como sendo a expressão do produto de interação espacial e temporal do indivíduo com o meio (UICN, 1984).

PAISAGEM [OET]: É o sistema geográfico formado pela influência dos processos naturais e das atividades antrópicas e configurado na escala da percepção humana. (Segundo Pierre George, 1975: Dictionnaire de la Géographie: "paisagem é a porção do espaço analisada visualmente")

PAISAGEM EDIFICADA (ou cultural) [OET]: É o conjunto formado pelos símbolos ou expressões culturais, pelas características físicas construídas do espaço humanizado (urbano ou rural) e seu entorno natural.

PAISAGEM NATURAL [OET]: É o conjunto das características biofísicas de uma região: clima, geologia, geomorfologia, solo, relevo, hidrografia, flora e fauna.

PARTICIPAÇÃO: Prática difundida e sem conotação ideológica, indicando a associação entre a sociedade civil, Estado e população na administração pública. Pode incluir ainda iniciativa provada (FOLHA DE SÃO PAULO, 26.05.96).

PATRIMÔNIO CULTURAL: É o conjunto de bens materiais, culturais, simbólicos e espirituais de uma sociedade, nos quais se incluem: os conjuntos urbanos, arquitetônicos e os sítios de valor histórico, paisagístico, arqueológico, paleontológico e científico.

PATRIMÔNIO HISTÓRICO / CULTURAL: É o conjunto de bens materiais ou simbólicos representativos do conhecimento e da experiência de um povo (edificações, monumentos, folclore, tradições, etc.) (SÃO PAULO, s.d.).

PATRIMÔNIO HISTÓRICO: É a parte do patrimônio cultural que compreende as edificações, os monumentos, os espaços públicos, o acervo documental e bibliográfico, o complexo artístico de uma comunidade. Pelo decreto-lei 25 de 30.11.1937 que organiza o SPHAN, patrimônio histórico e artístico é assim definido: "O conjunto de bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnológico, bibliográfico ou artístico".

PATRIMÔNIO TURÍSTICO [MUN]: É a disponibilidade de elementos turísticos de uma região ou país, em determinado momento, em condições de funcionar como atrativos turísticos. É formado dos atrativos turísticos, dos equipamentos e instalações turísticas e da infra-estrutura turística (EMBRATUR, 1992).

PENÍNSULA: Segundo SUGUIO (1992), penínsulas constituem-se por massas continentais circundadas quase completamente pelas águas, sendo ligada ao continente por uma estreita faixa de terra denominada de *istmo*.

PERCEPÇÃO: A percepção é sempre um processo seletivo de apreensão. Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma

diferenciada; nessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto, para chegar ao seu significado. A percepção não é ainda o conhecimento, que depende de sua interpretação e esta será tanto mais válida quanto mais limitarmos o risco de tornar por verdadeiro o que é só aparência (SANTOS, 1996).

PERFORMANCE CULTURAL: Adotando a idéia de TURNER (1987), é uma orquestração de meios simbólicos comunicativos que se originam dos dramas sociais e são expressos na forma de gêneros performativos tais como teatro, concertos, palestras, ritos, rezas, cerimônias, festivais, casamentos, enfim, expressões culturais marcadas por um limite temporal, uma seqüência de programas e atividades organizado, um conjunto de atores sociais, uma platéia, um lugar e uma ocasião para ocorrer. Esta experiência pode ser observada de forma direta e é composta de uma "mídia cultural", que são meios de comunicação que incluem a linguagem falada e meios não lingüísticos tais como cantos, danças, interpretações performativas de meios simbólicos, etc. Sua característica dominante é a função poética e estética que produz nos participantes momentos nos quais a realidade fica em relevo e há uma sensação de saída do cotidiano.

PESQUISA DE MERCADO: É a pesquisa sistemática de todos os fatores que influenciam a escolha de determinado destino e a venda de serviços turísticos. Ela tem por objetivo conhecer as tendências da demanda real e potencial, saber qual a imagem do produto e apontar as técnicas de publicidade mais adequadas.

PLANEJAMENTO: é utilizado para referir-se ao processo no qual as autoridades estatutárias e outras produzem planos e selecionam projetos de desenvolvimento (TISTR, 1986).

PLANEJAMENTO [PLA]: 1. É "... o desenvolvimento de estratégias que permitam a uma organização comercial visualizar as oportunidades de lucros em determinados segmentos de mercado" (HARRY & SPINK, 1990). 2. "... um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos

materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos" (ESTOSL & ALBUQUERQUE).

PLANEJAMENTO TURÍSTICO [MUN]: É o processo pelo qual se analisa a atividade turística de um país ou região, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante estabelecimento de objetivos, metas e instrumentos, com os quais se pretende impulsioná-la, coordená-la e integrá-la ao conjunto macroeconômico em que se encontra inserida (EMBRA TUR, 1992).

PLANO: É um documento resultante de um exercício de planejamento completo. Este contém uma análise dinâmica da situação, a declaração de objetivos, ou alvos a serem atingidos, uma descrição dos projetos e programas de ação a serem levados para atingirmos tais objetivos ou resultados. Leva em consideração o significado para serem utilizados, quem irá utilizá-los, quando e como o plano será implementado e por quem (TISTR, 1986).

PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO: É o conjunto de medidas, de tarefas e de atividades por meio das quais se pretende atingir as metas, o detalhamento e os requisitos necessários para a ordenação e a exploração de áreas com potencialidade turística.

PLANO DIRETOR: É um instrumento básico da política de desenvolvimento e de planejamento urbano municipal, aprovado pela Câmara Municipal, obrigatório para cidades com mais de vinte mil habitantes.

PLANO TURÍSTICO [MUN]: É o documento que resume o conjunto de ações, programas e projetos propostos durante o processo de planejamento (EMBRA TUR, 1992).

PLANOS DE AÇÃO: Padrões nos quais guiam as escolhas das tomadas de decisão sobre a utilização dos recursos costeiros e levam a tomar direções específicas para o gerenciamento.

PÓS-MODERNIDADE: Não há consenso acadêmico sobre essa expressão difundida ao longo da década de 1980. Caracteriza-se "pela

incredulidade perante o metadiscorso filosófico-metafísico, com suas pretensões atemporais e universalizantes” (LYOTARD). Seria a face cultural e ideológica das sociedades pós-industriais, profundamente marcada pela fragmentação e pelo ceticismo perante metadiscursos como a psicanálise, o marxismo, o positivismo, etc. Por isso, é vista com muito desprezo pelos marxistas ortodoxos e pelos nacionalistas conservadores.

PROBLEMA: É uma determinada condição de uso de um recurso costeiro que seja saliente ou importante para dois ou mais atores e nos quais é o assunto de um conflito ativo ou de algum desacordo (CRC, 1996).

PRODUTO TURÍSTICO [MKT]: 1. É “(...) a amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica e numa determinada destinação, as facilidades e as formas de acesso, das quais o turista compra a combinação de atividades e arranjos” (MEDLIK & MIDLETON *apud* CONGRÉS DE L’AIEST). 2. Bem ou serviço negociado na indústria turística; pode ser unitário (passagem aérea, serviço de guia do turismo, hospedagem, etc.) ou um conjunto destes (pacote de viagem) (SÃO PAULO, s.d.).

PROGRAMA TURÍSTICO [MUN]: É o conjunto de projetos, integrados entre si e vinculados por uma ou várias características comuns, cujo conteúdo está sujeito às condições de coerência, interdependência e periodicidade. Deve materializar uma ou várias metas fixadas no plano turístico do qual faz parte, constituindo uma proposta prática e aprofundada do plano (EMBRATUR, 1992).

PROJETO TURÍSTICO: É o conjunto de informações e estimativas que envolvem o detalhamento econômico, financeiro, tecnológico

e administrativo, de determinado ponto ou segmento do programa estabelecido para aperfeiçoamento ou desenvolvimento de atividades turísticas (EMBRATUR, 1992).

PROMOÇÃO DE VENDAS NO TURISMO [MKT]: São “as medidas que visam aprimorar os contatos pessoais entre os representantes dos produtores turísticos e os compradores potenciais e a otimização do contexto no qual esses contatos acontecem” (KRIPPENDORF, 1980).

PROMOTOR DE FEIRA [EVE]: São empresas especializadas que prestam serviços de assessoria, planejamento e organização de feiras (EMBRATUR, 1995).

PROPAGANDA COMERCIAL (ou publicidade): É a forma de comunicação persuasiva e identificada empreendida através de meios de comunicação.

PROPAGANDA NO TURISMO [MKT]: “(...) corresponde a todas as medidas, por meio das quais os empresários e órgãos públicos tentam influenciar os turistas potenciais, sem nenhum contato pessoal, ou seja, a distância, visando ao incremento das vendas dos seus produtos” (MULLER *apud* KRIPPENDORF, 1980).

PROTEÇÃO / CONSERVAÇÃO / PRESERVAÇÃO AMBIENTAL [AMB]: São expressões muitas vezes utilizadas como sinônimos, mas conceitualmente diversas; proteção tem um sentido genérico de atenção, cuidado e defesa do ambiente; conservação diz respeito a formas racionais de apropriação dos recursos naturais, baseadas na possibilidade de continuidade dessa mesma apropriação e na manutenção ou mínima interferência nas condições ambientais; preservação relaciona-se com propostas de não intervenção humana na natureza, de defesa da sua intocabilidade (SÃO PAULO, s.d.).



QUALIDADE AMBIENTAL: Segundo RODRIGUES (1994 Com. pess.), é a capacidade relativa de um meio ambiente para satisfazer às necessidades e desejos de um indivíduo e sociedade. São parâmetros de qualidade ambiental a serem avaliados: a) Saneamento ambiental: disponibilidade, contaminação e qualidade d’água, efluentes

locais, ar, conforto térmico; b) Estética ambiental: beleza estética de elementos naturais e antropogênico; c) Tratamento de resíduos domésticos e industriais: reciclagem, instalações operacionais; d) Valores culturais da relação homem-meio ambiente: grau de cultura ecológica, apreciação social da percepção ambiental, respeito às normas e regras

inerentes à estrutura e funcionamento dos ecossistemas.

QUALIDADE DE VIDA: Segundo RODRIGUES (1994 Com. pess.), é o grau de satisfação das necessidades materiais e espirituais de um indivíduo na sociedade. São parâmetros da qualidade de vida: a) Alimentação e nutrição: consumo de calorias, saúde alimentar; b) Condições de vida: mortalidade geral e infantil, doenças mais comuns nas populações, riscos de enfermidades; c) Educação: nível de escolaridade, analfabetismo, número de escolas, pessoal docente; d) Condições de trabalho: nível de renda, população economicamente ativa; e) Recreação: esportes, programas, espetáculos, férias e passeios; f) Segurança: violência.

QUALIDADE ECOLÓGICA: Segundo RODRIGUES (1994 Com. pess.), é a capacidade dos

geosistemas para funcionar adequadamente, garantindo a conservação e restabelecimento de suas propriedades originais e sua produtividade. Os parâmetros de qualidade ecológica a serem avaliados são: a) Funcionalidade: balanço de energia; matéria e informação; coerência; integridade; organização funcional; estados estáveis; capacidade de regulação e recuperação, cumprimento das funções geológicas; b) Potencial: biogeodiversidade; grau de degradação; ocorrência de processos negativos; conservação do patrimônio natural; alteração de potenciais; c) Uso apropriado de recursos: relação uso-potencial; tipo e intensidade de impacto; capacidade de carga; potencial e real; qualidade de manejo e gestão; aplicações tecnológicas; retorno de benefícios à sociedade.



RAFTING [ECO]: São descidas de rios encachoeirados feitas em botes infláveis (SÃO PAULO, s.d.).

RECEPTIVO: É o adjetivo relativo aos locais que recebem turistas ou às empresas e serviços prestados por eles no local de visitação (ex.: núcleo receptivo) (SÃO PAULO, s.d.).

RECREAÇÃO [PLA]: São "... atividades realizadas durante o tempo de lazer e que visam à recuperação do desgaste psico-físico provocado pelas atividades profissionais." (CONGRÉS DE L'AIEST, 31º. 1981).

RECURSOS ARQUEOLÓGICOS ou SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS: São todos os lugares onde se encontram monumentos e objetos que representam vestígios e registros da vida e da cultura de tempos passados.

RECURSOS DE HERANÇA CULTURAL: São os recursos que resultam do desenvolvimento das atividades humanas e compreendem o conjunto de manifestações culturais, materiais ou espirituais de um país, de uma região ou de um local, como, por exemplo, os monumentos históricos, os sítios arqueológicos, o folclore, o artesanato, a gastronomia.

RECURSOS TURÍSTICOS CULTURAIS [MUN]: São os recursos que resultam do desenvolvimento das atividades humanas e compreendem

o conjunto de manifestações culturais, materiais ou espirituais de um país, região ou local (EMBRATUR, 1992).

RECURSOS TURÍSTICOS NATURAIS [MUN]: São os recursos que estão distribuídos no espaço geográfico e que constituem aquilo que se convencionou chamar de paisagem, identificados ou qualificados como de valor para uso turístico (EMBRATUR, 1992).

RELAÇÕES SOCIAIS: São as interações que se produzem entre as pessoas e os grupos, ou entre pessoas com outras pessoas, ou entre grupos; algumas interações podem ser permanentes, periódicas, episódicas, amistosas, negativas ou destrutivas. Todos os grupos podem constituir relações sociais, mas nem toda relação social leva à formação de grupos. Vista assim, a interação social no contexto das relações sociais, é uma contínua negociação entre as pessoas (atores sociais), podendo haver rupturas, crises, tentativas de compensação e de resolução de problemas (LANGDON, 1996).

RELIGIÃO: É uma das mais antigas manifestações do pensamento, onde as pessoas postulam a existência de um meio ambiente invisível em pé de igualdade com o mundo visível embora não possa ser evidenciado da mesma maneira. Nas religiões as pessoas evocam seres, forças, lugares sagrados e uma força superior misteriosa

que chamam conforme o caso de Deus, Espírito, Anjo, Demônio, enfim, uma força que pode determinar e dominar o mal e o bem, assim como salvar e encaminhar a "alma" de uma pessoa após sua morte.

RETROALIMENTAÇÃO ou FEEDBACK: É o



SAFÁRI FOTOGRÁFICO [ECO]:

É a viagem cujo objetivo principal é a realização de fotografias (SÃO PAULO, s.d.).

SAZONALIDADE: É a característica da atividade turística que consiste na concentração das viagens em períodos determinados (férias, feriados prolongados) e para o mesmo tipo de região (verão - praia; inverno - montanha/interior); alta e baixa temporada (SÃO PAULO, s.d.).

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO [MUN]:

É a distribuição do mercado em grupos homogêneos em função de algumas características que identificam seus componentes (EMBRATUR, 1992).

SEGMENTO DE MERCADO: É o conjunto de consumidores com características comuns (ex.: terceira idade) ou ainda subdivisão do mercado por atividades (ex.: turismo de negócios, científico, ecoturismo) (SÃO PAULO, s.d.), serviços turísticos, atrações, acessos e facilidades colocados no mercado, à disposição dos turistas, em conjunto ou individualmente, visando atender suas necessidades, solicitações ou desejos (EMBRATUR, 1992).

SIGNIFICAÇÃO: É um domínio da antropologia que permite construir sistemas mais ou menos conscientes de representações coletivas em um dado campo social. O sentido (isto é, as direções e as intencionalidades) destas representações, dependem deste campo social onde estão inseridos os grupos humanos e suas distintas culturas. Estas significações por sua vez quando ordenadas com um mínimo de classificação dos fenômenos e suas correspondências entre eles, formam uma visão de mundo que denominamos de ideologia.

SISTEMA DE TURISMO [PLA]: É "... o conjunto de procedimentos e doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados e coesos, com a intenção de descrever o funcionamento

processo pelo qual se produzem modificações em planejamentos, em programas, em projetos ou em ações a partir do efeito produzido pela ação executiva, avaliada e medida por meio do acompanhamento. É um processo contínuo de ação e de avaliação.

da atividade turística como um todo" (BENI, 1987).

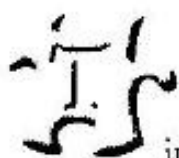
SOCIEDADE: É uma palavra geral e abstrata, que na antropologia é utilizada para falar de grupos humanos numericamente relevantes e estáveis, onde se transmite uma cultura ou civilização. Não há civilização sem sociedade, sociedade sem história, sendo toda ela constituída por grupos (família, cidade ou aldeia, colégios, partidos políticos, etc.). Os grupos por sua vez possuem categorias hierárquicas tais como: pais e filhos, marido e esposa, avô e neto, quem decide e quem executa e assim por diante.

SOCIEDADES PÓS-INDUSTRIAIS: É o nome dado às formações sociais surgidas a partir da metade do século 20 (segundo alguns autores a partir da década de 70). São caracterizadas pela predominância do setor terciário (comércio e serviços) na formação do Produto Interno Bruto (PIB) de países ou regiões; pela concentração da população economicamente ativa (PEA) no setor terciário; e pelas novas tecnologias que afetaram os processos produtivos, administrativos, burocráticos e financeiros da economia pós-industrial.

SUPERESTRUTURA TURÍSTICA [MUN]:

Refere-se à complexa organização que permite harmonizar a produção e a venda dos serviços turísticos, compondo-se das instituições públicas e privadas que exploram os equipamentos, a infra-estrutura de apoio, o processo e a comercialização do produto turístico (EMBRATUR, 1992).

SUSTENTABILIDADE: O termo, quando relacionado à questão do desenvolvimento, significa a racionalização do uso, a conservação e a proteção adequada dos recursos do patrimônio natural, ambiental e cultural, em harmonia com a sobrevivência humana e o bem-estar social, não apenas na atualidade, mas principalmente visando às gerações futuras.



TÁLUS: Corpo de tálus são corpos instáveis frente às modificações de sua geometria, principalmente na porção basal e frente às alterações no sistema de infiltração e circulação das águas.

TEMPO LIVRE [PLA]: É "... aquele em que o indivíduo está 'livre' para optar pela realização de atividades ou experiências vivenciais para sua emancipação, integração social, regeneração, contemplação, etc." (PICHLER, 1991).

TRADE TURÍSTICO [EVE]: São organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1995).

TRADE: É um conjunto de agentes, operadores, hoteleiros, transportadores e prestadores de serviços turísticos; utilizado também como sinônimo de mercado ou de setor empresarial (SÃO PAULO, s.d.).

TREKKING [ECO]: É uma caminhada com duração de mais de um dia, incluindo pernoites no meio natural, na qual os participantes transportam seus equipamentos (SÃO PAULO, s.d.).

TURISMO [PLA]: É "... o movimento de pessoas, por tempo determinado, para destinações fora de seu local de residência, e as atividades realizadas durante o tempo de permanência nas localidades visitadas" (CONGRÉS DE L'AIEST, 31º, 1981).

TURISMO CONVENCIONAL: É a atividade turística cuja motivação não está associada a interesses específicos como cultura, religião, recurso natural, esporte ou outras atividades isoladas, podendo enfocar um ou mais desses atrativos, porém com o intuito maior de descanso, lazer, entretenimento e obtenção de conhecimentos genéricos sobre a localidade visitada (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO CULTURAL: 1. É aquele que se pratica para satisfazer o desejo de emoções artísticas e informação cultural, visando à visita a monumentos históricos, obras de

arte, relíquias, antigüidades, concertos, musicais, museus, pinacotecas (EMBRATUR, 1992). 2. São viagens com amplo interesse, tanto pela diversidade de modalidades artísticas como pelos níveis ou origens de expressão: popular, de massa, erudita, urbana, rural, nativa... O que parece caracterizar mais fortemente o segmento é a intenção de apreciar manifestações e obras de arte, seja pelo aspecto estético ou histórico (VAZ, 1999). 3. Turismo cultural pode ser definido como um fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre indivíduos e seus grupos sociais, ou de culturas diferentes. 4. Para ANDRADE (1997:71), turismo cultural pode ser definido como aquele tipo de turismo que possui conotação restritiva e abrange exclusivamente as atividades que se efetuam através de deslocamentos para satisfação de objetivos de encontro com emoções artísticas, científicas, de formação e informação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e da criatividade do homem.

TURISMO DA TERCEIRA IDADE: É aquele destinado à melhoria da qualidade de vida da terceira idade (pessoas maiores de 50 anos) e diminuir os efeitos de sazonalidade do turismo, desenvolvendo roteiros, programas e atrativos para a maior idade e apoiando a criação de clubes (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO DE AVENTURA [MUN]: 1. É o turismo que pressupõe uma programação com atividades participativas, onde o turista passa a ser protagonista, exigindo instalações, equipamentos, serviços auxiliares e guias especializados. Caracteriza-se por viagens em que predominam a busca do desconhecido, as aventuras românticas, de caça e pesca, conquista de acidentes geomorfológicos e assemelhados (EMBRATUR, 1992). 2. É a atividade turística que pressupõe uma programação participativa, em que o turista passa a ser protagonista, envolvendo diferenciados níveis de risco e imprevistos. Caracteriza-se por viagens em que predominam a busca do desconhecido, o desafio físico, a conquista de

acidentes geomorfológicos e esportes assemelhados (EMBRATUR, s.d.). 3. São caminhadas (*trekking*), canoagem, ciclismo e mergulho são algumas das modalidades que compõem o turismo de aventura, cujos pacotes geralmente levam à prática dessas atividades em destinações exóticas, como garimpar ouro na Sibéria, descer corredeiras na América do Norte, fazer caminhadas no Himalaia, roteiros ciclísticos na África e mergulhos no Oceano Pacífico, em áreas habitadas por tubarões (VAZ, 1999).

TURISMO DE CONGRESSO E EVENTOS

PROMOCIONAIS: É o conjunto de atividades exercidas pelas pessoas que viajam a fim de participar de congressos, convenções, assembleias, simpósio, seminários, reuniões, ciclos, sínodos, concílios e demais encontros que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamentos ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos dos campos científicos, técnicos, religiosos para o alcance de objetivos profissionais, culturais, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO DE INCENTIVO: 1. É aquele constituído por viagens-prêmio concedidas com o objetivo de incentivar o desempenho profissional e/ou recompensar o cumprimento de metas, como cotas de venda para o pessoal de vendas, de compra para consumidores, melhoria de padrões qualitativos, etc. (EMBRATUR, s.d.). 2. São viagens para premiar ou reconhecer a excelência profissional com um diferencial de forte apelo cultural, emocional e psicológico, que proporcionam aos vencedores o lazer e o descanso merecidos em meio às atividades grupais prazerosas e altamente socializadoras (HOELLER, 1999). 3. São viagens para recompensar as pessoas com objetos que marcam uma façanha realizada. Baseia-se em viagens de reconhecimento e recompensa (VAZ, 1999).

TURISMO DE NEGÓCIOS: 1. É o conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para

conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens e serviços (ANDRADE, 1997). 2. É o segmento formado por executivos e empresários que viajam para reuniões privadas, com o objetivo de discutir bases de transações, estabelecer alianças e parcerias, realizar fusões de empresas, bem como para fechar negócios, adquirindo produtos, insumos e artigos (VAZ, 1999). 3. São viagens motivadas por interesses voltados a uma atividade lucrativa ou de desenvolvimento profissional. É a ação cujo propósito é a possibilidade de realização de contatos, negócios ou obtenção de conhecimentos a eles relacionados (LLEIDA, 1993)

TURISMO DE SAÚDE [MUN]: 1. É aquele praticado por pessoas que se deslocam em busca de climas ou estações de tratamento, onde possam recuperar a saúde (EMBRATUR, 1992). 2. É a atividade turística praticada por indivíduos ou grupos que se deslocam em busca de recursos naturais terapêuticos ou estações de tratamento, onde possam recuperar a saúde física e/ou mental. Também pode ser chamado de turismo de tratamento ou terapico (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO ECOLÓGICO [PLA]: 1. É "... uma forma responsável de viajar em áreas naturais, conservando o meio ambiente e proporcionando o bem estar para os moradores das destinações" (LINDERBERG & HAWKINS, 1993). 2. Denominação dada ao deslocamento de pessoas para espaços naturais, com ou sem equipamentos receptivos, motivadas pelo desejo/necessidade de fruição da natureza, observação passiva da flora, fauna, da paisagem e dos aspectos cênicos do entorno - neste sentido, pode ser também chamado de turismo da natureza, turismo verde. Incluem-se aqui também aquelas que buscam uma observação participante e interativa com o meio natural, na prática de longas caminhadas, escalada, desbravamento e abertura de trilhas, *rafting*, outros esportes radicais em que a natureza é apenas o pano de fundo para o desafio de superar limites físicos de tolerância como *canyoning*, *off-road*, *rappel* (neste sentido, pode também confundir-se, segundo alguns autores, com o chamado turismo de aventura

e inserir-se no desportivo como nos Jogos da Natureza). Somam-se a essas atividades o exercício eventual da caça e pesca, excursões programadas para pontos geográficos de interesse turístico: rios, ilhas, montanhas e chapadas, grutas e cavernas, minas e jazidas. Em todos esses casos, ainda que haja uma preocupação de educação e conscientização ambiental, a característica dominante é uma maior flexibilização ou inexistência de restrições rígidas e limites à utilização do espaço visitado (BENI, 1999).

TURISMO ECOLÓGICO ou ECOTURISMO [MUN]: 1. É o turismo desenvolvido em localidades com potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar a exploração turística ao meio-ambiente, harmonizando as ações com a natureza bem como oferecendo ao turista um contato íntimo com os recursos naturais e culturais da região, contribuindo para a formação de uma consciência ecológica (EMBRATUR, 1992). 2. É a atividade turística praticada em áreas naturais conservadas, cujo interesse é o contato com os elementos da natureza e com a cultura local, em estado original, constituindo-se como principais atrativos a fauna, a flora, os recursos hídricos, os acidentes geomorfológicos e as belezas cênicas, bem como as características socioculturais das comunidades locais (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO EMISSIVO [MUN]: É aquele gerado pela saída de pessoas residentes no país/região, as quais permanecem mais de 24 horas e menos de um ano no local de chegada, não recebendo remuneração no local visitado (EMBRATUR, 1992).

TURISMO EQUÉSTRE / TROPEIRISMO [ECO]: É a viagem realizada com a utilização de transporte por cavalos, ou envolvendo passeios deste tipo (SÃO PAULO, s.d.).

TURISMO ESOTÉRICO [ECO]: É um tipo de viagem com motivação mística, espiritual e/ou pretensamente sobrenatural (visitas a lugares místicos e/ou mitológicos, por exemplo).

TURISMO ÉTNICO: É a atividade turística destinada a favorecer a criação de correntes turísticas específicas para conhecer, conviver e integrar-se com as diferentes etnias formadoras da raça brasileira (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO NAÚTICO: É aquela atividade turística cuja motivação está associada ao litoral, rios, lagos, lagoas, voltadas assim, às atividades e esportes náuticos (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO RECEPTIVO [MUN]: É aquele gerado por visitantes de outros países ou regiões emissoras, os quais permanecem mais de 24 horas e menos de um ano no local de chegada, não recebendo remuneração no país/região visitada (EMBRATUR, 1992).

TURISMO RELIGIOSO: 1. É aquele motivado pela fé ou necessidade de cultura religiosa, seja através de visitação a igrejas e santuários, seja por peregrinação, romarias ou congressos eucarísticos (EMBRATUR, 1992). 2. É o conjunto de atividades com a utilização parcial ou total de equipamentos e a realização de visitas a lugares ou regiões que despertam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade nos fiéis de qualquer tipo ou em pessoas vinculadas a religião (ANDRADE, 1997). 3. São viagens em função da amplitude e alcance das crença, doutrina, corporação e a ordem, ou seja: a) Crença Religiosa: enquadram-se nesta característica todas as pessoas que acreditam em concepções de vida espiritual, de forças sobrenaturais e da divindade como origem do Universo e de suas leis; b) Doutrina Religiosa: esta característica diz respeito às grandes correntes religiosas, às doutrinas de maior expressão no mundo, como o Budismo, Confucionismo, Cristianismo, Islamismo e outras; c) Corporação Religiosa: corresponde às organizações formalmente constituídas que remetem a uma grande religião, como, por exemplo, as Igrejas Católicas, romana e grega, as Igrejas Protestantes (Históricas como o Luteranismo e o Calvinismo, ou Pentecostais, em suas diversas ramificações, as diversas variantes do Espiritismo; d) Ordem Religiosa ou Seita: viagens de dirigentes e afiliados a ordem religiosa ou seita (VAZ, 1999).

TURISMO RURAL / AGROTURISMO [ECO]: 1. viagem que envolve vivência em propriedades rurais, usualmente com o acompanhamento da rotina de trabalho destas (SÃO PAULO, s.d.). 2. É a atividade turística praticada no espaço rural, constituindo um subproduto das atividades produtivas originais

representadas pela agricultura, criação de animais e outras formas de produção rural, agregando a esses recursos remuneratórios oriundos da atividade turística. As características da produção rural, a forma como se dá essa produção nos espaços natural e construído, o modo de vida dos trabalhadores rurais, a arquitetura típica, a culinária, o artesanato e demais manifestações culturais tradicionais formam o universo de atrativos almejados pelo turista (EMBRATUR, s.d.).

TURISMO RURAL: É a denominação dada ao deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite para fruição dos cenários e instalações rurícolas - neste sentido, alguns autores valem-se do excesso da expressão turismo no meio rural para incluir também o agroturismo. Mas, o turismo rural tem características próprias bem definidas. Em termos de permanência e de utilização de equipamentos, tanto pode apresentar instalações de hospedagem em casas de antigas colônias de trabalhadores e imigrantes dos distintos períodos agrários do Brasil, bem como com sedes de fazendas e casas de engenho dos ciclos do café e da cana de açúcar, que tipificam o patrimônio histórico-arquitetônico e étnico-cultural de muitos Estados brasileiros, quanto também em propriedades modernas, complexos turísticos e hotéis-fazenda, particularmente voltados aos turistas que buscam lazer e recreação em atividades agropastoris. As origens do turismo rural podem ser identificadas em duas vertentes: a primeira está nas experiências já consolidadas em vários países e, também no Brasil, consubstanciadas no desenvolvimento de uma oferta de serviços de lazer e hospedagem em propriedades rurais no campo em pequenas, médias e grandes propriedades. Quando o turismo passa a ser então, a principal atividade produtiva, explicita o próprio conceito de turismo rural. A segunda vertente reside nos casos de propriedades não produtivas que possuem amplas instalações receptivas, algumas de valor histórico-patrimonial e arquitetônico de época que, adaptadas, permitem absorver parte de uma demanda diferenciada. Ainda nesta vertente incluem-se os modernos hotéis-fazenda e acampamentos

de férias para jovens e idosos, especialmente edificados nas áreas rurais de destacado valor cênico-paisagístico. Observa-se também que o turismo rural vem sendo considerado como alternativa de substituição viável às áreas turísticas em processo de saturação, principalmente em países europeus de longa tradição receptiva (BENI, 1999).

TURISMO SOCIAL [MUN]: É aquele que se pratica e fomenta com o objetivo de facilitar o turismo interno das classes economicamente menos favorecidas, constituindo-se em traço de união entre os meios sociais de poucos recursos (EMBRATUR, 1992).

TURISMO SURPRESA: É uma viagem com destino ignorado - característica central deste segmento (VAZ, 1999).

TURISMO SUSTENTÁVEL: É, preliminarmente, para garantir e assegurar os componentes dos diferenciais turísticos, o processo racional de exploração dos recursos ambientais naturais, histórico-culturais e temático-artificiais. Nos primeiros, exige-se, no processo de ocupação espacial, a preservação máxima possível de suas características originais. Nos segundos, requer-se, após o tombamento, o restauro e a conservação de sua integridade patrimonial e cultural. Considerando sua reutilização e ressignificação, poderão sofrer alterações estruturais da adaptabilidade e funcionalidade, mantendo obrigatoriamente a arquitetura de época e os elementos culturais na parte construtiva externa. Nos terceiros, flexibiliza-se o tratamento dos temas e o aproveitamento do espaço com estrita observância da legislação ambiental. Os conceitos que temos pesquisado vêm compreendendo definições limitadas porque somente contemplam recursos ambientais e econômicos, deixando, na maioria das vezes, de analisar a origem e a transformação do valor turístico intrínseco e sua conversabilidade em renda por meio da produção, distribuição e do consumo. Também não levam em consideração a inserção da população residente no processo produtivo e, com isso, não atentam até para o sistema de gestão, infra-estrutura, equipamentos e serviços receptivos e a competitividade local, regional e internacional dos preços praticados na

comercialização do produto turístico final. Conforme entendido por BENI (1999), o conceito de turismo sustentável deve ser ampliado, justificado e necessariamente, portanto, ser definido como um processo estratégico de desenvolvimento interativo e articulado, espacialmente delimitado e localizado.

TURISMO: 1. É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações – compra e venda de serviços turísticos – efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (EMBRATUR, 1992). 2. Conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.

TURISTA: 1. Segundo Inskoop (1988), visitante temporário que fica pelo menos 24 horas no local visitado e o propósito da sua visita pode ser classificado em: a) Lazer (ex.: recreação, feriado, saúde, religião ou esporte); b) Negócios; c) Família; d) Missão; e) Encontros. 2. É aquele que se desloca para fora de seu local de

residência permanente, por mais de 24 horas, realizando pernoite, por motivo outro que não o de fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado (EMBRATUR, 1992).

TURISTA INTERNACIONAL [MUN]: É a pessoa residente no país, independente de sua nacionalidade, que se translada a outro(s) país(es) por diferentes motivos que não sejam o de exercer atividade remunerada ou fixar residência e cuja visita seja por período inferior a um ano (EMBRATUR, 1992).

TURISTA NACIONAL [MUN]: É a pessoa residente no país, independente de sua nacionalidade, que se desloca a um lugar dentro do país, distante de sua residência permanente, por mais de 24 horas, realizando pelo menos um pernoite, e que não exerce, no lugar visitado, qualquer atividade remunerada (EMBRATUR, 1992).

TURISTA POTENCIAL: É a projeção de tendência, do “perfil” e da origem dos futuros turistas, com base em levantamentos e análises realizadas a partir do conhecimento das características do turista real.

TURISTA REAL: É o visitante que está na localidade receptora pela primeira vez ou como consequência de viagens anteriores.



UNIDADE DE CONSERVAÇÃO

[AMB]: É uma área natural pública delimitada com fins de proteção ambiental; pode ser de uso direto e indireto, conforme grau de manipulação de seus recursos permitido pela legislação; definida em nível nacional, estadual ou municipal (ex.: parque nacional / estadual / municipal, estação ecológica, reserva

florestal, etc.) (SÃO PAULO, s.d.).

URBANIZAÇÃO [OET]: É a relação entre crescimento populacional e adensamento urbano. (Segundo Davis Kingsleiv, 1977 – *A Urbanização da Humanidade: “urbanização é a proporção da população concentrada em estabelecimentos urbanos ou o crescimento dessa proporção”*).



VIAGENS DE INCENTIVO:

É uma moderna ferramenta administrativa usada em campanhas de aumento de produtividade, que oferece viagens como prêmio aos participantes mais bem sucedidos em troca do desempenho mostrado na obtenção de melhores resultados. (RICCI &

HOLLAND, 1992).

VISITANTES: São pessoas que se deslocam do seu local de residência para realizar viagens curtas para negócios, participar de eventos, lazer, visitar parentes ou a amigos. Caso haja pernoite, já se classifica como turista.



ZONA COSTEIRA: É um amplo espaço de interações do mar, terra, águas epicontinentais e atmosfera. A transição destas fases incide profundamente nas condições

de dinâmica ambiental, aos quais se agrega a influência do homem como agente transformador de primeira magnitude (YANES-ARANCIBIA, 1986).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKOUN, A. *Dicionário de Antropologia*. Lisboa: Verbo, 1972.
- ANDRADE, José Vicente. *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 1997.
- BARBOSA, Zilah. *Animação turística*. Recife: ETFPE, 1995, p.144.
- BECKER, H. S. *Métodos de Pesquisa em ciências Sociais*. São Paulo: Hucitec, 1994.
- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 3 ed. São Paulo: SENAC, 1999.
- BENI, Mário Carlos. *Sistema de Turismo - Construção de um Modelo Teórico-Referencial para a Aplicação da Pesquisa em Turismo*. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP, 1997.
- BOO, Elizabeth. 1990. *Ecoturismo: Potenciales y Escollos*. Washington D.C. W.W.F. - World Wildlife Fund & The Conservation Foundation.
- BRASIL. Empresa Brasileira de Turismo. Programa Nacional de Municipalização do Turismo. *Guia para oficinas de Treinamento dos Agentes Multiplicadores e dos Monitores*.
- CERRO. 1992:52 - Pag. 172 da tese, não há mais referências bibliográficas.
- CMMAD - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. *Nosso Futuro Comum*. 2 ed. Rio de Janeiro, 1991.
- CONGRÈS DE L'AIEST, 31°. *Loisirs-Récréation-Tourisme*. Cardiff, set. Rapports. Berna: AIEST, 1981.
- DUMONT, L. *Introducción a dos Teorías de Antropología Social*. Barcelona: Anagrama, 1975.
- ESTOSL, Eduardo; ALBUQUERQUE, Stella. *Planeamiento Turístico*. Buenos Aires: CIET.
- GEERTZ, C. *A Interpretação das Culturas*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HARRY; SPINK. 1990:33 - Pag. 101 da tese, sem referência.
- HOELLER, Elisete Helena. *In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.) Turismo - segmentação de mercado*. São Paulo: Futura, 1999.
- KELLY, John. 1982. *Leisure*. New York: Prentice-Hall.
- KRIPPENDORF, Jost. 1980. *Marketing im Fremdenverkehr*. Bern. Lang.
- LABURTHE-TOLRA, P.; WARNIER, J. P. *Etnologia/Antropologia*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LANGDON, J. *Performance e Preocupações Pós-modernas em Antropologia*. *Antropologia em Primeira Mão*. Florianópolis, n. 11, p.1-11, 1996.
- LAPLANTINE, F. *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 1997.
- LINDERBERG; HAWKINS. *Ecotourism: A Guide for Planners & Managers*. Vermont: Ecotourism Society, 1993.
- LISCHETTI, M. (org.) *Antropologia*. Buenos Aires: Eudeba, 1997.
- LLEIDA, José Maria de la. *Estructura industrial turística*. Barcelona: Oikos-Tau, 1993.
- MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974, V.II.
- MEDLIK; MIDDLETON. *The Product Formulation in Tourism*. *In: Congrès de L'AIEST*.
- PICHLER, Andreas. *Arbeit und Freizeit*. Ling. (Austria). Universitätsverlag R. Trauner, 1991.
- PY, Pierre. *Le tourism: un phénomène économique*. Paris, La Documentation Française, 1986, p.36-7.
- RICCI, Peter; HOLLAND, Stephen M. *Incentive: recreation as a motivation medium*. *Tourism management*. United Kingdom, v.13, n.13, set, 1992.
- RICHEZ, Gear. *Parcs Nationaux et Tourism en Europe*. Paris: Hartmann, 1992.
- RIVA, Fernando de la. *Que é animatur?* Madrid: SPIC, 1983.
- SÃO PAULO. Secretaria de Estado do Meio Ambiente de São Paulo. *Diretrizes para uma política estadual de ecoturismo*. São Paulo, [s.d.].
- SILVA, Y. F. *Aprendendo Antropologia - Termos e Conceitos do Campo de Abordagem Antropológico*. Itajaí: UNIVALI, 1999. (mimeo).
- SIMÕES, Roberto. *Marketing Básico*. São Paulo: Saraiva, 1984.
- SINGER, M. *The Concept of Culture*. *International Encyclopedia Of the Social Sciences*. New York Mac Millan, v.3. 1968.
- SMITH, Stephen L. J. *Tourism Analysis: a handbook*. London: Longman, 1989.
- VAZ, Gil Nuno. *Marketing turístico*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- WORLD COMMISSION OF ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. *Our Commom Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.