



TURISMO PEDAGÓGICO: UMA ANÁLISE DOS ROTEIROS COMERCIALIZADOS PELAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO ASSOCIADAS À AMAV

*Natália Cristina Ribeiro Cordeiro*¹, *Alisson Bertão Machado*²

RESUMO: O turismo pedagógico é uma ferramenta de grande importância para as escolas, uma vez que utilizado de forma correta, com roteiros elaborados de forma específica para cada ensino, tem um resultado que condiz com o que é proposto nesta atividade. Através dos roteiros pedagógicos, os alunos podem ter contato com os recursos naturais, históricos, culturais e sociais que possam proporcionar o aprendizado in loco. Utilizou-se duas agências que se auto denominam como comerciantes do turismo pedagógico e uma das mais presentes no mercado maringaense nesta atividade. Mas com o não pronunciamento das agências consultadas, viu-se a dificuldade e o não interesse que essas agências demonstram por essa atividade, a qual elas mesmas prestam serviços e assim a pesquisa poderia evidenciá-las como agências de qualidade no segmento. Notou-se que as agências não têm preparo, no que se refere ao fornecimento de informações dos próprios pacotes que a pesquisa necessitou, e até no site oficial que cada uma possui, as quais não têm nenhum pacote e informações sobre seus serviços de turismo pedagógico. E por isso, conclui-se que as agências consultadas podem focar somente em capturar clientes de alto poder aquisitivo, os quais têm e querem investir na educação de seus filhos e por isso investem em pacotes pedagógicos, com seu alto valor, mas que, no conteúdo pode não oferecer o que deveria.

PALAVRAS-CHAVE: Agências de Viagens; Associação Maringaense das Agências de Viagens; Turismo Pedagógico.

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais se vê a necessidade da educação avançar juntamente com a tecnologia e a globalização e com isso, percebe-se com a inovação no modo de ensinar, faz com que consiga atingir essencialmente o aprendizado dos futuros adultos. Sendo assim, vê-se a colaboração das viagens pedagógicas, as quais agregam em muitos fatores, uma vez que coloque a prática dos estudos aprendidos em sala, além de complementar os estudos, nos quais proporcionam aos alunos vivenciar novas experiências até então supostamente desconhecidas. O turismo é uma forma de adquirir conhecimento, pois ele não é só uma forma de lazer, pois se for usado de forma objetiva possibilita ao aluno ou visitante uma forma de aprendizado, uma vez que amplie sua visão para uma nova leitura de mundo. A viagem com o fim pedagógico proporciona unir o aprendizado e o lazer. Com isso os estudantes vão desbravar novos lugares, conhecer

¹ Acadêmica do Curso de Turismo do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR, Maringá – PR. Programa de Iniciação Científica do Cesumar (PICC). nataliacordeiro@live.com

² Orientador, Docente Mestre do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR. alissonbertao@hotmail.com



novas culturas, aceitar as diferenças do próprio grupo e do lugar visitado, ter responsabilidades, flexibilidade, lidar com possíveis situações inusitadas, conhecer lugares novos, divertirem-se, fatores os quais vão prepará-los para a vida adulta.

Através dos roteiros pedagógicos, os alunos podem ter contato com os recursos naturais, históricos, culturais e sociais que possam proporcionar o aprendizado in loco. Esses conhecimentos aprendidos na própria viagem irão proporcionar uma visão ampla de mundo e trazendo os conhecimentos para sua vida cotidiana e aplicando os ensinamentos em sua vida.

Mesmo com esses roteiros pedagógicos disponibilizados as agências, muitas delas não têm esse conhecimento sobre o que representa essa atividade fora da sala de aula. Além disso, os profissionais que elaboram os próprios roteiros, muitas vezes, não têm qualificação para montar e inserir atividades fundamentais e imprescindíveis ao aluno que está indo praticar o turismo sob orientação para a prática e aprendizado que se enquadram no plano de ensino escolar e práticas de vivência em grupo.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar os aspectos educacionais dos produtos/roteiros turísticos comercializados pelas agências no município de Maringá / PR associadas à Associação Maringaense das Agências de Viagens – AMAV, caracterizados pelas mesmas como pedagógicos.

2 CONCEITUAÇÃO

A formação dos alunos não deve mais estar presa à concepção de uma educação que se viabiliza apenas nos espaços formais das instituições, devendo ser complementada por ações educativas que priorizem uma ampliação de horizontes para além de seus limites físicos, utilizando ambientes informais de modo complementar.

Nesse contexto, de acordo com Artigas (2002), é possível, por exemplo, ao visitar determinados pontos turísticos, conhecer a evolução e o desenvolvimento do local, as características geográficas, a preservação ambiental e outros aspectos relacionados ao currículo escolar e às suas áreas de conhecimento. Hora e Cavalcanti (2003, p.225) complementam:



As formas de relevo em uma aula de geografia estarão à vista, poderão ser percorridas; os impactos da poluição serão sentidos de perto em uma aula de campo sobre o meio ambiente; a aula de história ganhará forma nos monumentos históricos da cidade; as formas geométricas ganharão fascínio nas fachadas dos prédios e nos terrenos, enfim, são inúmeras as possibilidades educacionais do turismo pedagógico (...).

Por meio do contato direto com os recursos naturais, históricos, culturais e sociais, os alunos poderão se questionar e buscar respostas para as várias situações vivenciadas fora dos limites da escola.

Sendo assim, a educação através do turismo permite ao educando a aprendizagem de conceitos e atitudes corretas por meio da participação, observação ou reprodução do cotidiano, e a integração com o conhecimento escolar.

Os conhecimentos que se transmitem e se recriam na escola ganham sentido quando se tornam produto de uma construção dinâmica entre os saberes escolares e os demais saberes. Nesse contexto, de acordo com Milan (2007, p.32-33), as contribuições do Turismo Pedagógico para o aprendizado dos alunos englobam vários aspectos:

- a) Psicológico: as vivências e comportamentos do educando estão sujeitos à mudanças por influência do turismo, alterando objetivamente as motivações, preferências, valores e atitudes;
- b) Sociológico: as observações e relações no meio em que vivem são interativas com o turismo como fenômeno social, proporcionando novos contatos, experiências e integração entre os alunos, com os professores e com a comunidade em geral;
- c) Cultural: o conhecimento do patrimônio histórico-cultural e o contato com outras culturas, tradições, hábitos e costumes da população local transformam-se em experiências enriquecedoras, promovendo o intercâmbio entre visitantes e visitados;
- d) Ambiental: a apreciação gera consciência para aumentar a preservação da herança natural como fator de potencial turístico da localidade.

Esses aspectos são recomendados na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei Federal nº 9.394/96), que pressupõe a formulação de um conjunto de diretrizes capaz de nortear os currículos e seus conteúdos mínimos. Para dar conta desse amplo objetivo foram instituídos os Parâmetros Curriculares Nacionais, os quais incitam a



prática de estudo *in loco* e consagram o estudo do meio como método de ensino propulsor da interdisciplinaridade.

Nesse contexto, insere-se o Turismo Pedagógico, que se caracteriza por viagens de estudo do meio e tem como objetivo transportar o conhecimento teórico assimilado em sala de aula para a realidade concreta, apresenta uma proposta de aula elaborada a partir dos conteúdos curriculares e sua tradução em objetivos de aprendizagem, apresenta-se, supostamente, como uma atividade facilitadora no processo do aprendizado, pois visa a romper com a monotonia dos modelos e práticas pedagógicas atuais, bem como ser uma grande agente integrador do indivíduo com a realidade social vivida (MILAN, 2007).

No entanto, as práticas então existentes no turismo convencional foram incorporados pelas escolas, fato este responsável pela inadequação do turismo convencional ao trabalho pedagógico e ao proveito relativo da viagem (ANDRIOLO; FAUSTINO, 1999, p.167).

Sobre a questão, Litwin (1997) afirma que a visita turística opõe-se à visita de pedagógica, uma vez que esta não pode ser improvisada e que precisa ganhar sentido para os alunos e docentes no campo das atividades e temas que estejam desenvolvendo em aula num determinado período. Uma visita que se programe, que tenha propósitos específicos, que possa ser desfrutada sem pretensão turística.

Enfim, o Turismo Pedagógico é uma forma de propor ao aluno uma participação ativa no processo de construção do conhecimento, pois oferece meios para que ele possa tornar-se um cidadão criativo, dinâmico e interessado em atuar, de forma efetiva, na comunidade, contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade mais consistente em todos os níveis.

A partir das considerações apresentadas, deve-se destacar que o segmento de Turismo Pedagógico tem uma série de aspectos que devem ser considerados para que consigam ter realmente um produto de cunho pedagógico, o qual proporcione atividades de educação e conhecimento para os alunos. Por isso as agências que de denominam como pedagógicas, cada vez mais estão em busca de melhorar seus produtos, pois quando se trata desse segmento de mercado há uma certa preocupação, pois há o descolamento de várias crianças sem os pais e que o objetivo seja o complemento da educação aprendida dentro da sala de aula e para isso, os professores tem de ajudar na



elaboração dos roteiros, os quais realmente estejam como fonte de conhecimento para os alunos do ensino fundamental e médio. Entende-se o segmento de mercado como:

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).

Essa segmentação colabora na especialização do produto ofertado para os consumidores finais. As agências quando se denominam como atuante com foco em algum segmento está atenta e procura se especializar nas vontades e desejos do seu público alvo, para conquistar determinado nicho de clientes, os quais vão se identificar com o produto, consumir e fidelizar-se e com isso vão ver na empresa um diferencial se comparada com as demais e com qualidade e credibilidade dos seus produtos e serviços.

O Turismo Pedagógico tendo um destaque como atividade educativa, cada vez mais, deve ter investimentos e propostas de roteiros que consigam evidenciar a educação que cada região, área, lugar têm, os quais podem agregar aprendizado às disciplinas de várias séries do ensino fundamental e médio. E para acrescentar o conhecimento no turismo, o professor é um agente importante na elaboração dos roteiros, uma vez que é ele que sabe o que o aluno estudou ou vai estudar. Por isso identifica-se a necessidade de conectar as escolas com as agências de viagens.

Uma peculiaridade na comercialização deste tipo de serviço é que os clientes, através dos professores, elaboram juntamente com o fornecedor, a agência, o próprio produto que irá comprar, já que o turismo pedagógico é uma atividade que começa e termina na escola; somente o professor de sua disciplina poderá determinar o que seu aluno irá estudar, e não o agente de viagens. Dessa forma, o turismo pedagógico insere-se, desde a sua concepção, nas novas tendências para o mercado turístico de agências de viagens: a atuação de consultores de viagem, em vez de agentes, e a participação ativa dos consumidores na elaboração dos seus roteiros personalizados e feitos sob medida (GONÇALVES; SERAFIM, 2006, p. 4).

Perante isso, as agências de viagens devem ter conscientização de que mesmo tendo conhecimento dos lugares e suas potencialidades, os professores que devem ter participação da elaboração dos roteiros, pois sabem as especificidades da matéria que seus alunos tiveram e vão ter para realmente o turismo fazer um papel educativo.

Segundo Raykil e Raykil (2002):



Viajar, conhecer pessoas e lugares possibilita ao aluno justamente o que é proposto pelos PCN's, a *cidadania ativa* que só se dá mediante a vivência que se tem com objeto de estudo. Só se ama o que se conhece, é um jargão popular que se enquadra nesse contexto, conhecer as belezas naturais, a riqueza cultural ou os problemas do país somente através de contextualizações superficiais em sala de aula não caracteriza a cidadania ativa. Para intervir positivamente é preciso literalmente conhecer, *in loco*.

Com isso, vê-se a importante que o turismo tem no processo de aprendizagem e que até os Parâmetros Curriculares Nacionais – PCN's identificam na atividade de viajar um processo de aprendizagem da complementação do conhecimento convencional que a escola proporciona. Sendo assim, vê-se a necessidade de propor atividades pedagógicas que proporcione vivência *in loco* e ao mesmo tempo, que essas atividades seja condizentes com a matéria de sala e por isso, deve ter no processo de elaboração a colaboração dos professores para, efetivamente, o turismo pedagógico proporcionar conhecimento aos alunos envolvidos.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O projeto por se tratar da coleta de informações sobre dados dos roteiros pedagógicos disponibilizados pelas agências de viagens teve início pela revisão de literatura para um melhor entendimento do tema. Ela foi realizada por meio de pesquisa nos meios eletrônicos e em acervos documental.

Com base nas informações coletadas, elaboramos um questionário adequado os objetivos propostos pela pesquisa que foi encaminhado às agências de viagens A e B, localizadas no município de Maringá. A omissão dos nomes justifica-se pelo respeito à ética e ao sigilo necessário para o desenvolvimento de pesquisas dessa natureza

A escolha das agências A e B para responder os questionários, deu-se por elas, além de serem filiadas à AMAV, denominarem-se como prestadoras de serviço do turismo pedagógico e de outros tipos de turismo. Essas agências classificadas são as mais conhecidas na cidade pelo turismo pedagógico, uma vez que utilizam isso como uma forma para se divulgarem e com isso atingir seu público, que normalmente são famílias de classes, alta e média, as quais têm um poder aquisitivo que permite investir em uma viagem para filho que tenha um cunho pedagógico, a qual dá-se a entender que está



investindo no futuro da criança, mas que muitas vezes esses pacotes de cunho pedagógico são cópias quase idênticas de pacotes normais de lazer, mas que pela sua denominação e alguma atividade diferenciada, passa a ser pedagógica. Por isso, as agências A e B estão aptas a responderem o questionário, para verificar-se o perfil da agência, a localização, o perfil das escolas alvo e as séries que contratam o serviço, a incidência de procura dos pacotes durante o ano e períodos específicos durante o ano, características do pacote com o maior índice de comercialização e quem monta este pacote mais vendido e qual a formação deste profissional e assim consegue-se analisar o pacote que está sendo vendido como pedagógico.

- 1) A agência comercializa qual (is) serviço (s) abaixo:
 Pacotes turísticos para lazer
 Emissão de bilhetes aéreos
 Cruzeiros
 Pacotes e roteiros Pedagógicos
- 2) Qual a sua localização?
 Centro outro.
- 3) Perfil das escolas.
 - a) Qual(is) categoria(s) de escola(s) que vocês atendem?
 Pública Privada
 - b) As escolas que tem a maior procura dos roteiros são da
 Área Periférica Área central
 - c) Qual a incidência de séries que procuram os pacotes com roteiros pedagógicos:
 Ensino fundamental Ensino Médio Ensino Superior
- 4) Quantos pacotes são comercializados durante o ano (média)?
- 5) Qual período apresenta maior procura para realização da viagem?
 Durante a semana
 Finais de semana
 Feriado
 Férias
- 6) Características dos pacotes:
 - a) Qual o destino que tem um maior índice de comercialização? _____
6.1) A partir disso, responda:
 - a) Valor: R\$ _____
 - b) Duração: _____ dias
 - c) Atividades realizadas: _____
 - d) Os alunos se encaixam em qual tipo de ensino: _____
- 7) Elaboração do pacote com o maior número de vendas:
 - a) Quem monta este pacote?
 - b) Qual a formação deste profissional?
 - c) Este profissional entra em contato com a escola para saber sobre os conteúdos estudados pela turma
 Sim Não
 - d) Há participação do professor na escolha do destino ou montagem do pacote? Sim Não
 - e) Marque x nos itens que o profissional que elabora os roteiros, leva em consideração:
 série dos alunos
 plano de ensino da série
 tipologia (pública ou privada)
 Nenhum dos anteriores
 Outros. Quais? _____

FIGURA 1 – Questionário encaminhado às agências de viagens A e B



4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente após a elaboração do questionário, entrou-se em contato com as agências A e B, por se destacarem no segmento de turismo pedagógico, uma vez que também se denominam agências prestadoras desse tipo serviço. Nesse primeiro contato, o pesquisador entrou em contato direto com os gerentes das agências propondo uma entrevista para obter as respostas necessárias para a finalização da pesquisa. E após a aceitação, enviou-se um e-mail formalizando o pedido e o envio dos questionários e o termo de consentimento para assim marcarem um dia conforme a sua agenda, para respondê-los. Mas nisso nunca houve um retorno da data ou se quer da pesquisa respondida via e-mail também e o pesquisador ao entrar em contato não conseguia falar com os responsáveis que havia conversado anteriormente.

Com base na resistência apresentada em responder aos questionários, a pesquisa teve um novo encaminhamento metodológico, no qual optamos por buscar informações a respeito dos produtos/roteiros disponibilizadas nos sites das empresa. Assim, constatamos que o site de cada uma não continha pacotes pedagógicos exclusivos, com atividades diferenciadas que permitem a aprendizagem do aluno e também a inexistência do responsável pela elaboração do pacote pedagógico. As propostas de roteiros comercializados com a denominação pedagógico apresenta as mesmas características do roteiro convencional, comercializado para clientes do segmento de lazer.

Perante isso, conclui-se que as agências só denominam-se pedagógicas para atingirem esse mercado de escolas, uma vez que os pais cada vez mais estão investindo na educação e aprendizagem de seu filho e esse investimento, muitas vezes é alto, e com um pacote simples, mas vendido como pedagógico, pode-se ter uma grande procura por pais e escolas, estas as quais querem mostrar serviço para os pais e assim promovem as viagens pedagógicas.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve por finalidade informar qual a situação dos roteiros pedagógicos disponibilizados pelas agências de viagens de Maringá filiadas a AMAV a partir da análise



e caracterização dos produtos/roteiros comercializados pelas principais empresas que atuam nesse segmento do mercado turístico.

O não pronunciamento das agências que se denominam pedagógicas revela que elas não estão preocupadas com esse tipo de pesquisa, a qual poderia evidenciar a adequação e a qualidade dos produtos/roteiros comercializados. Com isso, percebe-se o interesse que elas têm somente no tipo de público que as escolas abrigam e o investimento que eles fazem na educação, mesmo que na essência do pacote não tenha nada de especial, nada de cunho pedagógico. Por se denominarem pedagógicas, as agências atraem o público de alto poder aquisitivo com seus pacotes, intituladas, como turismo pedagógico e que nem sempre a viagem segue nesse caminho de complementar o conhecimento aprendido em sala, mas que, de alguma forma, qualquer experiência traz uma vivência para a vida.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIAS ASSOCIADAS. **Associação Maringaense Das Agências De Viagens – AMAV**. Disponível em: <<http://www.amav.com.br>>. Acesso em: 10 mai. 2012.

AHLERT, A. *Reflexões éticas e filosóficas sobre a educação escolar*. In: **Revista Iberoamericana de Educación**. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) n.º 42/6, maio. Disponível em: <<http://www.rieoei.org/jano/1950Ahlert.pdf>>. Acesso em: 06 fev. 2012.

ANDRADE, J. V. **Turismo fundamentos e dimensões**. 8º ed. São Paulo: Ática, 2000.

ANDRIOLO, A.; FAUSTINO, E. *Educação, turismo e cultura: a experiência de estudantes paulistas em Uruçanga*. In: RODRIGUES, A. (org.). **Turismo: Desenvolvimento Local**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

ARTIGAS, A. *Turismo educativo em Curitiba*. In: **Cadernos de Pesquisa Turismo**. Faculdades Integradas Curitiba, 2002.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 7. ed. São Paulo: Senac, 2002.

BRANDÃO, I. T.; ALDRIGUE, N. S. *Turismo e educação: dois alicerces indispensáveis*. In: **Revista Eletrônica- Global Tourism- Turismo e Educação**, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br>>. Acesso em: 22 set. 2011.



BRASIL. Lei 9394 – LDB – **Lei das Diretrizes e Bases da Educação**, de 20 de dezembro de 1996.

CHIZZOTTI, A. **A pesquisa em ciências humanas e sociais**. São paulo: Cortez, 2001.

CUNHA, M. C. S. (et al). *Turismo educacional: que viagem é essa?* In: **Revista Eletrônica Unibero de Produção Científica**. Disponível em:
<<http://www.unibero.edu.br>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

EMBRATUR. **Segmentação de mercado**. 1992. Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/detalhe/S.html>. Acesso em: 08 jul. 2012.

GONÇALVES J. S.; SERAFIM L. S. O desenvolvimento de um novo produto turístico: O turismo pedagógico. In: IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2006, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos ...** Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul, 2006. Disponível em:
<www.uces.br/ucs/tplSemMenus/.../turismo/seminarios/.../GT11-A5.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2012.

HORA, A. S. E. da; CAVALCANTI, K. B. **Turismo pedagógico: conversão e reconversão do olhar**. In: REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (orgs.). Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

MILAN, P. L. **Viajar para aprender: turismo pedagógico na região dos Campos Gerais – PR**. 125 p. Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria – Universidade Vale do Itajaí – UNIVALI. Balneário Camboriú, 2007.

MORAIS, J. P.; MAIA, J. S. S. A prática do turismo pedagógico: um estudo de caso na creche Emei Mário Andrade de Ourinhos. In: **Revista Eletrônica- Global Tourism- Turismo e Educação**, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br>>. Acesso em: 28 jun. 2012.

PICCATIELLO, A. F. O. Turismo pedagógico como uma estratégia de ensino-aprendizagem sob a ótica dos Parâmetros Curriculares Nacionais - 3º e 4º Ciclos do Ensino Fundamental. In: **Revista Eletrônica- Global Tourism - Turismo e Educação**, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br>>. Acesso em: 17 abr. 2012.

RAYKIL, E. B.; RAYKIL, C. *Turismo Pedagógico: uma interface diferencial no processo de ensino-aprendizagem*. In: **Revista Eletrônica- Global Tourism - Turismo e Educação**, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2012.

SALCEDO, A. L. T.; SUÁREZ, L. P. *Investigación en la Universidad Autónoma del Estado de México*. In: **Revista Teoría y Praxis**, n. 1, junho de 2005, p. 87-95. Cozumel, Universidad de Quintana Roo. Disponível em:
<<http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero1/Tamayo-peñazola.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2012.