



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS**

SELMA MARIA CÂMARA DE OLIVEIRA

**ACESSO AO DIREITO AO LAZER NO BRASIL: A OFERTA DE TURISMO
SOCIAL NO SESC-CEARÁ**

FORTALEZA – CEARÁ

2018

SELMA MARIA CÂMARA DE OLIVEIRA

ACESSO AO DIREITO AO LAZER NO BRASIL: A OFERTA DE TURISMO SOCIAL
NO SESC-CEARÁ

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientação: Prof^a. Dr.^a Laura Mary Marques Fernandes.

FORTALEZA – CEARÁ

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Oliveira, Selma Maria Câmara de.

Acesso ao direito ao lazer no Brasil: a oferta de turismo social no SESC-Ceará [recurso eletrônico] / Selma Maria Câmara de Oliveira. - 2018.

1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 106 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2018.

Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.
Orientação: Prof.ª Dra. Laura Mary Marques Fernandes.

1. Lazer. 2. Turismo Social. 3. Sesc. 4. Ceará.
I. Título.

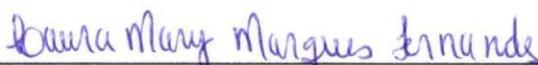
SELMA MARIA CÂMARA DE OLIVEIRA

ACESSO AO DIREITO AO LAZER NO BRASIL: A OFERTA DE TURISMO SOCIAL
NO SESC-CEARÁ

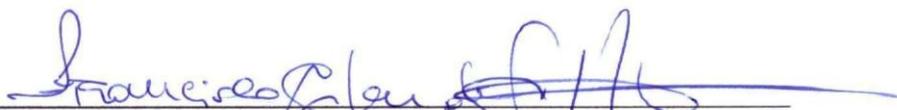
Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Aprovada em: 23 de abril de 2018.

BANCA EXAMINADORA



Prof.^a. Dra. Laura Mary Marques Fernandes (Orientadora)
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof.^a. Dra. Conceição Malveira Diógenes
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - IFCE

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus ser supremo pelo dom da vida.

A meus queridos pais, Armando e Isanilda pelo amor e incentivo aos estudos e pela formação para a vida.

A Anastácia Santos, pelo apoio e incentivo nos estudos e pesquisas.

Aos queridos amigos, Joelma Freitas, Fábio Lima Jhameson e Taís companheiros de jornada.

Aos meus amigos, por perdoarem minhas ausências em encontros sociais.

Ao Serviço Social do Comércio (SESC) Fortaleza, pela colaboração nesta pesquisa.

Ao setor de Turismo Social do SESC Fortaleza.

A clientela do Turismo Social do SESC Fortaleza.

A minha orientadora Profa. Doutora Laura Marques pelo seu inestimável trabalho.

A banca pela colaboração para o aprimoramento da investigação.

Aos professores e colegas do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos.

A Adriana Fonteles Secretária do Mestrado por seu trabalho eficiente.

A Conceição Nascimento pelo trabalho de formatação.

A Fátima Carvalho pelo empréstimo de material de pesquisa.

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará pela oportunidade de estudo.

“Viajar! Perder países!
Ser outro constantemente,
Por a alma não ter raízes
De viver de ver somente!

Não pertencer nem a mim!
Ir em frente, ir a seguir
A ausência de ter um fim,
E ânsia de o conseguir!

Viajar assim é viagem.
Mas faço-o sem ter de meu
Mais que o sonho da passagem
O resto é só terra e céu”.

(Fernando Pessoa)

RESUMO

Este trabalho explica o turismo social promovido pelo SESC-CE, por meio da identificação dos produtos comercializados e do perfil da demanda, bem como da operacionalização realizada pela instituição pesquisada e da verificação de evidências do turismo social como forma de realização das pessoas. O lazer é contextualizado como direito social e o turismo estudado na vertente do turismo social ofertado aos residentes. A pesquisa tem cunho descritivo e explicativo com abordagem quali-quantitativa e informações de fontes primárias e secundárias. O método é o estudo de caso com aplicação de 22 questionários com clientes do Programa de Turismo Social do SESC FORTALEZA e realização de entrevistas com funcionários da instituição. A pesquisa confirmou a significativa contribuição do Sesc para o turismo social. Identificou-se que a oferta de produtos da instituição contempla cidades do estado do Ceará, mas também outras Unidades da Federação e países. A clientela é composta principalmente por mulheres predominando a faixa etária entre 46 e 70 anos e o ensino médio. A maioria viaja duas a três vezes por ano acessando assim o direito ao lazer. Os resultados apontaram que esse público entende o turismo como fator de realização pessoal. O SESC além de ser pioneiro em turismo social, presta esse serviço há mais de 70 anos em todo o país e pode-se afirmar que é referência em turismo social no Brasil e, em particular, no estado do Ceará. Os resultados obtidos apontam para a efetividade do trabalho dessa instituição e demonstram a necessidade de investimento de outras instituições públicas e privadas no turismo social.

Palavras-chave: Lazer. Turismo Social. Sesc. Ceará.

ABSTRACT

This work explains the social tourism promoted by SESC-CE, through the identification of commercialized products and the demand profile, as well as the operationalization carried out by the institution researched and the verification of evidence of social tourism as a way of realizing people. Leisure is contextualized as a social right and tourism studied in the social tourism aspect offered to residents. The research is descriptive and explanatory with a qualitative-quantitative approach and information from primary and secondary sources. The method is the case study with application of 22 questionnaires with clients of the SESC FORTALEZA Social Tourism Program and interviews with employees of the institution. The research confirmed the significant contribution of Sesc to social tourism. It was identified that the offer of products of the institution contemplates cities of the state of Ceará, but also other Units of the Federation and countries. The clientele consists mainly of women predominating between the ages of 46 and 70 and high school. Most travel two to three times a year thus accessing the right to leisure. The results pointed out that this public understands tourism as a factor of personal fulfillment. SESC, besides being a pioneer in social tourism, has been providing this service for more than 70 years throughout the country and can be said to be a reference in social tourism in Brazil, and in particular in the state of Ceará. The results obtained point to the effectiveness of the work of this institution and demonstrate the need for investment of other public and private institutions in social tourism.

Keywords: Leisure. Social Tourism. Sesc. Ceará.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pirâmide de Maslow	33
Figura 2 – Escalas das necessidades de viagens	36
Figura 3 – Conceito padrão de Carreiras de Viagem	38
Figura 4 – Regiões Sesc no estado do Ceará	54
Figura 5 – Roteiros brasileiros de turismo social do Sesc saindo de Fortaleza- CE	61
Figura 6 – Roteiros cearenses de turismo social do Sesc saindo de Fortaleza	63
Figura 7 – Salão Sesc	66
Figura 8 – Embarque	67

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BITS	Bureau International du Tourisme Social
CLAIT	Congresso Latino Americano de Investigação Turística
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CTL	Centro de Treinamento e Lazer
CUT	Central Única dos Trabalhadores
FUNAC	Fundo Nacional de Assistência ao Comerciário
GTT	Grupo Técnico Temático
INATEL	Instituto Nacional para Aproveitamento dos Tempos Livres
ISTO	International Social Tourism Organization
KDG	<i>Kraft Durch Freude</i>
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
Mtur	Ministério do Turismo
OIT	Organização Social Internacional
OITS	Organização Internacional de Turismo Social
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PT	Partido dos Trabalhadores
SESC	Serviço Social do Comércio
TCL	Travel Career Ladder

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	METODOLOGIA	14
3	LAZER E TURISMO: DIREITO SOCIAL	23
3.1	O LAZER: UM DIREITO SOCIAL	24
3.2	TURISMO E A REALIZAÇÃO DAS PESSOAS.....	31
4	O TURISMO SOCIAL: PRINCÍPIO DO TURISMO PARA TODOS	40
4.1	TURISMO SOCIAL: FORMA “INCLUSIVA” DE TURISMO.....	41
4.2	EXPERIÊNCIAS MUNDIAIS NA ORGANIZAÇÃO DO TURISMO SOCIAL.....	46
5	O TURISMO SOCIAL NO SESC	52
5.1	O PROGRAMA DE TURISMO SOCIAL DO SESC.....	52
5.2	RESULTADOS E DISCUSSÃO	60
6	CONCLUSÃO	78
	REFERÊNCIAS	81
	APÊNDICES	88
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS	89
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO.....	92
	ANEXOS	95
	ANEXO A – OPINÁRIO TURISMO SOCIAL SESC	96
	ANEXO B – DECLARAÇÃO DE MONTREAL	97
	ANEXO C – CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA O TURISMO.....	98
	ANEXO D – DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS DO HOMEM	99
	ANEXO E – DIRETRIZES GERAIS DE AÇÃO DO SESC	106

1 INTRODUÇÃO

A prática do turismo é realizada no tempo livre, especificamente, no tempo do lazer. O direito ao lazer está presente na Declaração Universal dos Direitos do Homem e na Constituição Federal do Brasil, entre outros documentos nacionais e internacionais, embora isto não assegure o acesso a esse direito. No Brasil, a desigualdade social é enorme, o turismo não é acessível à maior parte da população. As políticas sociais são ineficientes e, de modo geral, poucas são as iniciativas para promover o acesso da população ao turismo.

A concepção do turismo social no Brasil visa a facilitar o acesso a esse direito prestando serviços turísticos com preços mais baixos em relação aos do mercado, serviços que são viabilizados pelos subsídios que permitem a diminuição do preço de venda ao consumidor final.

O turismo social contempla a proposta de “turismo para todos” e inclui aspectos educativos e culturais. Propõe a vivência de viagem que integra visitantes e visitados e descobertas mútuas. Nesse sentido, esta pesquisa tem como foco uma forma “inclusiva” de fazer turismo e espera-se com esta investigação contribuir no estudo dessa forma diferenciada de turismo vinculado à realização das pessoas, a objetivos sociais e culturais e à população cearense.

Os estudos relativos ao turismo no Brasil e no Ceará, em particular, privilegiam temas voltados à compreensão do turismo com o objetivo de entender o lugar estudado como destino turístico. Preocupam-se com a estruturação dos lugares para receber turistas, impactos do turismo, atrativos e serviços colocados à disposição do turista e formas de atrair esse público entre outros temas. Pesquisas sobre o turismo como direito social, elemento de autorrealização e especificamente sobre turismo social são mais raras. Assim, as fontes de pesquisa sobre turismo social no Brasil são limitadas se comparadas a várias outras temáticas exploradas nos estudos sobre turismo.

A problemática da pesquisa surgiu diante dos questionamentos sobre operacionalização do turismo social, que não visa apenas ao lucro e inclui uma proposta de turismo para todos, ofertando serviços de menor custo, a prática de turismo sustentável e ação educativa e cultural. Como questionamento para nortear

a pesquisa estabeleceu-se: qual a contribuição do SESC na efetivação do princípio turismo para todos?

Nesse contexto e sendo o lazer um direito social, este estudo se direciona para a oferta do turismo como oportunidade de lazer para residentes em Fortaleza, especificamente, no âmbito do turismo social promovido pelo Serviço Social do Comércio (SESC-CE). Dessa forma, o foco é a oferta de deslocamentos temporários fora do lugar habitual de residência com o objetivo de desfrutar de momentos de lazer no programa de turismo social.

O objetivo geral é explicar o turismo social promovido pelo SESC, portanto, foram definidos como objetivos específicos: a) conhecer as ações do turismo social promovido pela instituição; b) identificar a efetivação do turismo social como forma de realização das pessoas c) verificar como o turismo social é operacionalizado pelo SESC d) identificar os produtos comercializados e) identificar o perfil da demanda pelo turismo social do Sesc.

A investigação proposta convida para uma reflexão apoiada no trabalho do Sesc que realiza há mais de 70 anos ações voltadas ao turismo social em todo o território nacional. O suporte teórico teve como principais autores: Almeida (2001), Falcão (2006), Cheibub (2012, 2014), Leitão (2017), Camargo (1989), Dumazedier (1999), Marcelino (1983) e Requixa (1987).

Os conceitos de lazer, turismo e turismo social fundamentam esta pesquisa de cunho descritivo e explicativo, e abordagem quali-quantitativa. Utilizou-se o estudo de caso como método. Participaram da pesquisa de campo, clientes, gestores e funcionários do Sesc vinculados ao programa de turismo social. No trabalho de campo durante os meses de outubro e novembro de 2017, foram aplicados questionários por acessibilidade e conveniência da clientela atendida pelo programa de turismo social do Sesc e realizou-se entrevistas com funcionários vinculados ao referido programa além da técnica de observação.

Foram aplicados 22 questionários na sede do Sesc Fortaleza. Os questionários foram compostos por 22 perguntas objetivas e perguntas abertas e fechadas a clientes do turismo social do Sesc, em Fortaleza, com idade a partir de 18 anos de ambos os sexos com objetivo de traçar o perfil desta clientela e ao mesmo tempo conhecer a percepção que tem sobre o turismo social da instituição.

A dissertação está estruturada em seis seções e apresenta a seguinte divisão. Na primeira, está a introdução que possibilita uma visão geral do estudo realizado por meio de problematização, justificativa, questionamento e objetivos da pesquisa.

Na segunda é apresentada a metodologia da pesquisa com o suporte de teóricos baseado em especial em Rejowski (1977), Godoy (1995), Minayo (2006). Apresenta-se também o estudo de caso e sua base teórica, como abordagem escolhida para a pesquisa por sua aplicabilidade ao objeto estudado o Programa de Turismo Social do Sesc. São apresentadas também, as informações sobre os instrumentos na coleta de dados e a amostra pesquisada.

Na terceira parte trabalham-se os conceitos de lazer e turismo vinculando o lazer à questão de direitos sociais destacando o turismo como forma de lazer e também como um fator de realização das pessoas e as relações entre lazer e turismo. No quesito sobre lazer como direito social apresentam-se ideias sobre lazer e direito e também são mostradas as dificuldades da compreensão por parte da população para usufruto do lazer como tal. O tema turismo e realização das pessoas teve o suporte de teóricos da Psicologia e discutiu a importância do turismo como realização pessoal ao propiciar viagens, entretenimento e lazer.

Na quarta parte explora-se o turismo social em seus conceitos e caráter inclusivo. As principais referências teóricas utilizadas foram Falcão (2006), Cheibub (2014), Leitão (2017), Dumazedier (1999), Marcelino (1983), Requixa (1987) e outros. São mostrados os conceitos de turismo social e um resumo sobre a evolução histórica do turismo social, bem como são citadas experiências mundiais OITS (2016).

Na quinta parte trabalha-se o lazer e o turismo social do Sesc, foco deste estudo. Apresenta-se a instituição, o funcionamento, as formas de operacionalizar o turismo social, os produtos ofertados que são passeios excursões e hospedagem, bem como é traçado perfil da clientela do Programa de Turismo Social. Através de breve histórico da instituição são descritos seus valores, missão, programas e em destaque, o programa de turismo social. Ao final são apresentados os dados coletados pela pesquisa de campo assim como as discussões sobre os mesmos. Na sexta parte apresenta-se a conclusão que oferece contribuições para outros estudos nessa área.

2 METODOLOGIA

A pesquisa científica requer a execução de uma série de procedimentos, que se iniciam na elaboração dos problemas formulados que nortearão o estudo. As Ciências Sociais dispõem de considerável bagagem metodológica que dá suporte às pesquisas. Desta forma, incluem-se métodos indutivos, dedutivos, históricos dialéticos para citar apenas alguns. No entanto, as Ciências Sociais apresentam desafios que vão além da escolha do método, pois trata de compreender fenômenos sociais que são complexos e dinâmicos.

O turismo é um fenômeno rico em complexidade, dinâmico com papel relevante na sociedade que pode ser analisado sob várias vertentes, pois se constitui de determinantes sociais, econômicas, políticas. O turismo é fenômeno econômico e uma prática social.

Realizar pesquisa não é tarefa simples e a pesquisa científica lida com fatos reais, com ocorrências ou como demonstra Trujillo (1974, p. 14) com “toda forma de existência que se manifesta de algum modo”. Segue critérios pautados no rigor científico, com sistematização de procedimentos, ancorado em teorias científicas. Portanto compreende-se que a pesquisa científica vai além de coletar dados e agrupa-los. Na concepção de Ander-Egg (1978, p. 28) pesquisa é “um procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo de conhecimento”.

Neste trabalho a problematização permite que se opte pela pesquisa quali-quantitativa para explicar o fenômeno estudado. Busca-se conhecer o turismo social o que requer ouvir os agentes que participam desse processo. O enfoque quali-quantitativo ou misto contempla dados numéricos e estatísticos que são analisados em conjunto com os dados obtidos através das interpretações da realidade estudada. Minayo (1993) cita Granger (1982) que se refere à pesquisa qualitativa como um verdadeiro modelo que descreve, compreende e explica, determinado fenômeno social.

Desta forma, pesquisadores que utilizam dados estatísticos podem criar modelos abstratos, podem descrever e explicar fenômenos que apresentam regularidades que acontecem com frequência e são exteriores aos sujeitos, no enfoque qualitativo os pesquisadores buscam aprofundar-se nos significados

(MINAYO, 2006, p. 22). Minayo afirma que os dados oriundos das duas abordagens não são incompatíveis.

Essa combinação das pesquisas qualitativa e quantitativa enriquece o estudo, pois não são formas excludentes. A esse respeito, Zanelli (2002, p. 83) diz que na pesquisa qualitativa o objetivo “é buscar entender o que as pessoas apreendem o que acontece em seus mundos”. Ressalta ainda a importância da compreensão que se tem das pessoas entrevistadas e “nas possíveis distorções e no quanto elas estão dispostas ou confiantes em partilhar suas percepções”.

Para Liebscher (1998) a viabilidade da abordagem qualitativa quando se depara com fenômenos complexos de natureza social e de difícil quantificação. Para o autor, o uso adequado da abordagem qualitativa exige que o pesquisador observe e registre as interações entre as pessoas e entre as pessoas e o sistema.

Essa abordagem possibilita um intercâmbio dinâmico “entre o mundo real e o sujeito isto é um vínculo indissociável do mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzida em números” (SILVA; MENEZES, 2005, p. 20).

Faz-se necessário mencionar que no enfoque qualitativo o pesquisador é o principal instrumento, retira do ambiente os dados para o estudo, preocupa-se com a interpretação dos fenômenos estudados (GODOY, 1995; SILVA; MENEZES, 2005). No enfoque quantitativo a leitura da realidade realiza-se através de fatos objetivos, mensuráveis. O pesquisador busca determinar causas dos fatos numa abordagem experimental num papel neutro e imparcial.

Toda pesquisa requer um caminho que estruture sua execução na abordagem do fenômeno em estudo. A metodologia inclui, ao mesmo tempo, a teoria da abordagem, instrumentos e técnicas (MINAYO, 2006, p. 14-15). Nesta pesquisa elege-se a abordagem do estudo de caso que oferece subsídios para o trabalho em questão, a explicação de um programa específico de uma instituição, o turismo social do Sesc vinculado ao lazer prestado a sua clientela.

Essa abordagem permite que acontecimentos atuais sejam examinados. Outros pontos são importantes no estudo de caso como ferramenta de pesquisa, quais sejam, coleta de dados a partir de múltiplas fontes com dados baseados em relatos, documentos e observações, recursos utilizados pelos pesquisadores para obtenção de conceitos, informações sobre o objeto de estudo também de grande utilidade para o trabalho de campo (YIN, 2005).

Dessa forma o estudo de caso é utilizado significativamente nas ciências sociais notadamente quando se quer compreender fenômenos que envolvem indivíduos, grupos, organizações, enfim, pode-se dizer fenômenos sociais complexos. Esta abordagem é utilizada em sociologia, economia, psicologia, antropologia, educação, entre outras e também no campo do turismo. Rejowski, no trabalho intitulado *Realidade Turística nas Pesquisas Científicas* (1977) analisou a produção de teses e dissertações, no período de 1973 a 1995, enfocando três aspectos, caracterização geral, análise disciplinar e temática e análise por tipo de pesquisa e estudo. Nesse último item identificou pesquisas exploratórias, descritivas e ou explicativas e dentre tantos outros, o estudo de caso, que aparece em 33% da produção acadêmica (REJOWSKI, 1977, p. 27).

O estudo de caso configura-se como uma estratégia de pesquisa (YIN, 2005) quando o pesquisador busca responder questões do tipo 'como' e 'por que'. O autor menciona ainda duas características importantes nesse tipo de pesquisa dos acontecimentos que compõem o objeto da pesquisa e a observação direta dos acontecimentos que compõem o objeto de estudo, neste caso o turismo social do Sesc e as entrevistas com as pessoas que participam do processo de investigação.

Essa ferramenta de pesquisa propicia o estudo de um fenômeno contemporâneo inserido em seu contexto da vida real e é apropriado quando "as circunstâncias são complexas e podem mudar, e [...] quando as situações são altamente politizadas e onde existem muitos interessados" (LLEWELLYN; NORTHCOTT, 2007, p. 195). Martins (2008, p. 11) diz que 'mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado o estudo de caso possibilita a penetração em uma realidade social, não conseguida plenamente por um levantamento amostral e avaliação exclusivamente quantitativa'.

Esses fatores tornam o estudo de caso uma estratégia de pesquisa abrangente em que análise e coleta de dados são planejadas com abordagem específica (YIN, 2005). O autor esclarece que um caso pode ser um indivíduo, um evento ou uma entidade. Já foram realizados estudos de caso 'sobre decisões, sobre programas de vários tipos ou sobre processo de implantação de alguma coisa ou alguma empresa'. No entanto, não basta saber o que define um caso, é importante também que o pesquisador seja hábil na obtenção de informações necessárias à pesquisa.

Nesta pesquisa utiliza-se o estudo de caso descritivo e explicativo (YIN, 2005). O estudo de caso descritivo requer a descrição do fenômeno em seu contexto e busca responder a questões de 'como' e 'que' (GIL, 2009).

A pesquisa descritiva “expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza (VERGARA, 2004, p. 47). Há uma ênfase na prática. Godoy (1995) observa que quando se quer obter o entendimento do fenômeno como um todo, na sua complexidade é possível que uma análise qualitativa seja a mais indicada.

Nas pesquisas explicativas “são buscados fatores para a ocorrência de determinados fenômenos, explicando a razão dos acontecimentos (GIL; VERGARA, 2004) o que se coaduna com o objetivo geral deste estudo.

O estudo de caso como citado anteriormente é uma abordagem que é utilizada com frequência na pesquisa em turismo (BEETON, 2005; XIAO; SMITH, 2006; ALTINAY; PARASKEVAS, 2008; SMITH, 2010 *apud* FREITAS, 2011).

Alguns autores afirmam que o “estudo de caso domina a literatura dos estudos em turismo” (BOTTERIL; PLATENKAMP, 2012, p. 20). Isto acontece, segundo esses autores, por disciplinas relevantes para o turismo, como a Geografia, se utilizarem de estudos de caso como abordagem. Além de oferecer melhor compreensão dos fenômenos estudados. Smith (2010, p. 198) complementa ao afirmar que o estudo de caso:

[...] é uma estratégia legítima e útil para compreender situações complexas, tais como aquelas em que o enfoque do estudo não pode ser facilmente separado do contexto alargado do fenômeno ou do problema a ser estudado.

Beeton (2005) comenta sobre vantagens ao escolher-se o estudo de caso, pois pode explicar o motivo de uma inovação funcionar ou não, oferece uma visão prévia que pode ser significativa no presente ou no futuro, pode elucidar problemas gerais, através de algo específico, entre outros fins (BEETON, 2005).

Dessa forma “o estudo de caso na pesquisa em turismo é tão rigoroso e sistemático como os outros métodos” (XIAO, 2010, p. 124). Stake (1995) também comenta sobre vantagens do estudo de caso, “como ‘o estudo do particular’ o qual envolve a natureza, cenários históricos, os locais físicos assim como os contextos socioculturais de um caso específico”.

Investigações com estudo de caso se adéquam aos estudos de enfoque qualitativo. Souza *et al.* (2015, p. 144) afirmam que

o aumento da investigação qualitativa com foco no estudo de caso, tem contribuído para a discussão sobre a qualidade da investigação desta natureza e sua relação com a viabilidade temporal dos estudos a nível de mestrado e doutoramento.

O estudo de caso pode ser utilizado numa investigação qualitativa ou quantitativa (STAKE, 1995; YIN, 2005), mas como qualquer outro método investigativo subjetivo também tem suas dificuldades, principalmente, na análise e interpretação de dados. Stoecker (1991) faz uma análise crítica na utilização do estudo de caso nas ciências sociais e afirma que o método recebe críticas errôneas. Para o autor o estudo de caso constitui o melhor caminho através do qual o pesquisador pode alimentar a teoria geral e aplicar intervenções eficazes em situações complexas (STOECKER, 1991, p. 109).

Diante da exposição desses autores e de seus argumentos e principalmente, de acordo com os objetivos desta pesquisa, o estudo de caso, se apresenta como estratégia de pesquisa adequada para este estudo que trata da compreensão de um fenômeno contemporâneo, o programa de turismo social do Sesc e seu contexto. Busca-se conhecer o fenômeno em profundidade, através de múltiplas fontes de evidências (documentos, pesquisa bibliográfica pesquisa de campo).

O estudo de caso requer a formulação de um protocolo que contém procedimentos e regras gerais para seu uso. Trazendo confiabilidade e orientação (YIN, 2001). O protocolo é constituído por vários itens que se dividem em: questão principal da pesquisa, objetivo principal, os temas de sustentação teórica, o período de realização, local de coleta de evidências, obtenção de validade interna por meio de várias fontes de evidências e síntese do roteiro de entrevista. O protocolo funciona como um *check list* para o pesquisador e também como um roteiro para a pesquisa (VOSS; TSIKRIKTSIS; FRHOLIC, 2002).

Quando o pesquisador escolhe essa abordagem, foca num caso a ser estudado sob um ponto de vista holístico vinculado ao mundo real, tais como desempenho escolar, relações interpessoais, modificações numa vizinhança, etc. (YIN, 2015). São estudados fenômenos do mundo real e compreendidos em seus contextos.

Dencker (1998, p. 127) chama a atenção para a importância do estudo de caso e considera-o como “o estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou

situações permitindo o conhecimento em profundidade dos processos e relações sociais”. Como se verifica, a academia tem reconhecido a importância e a validade dessa abordagem em pesquisa social, inclusive nos estudos relacionados ao turismo.

Yin (2005) cita seis fontes de evidências para o estudo de caso: documentação, registros em arquivos, entrevistas, observação, observação participante e artefatos físicos.

O protocolo para realização deste estudo contou inicialmente com a coleta de dados iniciada por meio de pesquisa bibliográfica e documental em livros, revistas, artigos científicos, mídias que versam sobre turismo e turismo social do Sesc e documentos oficiais e outros da biblioteca do Sesc. Foi enviada também solicitação para a realização da pesquisa de campo além de visitas para conhecer a estrutura física do Sesc, seus equipamentos, forma de funcionamento.

Foram consultados documentos administrativos, revistas, publicações que versam sobre missão do Sesc, metas e planejamento e ações referentes ao turismo social e também registros em arquivos com número de clientes atendidos pelo turismo social e outros dados referentes ao programa de turismo social e vídeos.

A revisão de literatura desta pesquisa contemplou consultas na Coordenação do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (Uece) e no Portal da CAPES onde foram identificados artigos e dissertações.

No Google Scholar foram encontrados os trabalhos dos seguintes autores que se referiam diretamente ao turismo social do Sesc: Almeida (2001) que na dissertação intitulada Turismo Social: por uma compreensão mais adequada deste fenômeno e sua implicação prática na realidade atual brasileira, buscou compreender o turismo social do Sesc de São Paulo. Esse foi um dos primeiros estudos sobre turismo social do Sesc. Decorridos cinco anos Falcão (2006) escreveu o trabalho com o título Turismo social – em busca de maior inclusão na sociedade em que comenta sobre a evolução do turismo social no Brasil e no mundo que faz parte do livro Empreendedorismo Trabalho e Qualidade de Vida na Terceira Idade, abordando o turismo social de forma histórica, situando-o no Brasil e no mundo e dedicando uma parte ao turismo social do Sesc com ações que possibilitam a democratização do turismo. Já em 2010 Oliveira (2010) escreveu um artigo e utilizou o estudo de caso para explicar o trabalho do turismo social do Sesc

na cidade de Triunfo, interior de Pernambuco. O trabalho trata sobre a importância da instalação do Centro de Treinamento e Lazer (CTL) do Sesc Pernambuco que através do turismo social e do lazer oferecido por esse, possibilitaram a inclusão da comunidade nas ações de turismo e promoveram o desenvolvimento da cidade. Essa mesma estratégia foi utilizada por Neto e colaboradores (2011) no artigo intitulado Central de Turismo Social do Sesc em Florianópolis ao estudar a central de turismo social de Florianópolis (SC) destacando a inclusão social através do turismo num viés quantitativo.

No artigo de Emmendoerfer (2013) intitulado Turismo social: uma trajetória de inclusão social no Sesc Santa Catarina, é descrita a contribuição do Sesc de Santa Catarina para o turismo social no país, também por meio da inclusão social. Cheibub (2012) escreveu o artigo Breves reflexões sobre o turismo social a partir da história institucional do Serviço Social do Comércio (Sesc) e da produção acadêmica brasileira. Em sua Tese de doutorado (2014) com o título: A História do Turismo Social no Sesc São Paulo o autor traça um histórico da instituição e as ações do programa de turismo social no Brasil.

Leitão (2017) em sua Tese com o título: Potencialidades para o desenvolvimento do turismo sustentável de base comunitária no Sesc Iparana/Caucaia: Povos do Mar, analisa o trabalho social do Sesc nessa comunidade praiana e escreve sobre o Sesc como promotor de turismo social no país.

Teles e Previatti (2006) apresentaram o artigo Turismo social no Brasil: realidade ou utopia onde comparam duas instituições de turismo social no estado de São Paulo, Sesc paulista e Rosa dos ventos. Este trabalho foi apresentado no 5º Congresso Latino Americano de Investigação Turística (CLAIT).

São referências no turismo social no Brasil, os professores pesquisadores Almeida e Cheibub. Nos últimos onze anos, Cheibub tem se dedicado aos estudos sobre turismo social e participou de estudos na Universidade de Surrey na Inglaterra com a Dra. Lynn Minnaert referência mundial em turismo social. Esses dois autores brasileiros são fonte de informações significativas sobre o tema pesquisado.

Encontrou-se ainda trabalho de Rosa (2002) dissertação de mestrado com o título: Turismo Social: Um estudo de caso na Costa da Lagoa, Florianópolis, mas sem vinculação com o Sesc.

Nesse breve apanhado constatou-se também que o estudo de caso foi utilizado em duas pesquisas. Esse fato não diminui sua importância como ferramenta de investigação como citado anteriormente, pois se verificou a utilização do estudo de caso em pesquisas de várias áreas do conhecimento e particularmente no turismo.

A pesquisa de campo foi realizada durante os meses de outubro e novembro de 2017 na sede regional do Sesc Ceará situada na rua Clarindo de Queiroz, número 1740, no bairro Centro em Fortaleza com a utilização das técnicas de observação, entrevista e questionário.

A observação foi feita por ocasião das visitas às instalações do SESC quando é possível fazer contato com usuários que frequentam a sede e que também usufruem do programa em questão. A observação constitui-se como parte significativa no trabalho de campo. Permite ao pesquisador uma compreensão mais ampla do fenômeno social a ser estudado. Tem como instrumento o diário de campo, onde são anotadas informações que não seriam coletadas em entrevistas (MINAYO, 2009, p. 71). De acordo com Yin (2001, p. 115) comportamentos, condições físicas do local, ou organização são provas observacionais relevantes para o estudo de caso.

As entrevistas semiestruturadas foram direcionadas aos funcionários do turismo social do Sesc e a aplicação de questionário aos clientes atendidos pelo programa de turismo social. As entrevistas são importantes por oferecerem mais informações fortalecendo a pesquisa.

A entrevista é um encontro profissional para a obtenção de informações sobre determinado assunto. É uma forma de coletar dados na pesquisa social. Alguns autores preferem a entrevista como instrumento e de acordo com Best (1972, p. 120), se executado por pesquisador com experiência “é muitas vezes superior a outros sistemas de obtenção de dados”. Goode e Hatt (1969, p. 237) complementam ao afirmarem que a entrevista “consiste no desenvolvimento de precisão, focalização, fidedignidade e validade de certo ato social como a conversação”.

Yin (2001, p. 114) ressalta a relevância da entrevista para o estudo de caso. No entanto, alerta para que as informações obtidas sejam corroboradas por outras fontes.

Foram entrevistados 2 funcionários, 1 gestor e aplicados 22 questionários com perguntas abertas e fechadas a clientes do turismo social do Sesc, de ambos os sexos na faixa compreendida entre 18 anos até 75 anos de idade, que constitui a

amostra, de um universo que são os comerciários, clientela do Sesc com o intuito de traçar um perfil da clientela atendida pelo programa do Sesc. Os questionários no total de 22, são compostos por 22 perguntas abertas e fechadas e foram aplicados no período de outubro e novembro de 2017.

Os questionários foram aplicados no salão do Sesc Fortaleza, nos períodos da manhã e da tarde. As entrevistas com gestores e funcionários foram realizadas durante as visitas ao Sesc.

A amostragem não probabilística, por conveniência do pesquisador que seleciona membros da população mais acessíveis.

Marconi e Lakatos (1996, p. 163) afirmam que a “amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”. Esta pesquisa trata de um estudo de caso único (YIN, 2005).

A obtenção de dados mediante procedimentos diversos é crucial para que a qualidade dos resultados seja mantida. Esses resultados devem surgir a partir das semelhanças ou diferenças nos variados procedimentos. Desse modo o estudo pode ser validado, pois não depende da subjetividade do investigador. A utilização de múltiplas evidências (YIN, 2001) é fator preponderante para a significância dos resultados em um estudo de caso.

Após o levantamento e organização dos dados procedeu-se à análise. A análise e interpretação de dados em estudos de caso geralmente contemplam diferentes modelos. A elaboração do relatório em estudo de caso segue as regras metodológicas aplicadas aos demais estudos científicos.

Os dados foram analisados tendo como base a análise de conteúdo. Através dessa técnica são analisadas o conteúdo de entrevistas, fatos observados em campo, além de outros dados oriundos de diferentes fontes sobre o turismo social do Sesc que envolvem consulta a documentos oficiais, arquivos, livros mídias eletrônicas, entrevistas, observação respostas dos questionários com o intuito de responder os questionamentos propostos nessa investigação.

3 LAZER E TURISMO: DIREITO SOCIAL

O lazer dos povos antigos estava associado às estações do ano, às colheitas e a atividades exercidas no intervalo entre elas nas festas, comemorações e jogos. Com as mudanças sociais e econômicas surgidas com a industrialização e que repercutiram no uso do tempo livre, o usufruto do lazer passou a ter regras ditadas pela sociedade. O lazer pode ser compreendido então como um fenômeno permeado por aspectos sociais, políticos culturais e também econômicos.

O turismo pertencendo ao tempo de lazer, como a materialização do desejo de viajar, ocupa papel significativo na sociedade contemporânea e tornou-se um fenômeno complexo uma atividade socioeconômica que envolve aspectos culturais e políticos de grande importância para várias cidades e países.

Tanto o turismo quanto o lazer são práticas sociais com significados distintos, mas que se intercambiam assim, mesmo com singularidades, pois não são sinônimos, é possível encontrar pontos de convergência na prática de ambos, pois o turismo pode fomentar o lazer e o lazer está presente na realização do turismo além de constarem como direito dos cidadãos.

As viagens sejam em forma de passeios curtos ou excursões exemplificam a relação intrínseca do lazer com o turismo. Férias constituem para os trabalhadores momentos de lazer e geralmente propiciam relaxamento, tempo para refazer corpo e mente, convivência com amigos e viagens curtas ou longas. Viajar também proporciona oportunidade de conhecer pessoas, lugares, culturas e gastronomia. Possibilita também alegria e realização pessoal Turismo e lazer como direitos do cidadão são temas que requerem mais estudo em nosso país, além disso,

O turismo é um fenômeno socioeconômico de grande significado humano, ou seja, recreação, Lazer e desenvolvimento pessoal, são três aspectos que devem ser reinterpretados, no conjunto da prática nos lugares onde ele se realiza. Não somente o visitante deve receber os “benefícios” que seu poder aquisitivo permite no desfrute dos atrativos, patrimônios e recursos, mas também o coletivo humano da sociedade que inclui os habitantes ou residentes locais (PANOSSO NETTO; NECHAR, 2016, p. 19).

Turismo e lazer não se resumem a simples viagens nem a jogos recreativos são práticas sociais dinâmicas, Stoppa *et al.* (2017) ao estudarem o lazer realizaram uma pesquisa para conhecer o lazer do brasileiro e como era exercido com o intuito de contribuir para as políticas públicas na área. Foram entrevistadas 2.400

pessoas de ambos os sexos de diferentes faixas etárias em várias regiões do país no período 2012-2014. As perguntas que nortearam a investigação foram: O que o brasileiro faz no seu lazer? O que gostaria de fazer no seu lazer? E por que não faz? Os resultados apontaram que o turismo foi reconhecido e valorizado como possibilidade de lazer embora vivenciado por uma parcela pequena de pessoas em relação ao universo pesquisado. Foi constatada ainda uma diferença significativa entre os que realizam o lazer (27%) e entre os que desejam realiza-lo (80%). Os autores comentam que esse dado deve ser considerado nas ações que envolvem lazer e turismo.

Resultados como esses denotam a importância do lazer e do turismo para a população e confirmam de acordo com os números apresentados a dificuldade para o acesso dos mesmos.

3.1 O LAZER: UM DIREITO SOCIAL

Buscar conceitos sobre lazer é enveredar por caminhos complexos, visto que não há uniformidade quanto ao tema. A literatura aponta estudos e autores dos quais são descritas considerações que são trazidas para reflexão.

Dumazedier (1999) comenta que há discordância entre sociólogos e historiadores quanto à origem do lazer, no entanto, é evidente sua relação com sociedades pós Revolução Industrial e as mudanças sociais, políticas e econômicas que a acompanharam. Mudanças, sobretudo no usufruto do tempo livre, do lazer e da jornada de trabalho, estabelecendo novas formas de lidar com esses temas e principalmente com o lazer. Para Dumazedier (1999, p. 28), lazer “corresponde a uma liberação periódica do trabalho no fim do dia da semana do ano ou da vida de trabalho. O lazer tem relação com descanso, diversão e desenvolvimento num tempo livre de obrigações”.

Camargo (1989), tendo como base os estudos de Dumazedier compreende o lazer como o conjunto de atividades que devem ter algumas características: ser gratuitas e voluntárias proporcionar prazer e envolver aspectos culturais físicos, intelectuais artísticos que ocorram no tempo livre da jornada de trabalho e que também contribuam para o desenvolvimento social dos indivíduos. Essa proposta está evidenciada na proposta do Sesc.

Renato Requixa (1977, p. 11) define lazer como “uma ocupação não obrigatória de livre escolha do indivíduo que a vivencia e cujos valores, propiciam condições de recuperação e de desenvolvimento pessoal e social” O lazer na concepção de Marcelino (1983) é uma atividade desinteressada, sem fins lucrativos, relaxante sociabilizante e liberatória, numa clara alusão a bem estar.

Meister (2005) une lazer com prazer de viver quando diz que: toda atividade de lazer é atividade de prazer, deve ser prazerosa, e uma realidade de valores. Tanto o lazer como o prazer são atividades valiosas. Realizamo-las porque estão dentro de nossas expectativas de realização de vida.

Coriolano (2014) comenta que lazer e turismo assumem papel importante na vida contemporânea, essa autora também cita Santos (2000) que propõe um retorno a um lazer humanizado, desinteressado e educativo, numa visão poética do lazer bem condizente com os anseios de felicidade desejados pelas pessoas em seu tempo livre. Depreende-se que o lazer envolve a não obrigatoriedade, desenvolvimento pessoal e prazer e que turismo e lazer não se confundem, mas estão imbricados.

No contexto brasileiro o lazer mesmo considerado um direito social, na Constituição Federal de 1988, não ocupa lugar de destaque nas políticas públicas, Santos (2010) discute como o Estado brasileiro trata o lazer, desvinculado de política de Estado, a mercê de políticas de governo que inviabilizam sua continuidade, distante de políticas públicas que facultem seu acesso pelo cidadão como um direito.

Uma ação nesse sentido, foi o Programa Viaja Mais Melhor Idade lançado em primeira edição pelo Ministério do Turismo, em 2007, com o objetivo de promover o turismo e conseqüentemente o lazer para brasileiros maiores de 60 anos que durou até 2010. A segunda edição teve início em 2013 e durou até 2015.

O Ministério do Turismo (MTur) divulgou que houve aumento de viagens e saldo positivo para o mercado do turismo, no entanto em setembro de 2016 esse Programa foi revogado pelo governo federal que afirmava que o referido Programa já cumprira seu objetivo (MTUR, 2016).

Santos (2010) comenta que na Constituição Federal de 1988 o lazer está presente em três momentos. No Artigo 6º no qual relata que são direitos sociais, a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social,

a proteção à maternidade e à infância, à assistência aos desamparados, na forma dessa Constituição. Outra menção é feita no terceiro parágrafo do Artigo 217 com o seguinte texto: “O poder público incentivará o lazer como forma de promoção social” e no Artigo sétimo como uma das “necessidades vitais básicas à qual o salário mínimo deve ser capaz de atender”. E ainda o Artigo 180 que alude ao turismo ao dizer que “A União, os Estados, o Distrito Federal os Municípios, promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”, turismo visto como o fomentador do lazer.

Embora esteja presente em discursos oficiais, no cotidiano e diluído em políticas públicas ligadas ao esporte e cultura, Santos (2010) alerta para a necessidade de política específica de lazer para que o cidadão possa compreendê-lo como um direito social e possa reivindicá-lo.

Santos (2013) realizou pesquisa sobre a trajetória da inclusão do tema lazer na Constituição Federal de 1988 a partir da instauração da Assembleia Nacional Constituinte. Pesquisou sobre todo o trâmite da elaboração das leis sobre o lazer e suas emendas até chegar ao formato apresentado na Constituição Federal, o lazer como um direito fundamental.

Santos (2013) reflete sobre como o lazer conquistou essa posição diante de um contexto histórico na época da Constituinte em que era considerado supérfluo, sem relevância para as pessoas segundo vários autores (MELO; ALVES JÚNIOR, 2003; MARCELINO, 2006; REQUIXA, 1977; MAGNANI, 1996; BRUNHS, 2002).

Faz-se necessário lembrar que a Assembleia Nacional Constituinte representou um anseio popular de o país caminhar para a democratização visto que a constituição de 1967 retratava o regime militar que governava o país até então, cabia aos constituintes e à sociedade a proposição de novas leis, direitos deveres regras para a direção da nação (SANTOS, 2013).

Santos (2013) destaca que nessa busca estava o lazer que transitou por várias comissões. Entidades civis e a população podiam enviar sugestões. Essas sugestões muitas vezes não eram consideradas na votação final. Na subcomissão da Família do Menor e do Idoso o lazer foi associado, num primeiro momento ao direito do menor, depois do idoso, como um fator de vida digna do idoso. A população também enviou propostas onde considerava o turismo e o esporte como formas de lazer.

Ainda nas discussões da Constituinte cultura e educação aparecem vinculadas ao lazer o que motivou o constituinte Roberto Freire (PCB/PE) à criação de uma 'política cultural brasileira' unindo recreio e educação. Florestan Fernandes (PT/SP) formulou proposição com dez artigos sobre o lazer evidenciando sua importância e relação com a cultura (SANTOS, 2013).

O lazer surge como o terceiro tema mais citado na Constituinte, mostrando que a população considera lazer como cultura, numa posição inversa a do Estado, que os separa (SANTOS, 2013).

Santos (2013) esclarece que o lazer também foi considerado como um fator importante para a saúde na Comissão de Saúde e que o deputado Ismael Wanderley (PMDB/RN) citou em uma emenda, o lazer como 'uma necessidade fundamental 'um direito incontestável 'na Subcomissão de Direitos e Garantias Individuais e ainda complementou dizendo que considerava o lazer "atividade possibilitadora de novas aprendizagens" e citou como possibilidade de lazer o teatro, o cinema, a música a literatura. O deputado Agripino de Oliveira Lima (PFL/SP) comentou que o lazer constitui-se num bem inalienável da condição humana, como reparador do esforço e das energias despedidas nas lidas diárias. É condicionante de melhor finalidade de vida das pessoas, sendo por assim dizer o antitrabalho (SANTOS, 2013).

Nas reivindicações das emendas o lazer era citado como direito de todos e também "como uma das condições de vida urbana digna a que 'todo cidadão tem direito a si e sua família'" (BRASIL, 1987, p. 502; SANTOS, 2013).

Na sequência foram enviadas 122 emendas para a Constituinte por entidades que representavam a sociedade. O lazer aparecia em nove delas, no entanto, o lazer continuava relacionado à justiça social, à saúde e ao salário mínimo, sem alteração na posição em que estava anteriormente (SANTOS, 2013).

Foram também encontrados vínculos de lazer com o teatro, ações entre educação e lazer e que esse também fosse vinculado ao salário mínimo.

Santos (2013) observa que as entidades que enviaram as emendas foram setores da Igreja Católica, Central Única dos Trabalhadores (CUT), Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, mais conhecido como Movimento dos Sem Terra, (MST), entidades científicas, movimentos sociais, além de representantes de categorias profissionais diversas em que o lazer não era considerado elemento

central, no entanto ela observou uma preocupação de uma parcela da sociedade brasileira ao vincular o lazer como um fator de garantia de condição de uma vida digna de justiça social e um direito fundamental. Já havia, portanto uma relação com direitos sociais, importantes para questões de desigualdade social tão marcante ainda em nossa nação.

Por fim, os constituintes aprovaram as questões sobre o lazer como está descrito no Art.7 fazendo parte do título II sobre os Direitos e Garantias Fundamentais garantindo o lazer como um direito social.

Santos (2013) observa que não houve participação popular que justificasse a inclusão do lazer com um direito social em nossa Carta Magna. Não houve também entre os constituintes durante as discussões consenso sobre a definição de lazer, embora seja colocado como direito fundamental para o cidadão brasileiro.

A reflexão proposta por Santos (2013) aponta para caminhos para que se compreenda a dificuldade perante parcelas da sociedade e principalmente das classes trabalhadores, que ainda não têm noção, ou ideia do usufruto do lazer como um direito social e de sua importância.

Essa escolha ou critério do que seja lazer ficou nas mãos dos constituintes que assim entenderam de acordo como está escrito na Constituição, ou seja, decidiram de acordo com as concepções que tinham do que era ou o lazer deveria ser. Fica então um hiato entre o que deseja a população e o que está estabelecido por seus representantes.

Rigo e Rech (2015) também analisaram o lazer como direito e o relacionaram às vivências urbanas. Apresentam esse tema no artigo em que comentam sobre a ideia do lazer como uma forma de bem viver no meio urbano, reforçada pela ideia de bem viver de Aristóteles que preconizava a felicidade do homem atrelada a uma vivência numa cidade feliz. Algo próximo ao que Santos (2000) defende como um lazer humanizado.

Rigo e Rech (2015) apontam as dificuldades de definições do que seja lazer até juridicamente e se apoiam em alguns autores dessa área e em reflexões de estudiosos do lazer buscam ainda subsídios nos estudos de Dumazedier (1973) e Marcelino (1995) para a compreensão da função do lazer no campo social. Há um destaque para o texto da Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948) que se refere ao lazer no plano jurídico internacional, dotando-o de natureza jurídica de direito

fundamental em seu artigo XXIV ‘todo homem tem direito a repouso e lazer, inclusive à limitação razoável das horas de trabalho e a férias remuneradas periódicas.

Rigo e Rech (2015) citam que o Estado é o responsável pela efetivação dos direitos fundamentais nos quais o lazer está inserido. O lazer é um direito de eficácia plena tendo como suporte jurídico o argumento de Jose Afonso da Silva (1982, p. 89-91) que afirma:

Normas de eficácia plena são aquelas que, desde a entrada em vigor da Constituição, produzem ou têm possibilidade de produzir, todos os efeitos essenciais relativamente aos interesses, comportamentos e situações, que o legislador constituinte, direta e normativamente, quis regular.

Existe, portanto, o reconhecimento do lazer como direito de todos numa extensão além-fronteiras e que contempla a ação de órgãos oficiais para sua efetivação. É reconhecido, portanto como direito fundamental e assim consta em na Constituição Federal de 1988 trazem o pensamento de Vaz (1990, p. 59) que diz: “lazer é um termo impregnado de sentido sociológico devido ao papel preponderante que o mesmo desempenha na sociedade”.

Rigo e Rech (2015) complementam e trazem referências presentes em documentos oficiais tais como o conteúdo do Pacto Internacional Relativos aos Direitos Econômicos Sociais e Culturais (1966) o Brasil aderiu em 1992 citando o Artigo 7:

7º: Os Estados integrantes do presente Pacto reconhecem o direito de toda pessoa de desfrutar condições de trabalho justas e favoráveis que garantam, sobretudo: [...] d) os repouso e lazeres, a limitação razoável da duração do trabalho e férias periódicas , assim como remuneração dos feriados.

O lazer é visto então como a possibilidade de exercício de cidadania e com o amparo da legislação está presente na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) no artigo 129 que reconhece o lazer como o direito às férias e em consonância com o artigo 7º XVII da Constituição Federal que diz: Art. 7. São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem a melhoria de sua condição social: “[...] XVII - gozo de férias anuais remuneradas com, pelo menos, um terço a mais do que o salário normal [...]”.

Ainda em referência aos direitos sociais os autores trazem o pensamento de Calvet (2006, p. 68) que tece considerações esclarecedoras quando diz:

o direito a lazer insere-se na categoria dos direitos sociais prestacionais, seja por sua baixa densidade normativa na Constituição Federal, seja porque nas normas infraconstitucionais e tratados internacionais sua enunciação afigura-se em estilo aberto, não havendo maior concretização

pelo legislador do seu conteúdo, mas apenas o reconhecimento da preocupação da sociedade com a efetivação do referido direito.

Calvet (2006) aprofunda o tema apontando a importância do lazer na vida humana ao possibilitar interação social práticas lúdicas e repor energias despendidas no labor. Defende o direito ao lazer para a prática do turismo, pois compreende que ambos são úteis para vida humana ao propiciar viagens, cultura história repercutindo na existência humana.

O pensamento e ideias de estudiosos que lidam mais amiúde com direito e legislação oferecem novos olhares sobre essa questão do direito ao lazer, tão desconhecida de grande parte da população, notadamente a trabalhadora.

Trigo (2007) comenta que em vários períodos da humanidade o trabalho era desvalorizado pelas elites, destinado a escravos e servos e pessoas com menos recursos materiais. Com as mudanças no pensamento religioso essa configuração muda. O trabalho é valorizado e o tempo livre foi desvalorizado. A saída de uma economia medieval para uma capitalista que se iniciava no século XV precisava de braços para movimentá-la justificava o endeuamento do trabalho (TRIGO, 2007).

Trigo (2007) complementa quando diz que a princípio lazer envolve várias atividades praticadas no cotidiano, tais como jogar cartas, ver televisão, sentar na calçada e jogar conversa fora com vizinhos, ir ao cinema, teatro, praia, sítio nos finais de semana, assistir ao futebol, ler livros ou revistas, viagens de férias, fazer turismo, enfim a lista é extensa. No entanto para que essas atividades possam ser consideradas lazer, devem acontecer por livre escolha de quem as realiza. Livre, portanto de toda e qualquer obrigação, seja profissional, religiosa, social ou familiar (TRIGO, 2007).

Explica ainda que o desejo por descanso, relaxamento, felicidade e do usufruto de tudo o que é belo e bom sempre esteve presente nos anseios da humanidade, no entanto a forma de vivenciar essas experiências mudou ao longo da história, ou seja, os parâmetros do que seja lazer e diversão atualmente são outros. Assim compreender o lazer implica conhecer o tempo do trabalho (TRIGO, 2007).

O tempo passa a ser um diferencial na sociedade do trabalho e também na forma como usufruir dele tanto para as elites quanto para a população de modo geral. O clichê do *'time is money'* supervaloriza as horas consumidas no trabalho.

No Brasil, cada vez mais as horas são consumidas sob a égide do trabalho, restando pouco tempo para o dito tempo livre, para o lazer. Trabalha-se geralmente quarenta horas, semanalmente e para algumas categorias profissionais esse período pode variar, para mais ou para menos (TRIGO, 2007).

Mesmo com um período de férias remuneradas de até trinta dias, a maior parte da população brasileira não usufrui de seu direito. Muitas vezes vende as férias ou não usufrui desse tempo livre como um momento para refazer o corpo, recuperar energia, para usufruir de prazer e alegria. A rotina árdua de trabalho a deficiência nos serviços essenciais, como transporte e segurança e também a imensa desigualdade na distribuição de riquezas afastam dos trabalhadores a ideia do lazer como um direito (TRIGO, 2007).

Porém, na compreensão desse autor, o lazer não é apenas privilégio de elites, mas “um direito de todos e parte constituída e constitutiva de modos de vida culturalmente diferenciados” (TRIGO, 2007).

Diante dessas breves definições e reflexões de alguns autores sobre o lazer e o fato de ser um direito social, entende-se que deve ser incorporado pela população e reivindicado como tal, nas suas diversas formas.

A proposta do turismo social inclui lazer, turismo, cultura, educação como usufruto de cidadania, de inclusão social, portanto, com estreita relação com direitos sociais. O direito ao lazer é acompanhado por esses elementos que perpassam a ação do turismo social.

3.2 TURISMO E A REALIZAÇÃO DAS PESSOAS

O turismo é feito por pessoas e para pessoas, pode ser considerado como fator de realização pessoal. O que motiva o turista a viajar são pontos importantes para reflexão, pois as viagens são motivadas por uma série de interesses como necessidades de descanso, lazer, refúgio, aventura, estudos, desenvolvimento pessoal, etc. São escolhas que envolvem, sobretudo prazer. Prazer de fazer alguma coisa e conhecer lugares. Para Krippendorf (2001)

As expectativas ligadas às férias são as esperanças da felicidade. A viagem para fora do cotidiano é como uma segunda vida, na qual são projetados os verdadeiros anseios e esperanças. A viagem é bem mais que um novo estímulo em nossa sociedade de consumo, viajar é querer dar forma à alegria de viver (KRIPPENDORF, 2001, p. 50).

As motivações que envolvem as escolhas de viagens são inúmeras e diferentes para as pessoas. Nesse sentido as diferentes teorias psicológicas sobre motivação apontam fatores conscientes e inconscientes presentes nestas. Hirata e Braga (2017) destacam as principais teorias sobre motivação e sua relação com o turismo, que são o behaviorismo, teoria cognitivista, psicanálise e teoria humanista. Explicam que para o behaviorismo motivação está relacionada à satisfação de necessidades primárias (fome, sede, sono). Na teoria cognitivista a motivação está vinculada a experiências adquiridas na relação com meio. Na teoria psicanalítica a motivação tem como bases determinantes inconscientes. Destacam também a psicologia positiva na qual as motivações se vinculam na busca de bem estar. A teoria humanista considera que as motivações são relacionadas a necessidades internas e externas. Deste modo, o ser humano não estaria limitado apenas a responder mecanicamente ou cognitivamente aos estímulos. Sobre isto Karsaklian (2000) diz: “o organismo torna-se motivado por meio de necessidades internas e externas que podem manifestar-se tanto no nível fisiológico como no nível psicológico”. Esta última ideia encontra-se no estudo de Maslow sobre motivação e necessidades psicológicas.

Hirata e Braga (2017) destacam então a importância da motivação para a demanda turística o quanto o produto turístico pode satisfazer desejos e necessidades.

Abraham Maslow psicólogo americano (1908-1970) se destacou na psicologia humanista e formulou uma teoria criando uma hierarquia de necessidades humanas partindo das básicas até um nível mais elevado, em que se sucederiam na medida em que fossem satisfeitas (FADIMAN, 1979).

Maslow formulou uma pirâmide de necessidades que seriam satisfeitas de forma hierárquica seguindo uma ordem de importância para o indivíduo.

Figura 1 – Pirâmide de Maslow

Fonte: Hirata; Braga (2017).

Essas necessidades são: necessidades fisiológicas (fome sede sono) necessidades de segurança (estabilidade, ordem) necessidades de amor e pertinência (família, amizade) necessidades de estima (autorrespeito, aprovação) necessidades de auto-realização (desenvolvimento de capacidades).

Maslow comenta que essas necessidades são encontradas em todos os indivíduos, variando a forma como são satisfeitas e em que quantidade surgem nas diferentes sociedades. Reitera que a fome é uma das necessidades básicas e não deve ser ignorada.

Ainda de acordo com Maslow as primeiras necessidades são as principais e devem ser satisfeitas antes que as outras emergjam. E complementa:

É inteiramente verdadeiro que o homem vive apenas de pão - quando não há pão. Mas o que acontece com os desejos quando há muito pão e sua barriga está cronicamente cheia? Imediatamente emergem necessidades e são essas outras (e superiores) necessidades em vez de apetites fisiológicos que dominam seu organismo. E quando elas por sua vez satisfeitas, novamente novas e (superiores) necessidades emergem e assim por diante (MASLOW, 1970, p. 38).

Maslow cita que existem situações em que o indivíduo não está privado de alimento, não passa por um incomodo causado por fome ou dor e estas

circunstâncias proporcionam o surgimento de novas motivações, por exemplo, curiosidade e alegria.

Também pode acontecer que os indivíduos se sintam internamente motivados, buscando prazer e satisfação numa “motivação do ser”, independente de simplesmente satisfazer uma necessidade. Para o autor existe algo além de satisfações puramente instintivas.

Ainda complementa referindo que o crescimento psicológico está relacionado à satisfação de necessidades mais “elevadas” e satisfatórias.

Enfatizou também o papel das emoções para a autorrealização. Incentivou aos colegas psicólogos a pesquisarem sobre felicidade, tranquilidade e alegria, como também investigarem brincadeiras, os jogos e o divertimento. Incentivou, sobretudo o estudo de áreas de experiências positivas da experiência humana. Ou seja, que fossem valorizados também os aspectos saudáveis da existência humana e não apenas as patologias.

Todos esses elementos apontados por Maslow como relevantes para a autorrealização podem ser desfrutados no turismo através de viagens e lazer. Para ele a satisfação de necessidades é comum a todo ser humano e neste aspecto pode ser incluída a necessidade de fazer turismo.

Nesse contexto pode-se situar a atividade turística como uma forma de satisfazer necessidades de autorrealização humana, vinculada ao usufruto do prazer, da alegria, dos desejos, de felicidade. Estaria o turismo então possibilitando a satisfação de necessidades no nível mais elevado da pirâmide. Necessidades que de acordo com Maslow fazem parte do ser humano. E sobre isso ele diz: “eu penso no homem que se autorrealiza não como um homem comum ao qual alguma coisa foi acrescentada, mas sim como o homem comum de quem nada foi tirado” (MASLOW *apud* LOWRY, 1973, p. 91). O autor explica que autorrealização “significa experienciar de modo pleno, intenso e desinteressado com plena concentração e total absorção” (MASLOW, 1971, p. 45).

Limberger *et al.* (2017) discutem sobre a felicidade proporcionada por experiências prazerosas através do turismo. Partem do pressuposto de que o planejamento e a realização de viagens oferecem mais prazer que a satisfação gerada pelo consumo de objetos (LIMBERGER, 2017).

Silva (2017) pesquisou sobre a relação entre turismo, felicidade, hospitalidade e autoimagem do turista e constatou que mesmo a felicidade sendo algo tão subjetivo, pode ser gerada pela experiência turística que também possibilita melhoras na saúde mental. Comenta que a relação entre turismo e felicidade é importante para o Butão país que norteia sua política de turismo tendo como base o índice de felicidade através do Produto Nacional de Felicidade ou FIB Felicidade Interna Bruta. O FIB foi criado em 1972 pelo quarto rei do Butão e funciona como um indicador sistêmico de felicidade ao investir no desenvolvimento socioeconômico, na conservação do meio ambiente, na promoção cultural e na boa governança. Esses são os quatro pilares dessa política. Com essa ideia a nação investiu na felicidade de residentes e turistas desenvolvendo fatores ambientais, socioeconômicos, culturais, dentre outros. Acreditam que se os residentes são felizes proporcionam felicidade aos visitantes (SILVA, 2017).

Borges (2017) complementa ao afirmar que a metodologia FIB não é utilizada com frequência nos estudos em turismo e que suas nove dimensões poderão ser, não apenas instrumentos para aferir Felicidade Interna Bruta mas, orientadores para políticas públicas e desenvolvimento. As nove dimensões são: Bem-estar psicológico, saúde, uso do tempo vitalidade comunitária, educação, cultura, meio ambiente, governança, padrão de vida.

No turismo, a possibilidade de vivências prazerosas, inusitadas, promotoras de felicidade, funciona como força motriz, um tipo de motivação para as viagens e tudo o que ela envolve. Relatos de viagens postados em *blogs* ou em revistas de turismo corroboram a ideia de que o turismo proporciona vivências singulares que possibilitam prazer e felicidade.

Nesse sentido Brandão (2011, p. 32) reflete sobre o turismo como experiência de sentimentos e emoções em que

viajar, partir, fazer turismo, é dispor-se a sair de si mesmo e abrir-se a estar-com-o-outro. É aprender a sentir o seu mundo através dele mesmo, tal como “ele-mesmo” se dá a ver, a sentir e a compreender em nós e através de nós.

Para o autor, turismo pode proporcionar vivências desse tipo, pois parte dos pressupostos que privilegiam a cultura do lugar, o respeito aos lugares visitados propicia interação entre os turistas e os residentes, incentivando o desenvolvimento individual e social.

Além disso, a vivência do turismo também possibilita consumo de produtos que fogem da rotina do turista como, por exemplo, em relação a gastronomia, quando é possível experimentar sabores de diferentes lugares. Realizar passeios que incluem lugares novos, criar novos contatos, conhecer novas culturas.

O imaginário do turista é acionado abrindo portas para a realização dos desejos. E esses são ricos de subjetividade Vão desde o hotel cinco estrelas, viagens no espaço, gastronomia exótica, casamento subaquático até pernoitar numa cabana rústica no meio à selva. É o turismo possibilitando a vivência de experiências no aspecto da subjetividade humana, proporcionando descobertas de novos lugares, paisagens, sabores, encontros e festas.

Hirata e Braga (2017) destacam também os estudos de Philip Pearce que englobam psicologia e turismo destacando os que incluem motivação e lazer. Esse pesquisador criou a teoria da Escada das Necessidades de Viagens. Nessa escada Pearce utilizou os elementos presentes na pirâmide de Maslow: necessidades de realização; necessidades de autoestima e desenvolvimento; necessidades de relacionamento; necessidades de proteção e segurança e necessidades fisiológicas (PEARCE, 2005).

Figura 2 – Escadas das necessidades de viagens

(continua)

Necessidades de Realização	
Necessidade de auto-realização Necessidade de ter experiência	
Necessidades de auto-estima e desenvolvimento	
Voltados ao outro	Voltados a si
Necessidade de prestígio.	Necessidade de autodesenvolvimento, de crescimento, de curiosidade e estimulação mental, de aprimoramento, controle, competência, de repetir intrinsecamente comportamentos satisfatórios.
Necessidade de reconhecimento.	
Necessidade de realizações.	
Necessidades de Relacionamento	
Voltados ao outro	Voltados a si
Necessidade de reduzir ansiedade em relação aos outros.	Necessidade de dar amor e afeto.
Necessidade de pertencer.	

Figura 2 – Escadas das necessidades de viagens

(conclusão)

Necessidades de Segurança e Proteção	
Voltados ao outro	Voltados a si
Necessidade de proteção.	Necessidade de reduzir ansiedade.
	Necessidade de prever e explicar o mundo.
Necessidades de Fisiológicas	
Orientadas externamente	Orientadas internamente
Necessidade de mudança, excitação e curiosidade.	Necessidade de sexo, comer e beber.
Necessidade de empolgação, excitação externa e estimulação.	Necessidade de relaxamento (controle do nível de excitação).

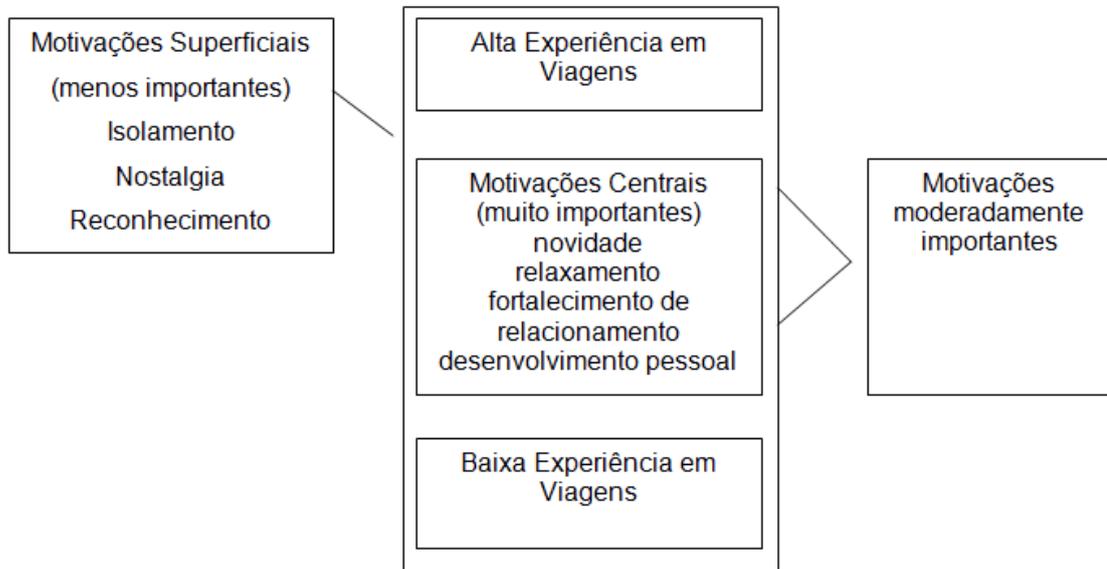
Fonte: Adaptado de Goeldner (2002, p. 182).

As autoras comentam que à semelhança da pirâmide de Maslow a hierarquia deve ser respeitada. As necessidades inferiores devem ser satisfeitas primeiramente, seguindo a sequência até alcançar as superiores. No entanto as autoras observaram que Pearce (2005) ao se apoiar nas ideias de Maslow e sua pirâmide inseriu o conceito de carreira de viagens (*carrer concept*). De acordo com esse conceito as pessoas têm “estágios identificáveis em seus padrões de viagens” relacionados às motivações. O tempo e as experiências turísticas acumuladas são significativos para as mudanças para outros níveis na pirâmide.

No entanto, a satisfação das necessidades não acontece de forma hierárquica e podem variar para diferentes grupos de pessoas. O valor concedido a cada item se modifica, por exemplo, pessoas podem ter suas necessidades básicas satisfeitas e não terem suas necessidades de autorrealização. No entanto, os estudos de Pearce e Maslow se assemelham quando colocam a autorrealização num patamar superior e nesse aspecto, o turismo pode contribuir para a realização pessoal ao proporcionar experiências subjetivas de prazer, entretenimento e alegria.

Em outro grupo as necessidades de segurança podem ser as mais importantes. Noutro as de estima amor. Outros grupos se consideram supridos com a satisfação de necessidades fisiológicas. Esses autores discutem também o conceito de Pearce (2005) sobre o padrão de carreiras de viagens, as motivações que influenciam a escolha dos turistas como mostra a figura abaixo. Pearce (2005) enfatiza a importância das viagens para o turista enquanto pessoa.

Figura 3 – Conceito padrão de Carreiras de Viagem



Fonte: Adaptado de Pearce (2005, p. 39).

O autor apresenta as motivações desta forma:

Motivações centrais: “novidade”, “relaxamento”, “fortalecimento de relacionamento” e “desenvolvimento pessoal”, fundamentais tanto a turistas mais experientes, quanto aos que viajaram menos. Motivações moderadamente importantes: “natureza”, “envolvimento visitante/Anfitrião”, “estimulação”; “sentimento de segurança por meio do relacionamento”, “realização pessoal”, “romance” e “autonomia” que variam de acordo com a experiência de viagens. Motivações superficiais: “isolamento”, “nostalgia” e “reconhecimento”, menos importantes tanto para os inexperientes quanto para os mais viajados (HIRATA; BRAGA, 2017, p. 89-90).

Pearce complementa e diz que o Travel Career Pattern “apresenta uma estrutura motivacional em múltiplos níveis [...] a qual forma padrões que refletem e são relacionados à carreira de viagens” (PEARCE, 2005, p. 21).

O estudo de Pearce (2005) ressalta ainda o valor da experiência acumulada para as viagens, a importância das diferentes formas de motivação e seu dinamismo para a atividade turística. Quanto mais viagens mais motivação para realizar outras e assim usufruir do prazer da experiência turística. Diante do exposto compreende-se então a que motivação, escolha de destinos para as viagens se relacionam com aspectos subjetivos do turista e podem proporcionar realização pessoal.

Através desses estudos apresentados, verificou-se a relevância do papel do turismo e do seu lugar enquanto prática social e fomentadora de realização pessoal. Porém, no contexto brasileiro e de vários países não está disponível para todos, visto que é um lazer que exige o consumo de serviços caros.

O turismo tradicional não atende de maneira inclusiva às demandas apresentadas e nesse sentido o turismo social apresenta-se como uma via alternativa de acesso ao turismo inclusivo, assim como o turismo de base comunitária que também inclui em seus destinos comunidades locais atores e turistas.

Além disso, no turismo tradicional os serviços são considerados caros e distantes do cotidiano da população num contexto econômico que favorece aos que tem condições de atender às exigências do mercado. Propostas como a do turismo social abrem portas para práticas em que o acesso ao produto turístico seja mais acessível a um número significativo da população. Lazer, turismo entretenimento como elementos incorporados à realidade da população já que constituem direitos.

Que o turismo não seja apenas produto produzido pelas mídias, mas algo possível de ser realizado com todo o potencial de proporcionar alegria, bem estar e felicidade para quem dele usufrui. Que aconteça de forma mais humanizada.

Pensar no turismo como fator de realização pessoal propicia reflexão para que essa prática social possa ser vista além dos aspectos socioeconômicos, culturais e geográficos. Que possa satisfazer necessidades, desejos. E também como um meio privilegiado de materializar sonhos.

4 O TURISMO SOCIAL: PRINCÍPIO DO TURISMO PARA TODOS

O turismo social preconiza a ideia de democratizar o turismo a grupos com restrição financeira e também de promover o desenvolvimento local e valorizar o patrimônio cultural e natural. Conceitualmente, apresenta características próprias que o diferenciam, pois para ser comercializado necessita de ação diferenciada, uma vez que o preço é mais acessível ao consumidor final.

Outro aspecto importante do ponto de vista conceitual é que o turismo social preconiza também propiciar experiências subjetivas que vão além da visita aos lugares. Propõe encontro entre pessoas, lugares e diferentes culturas. O turista pode ter contato com artesãos, ser recebido por um morador, um historiador, visitar comunidades indígenas ou quilombolas, proporcionar encontro entre jovens e público de terceira idade, por exemplo.

Essa forma de oferecer serviço turístico possui as seguintes características (FALCÃO, 2006, p. 118) e são significativas para a compreensão do turismo social e suas características a saber:

a) Preços diferenciados daqueles ofertados pelo turismo comercial, sem prejuízo do conforto e qualidade no serviço.

b) A atividade de turismo social não prioriza a obtenção de lucro, no turismo comercial, de massa o lucro é o principal incentivo.

c) Existência de subsídio/subvenção por meio de suporte financeiro sindical ou de associações e empresas que viabilizem a atividade.

O local escolhido deve ter relação com aspectos culturais, educativos respeitando a subjetividade dos participantes, no comercial o objetivo é a satisfação da clientela. E ainda a integração social, questões como o desemprego, desigualdade social e o uso de recursos locais são considerados; no turismo comercial esses itens podem ser relevantes ou não (FALCÃO, 2006).

Dessa forma, o turismo social é entendido como uma prática turística humanizada, democrática, solidária e que inclui aspectos educativos.

Educação e inclusão são dois aspectos importantes para o turismo social. Vistos como integrantes de um processo único em que se abrem possibilidades de usufruto de direitos e exercício de cidadania constitui, portanto uma forma de ofertar serviços turísticos a grupos de pessoas.

4.1 TURISMO SOCIAL: FORMA “INCLUSIVA” DE TURISMO

Compreender o turismo social remete a um breve histórico sobre seus conceitos, pois tanto os conceitos quanto as práticas sofrem influências do momento histórico e social em que são formulados.

As primeiras ações em turismo social a nível mundial ocorreram entre Guerras Mundiais (1920-1940). Nesse cenário instável países como Alemanha, Itália e a antiga União Soviética, por meio de alguns sindicatos, associações não governamentais criaram condições para que trabalhadores com rendas inferiores pudessem viajar em grupo e participar de atividades de recreação (EMMENDOERFER, 2013). Como explica Falcão (2006) essa prática consistia numa forma de oferecer lazer e também de fortalecer ideologias totalitaristas de suas nações. Destacam-se nesse período a *Opera Nazionale Dopolavoro* (1925) na Itália fascista e também a *Kraft Durch Freude* (KDF) - (Força pela Alegria), originada em 1933 na Alemanha Nazista. Fica evidente a ação de governos totalitários impondo ideias e tentando controlar as pessoas usando o seu tempo ‘livre’.

Numa perspectiva diferente das formas descritas acima foi criado o modelo português em 1935, a Fundação Nacional para a Alegria do Trabalho, objetivando o desenvolvimento do turismo social, recreação e cultura, mas “com profundas preocupações de humanismo e de qualidade”. Atualmente a instituição conhecida como Instituto Nacional para Aproveitamento dos Tempos Livres (INATEL) administra as atividades no turismo social português.

A INATEL inspirou os princípios ideológicos que norteiam o programa de turismo social do Sesc e serviu com modelo ainda que parcialmente, para estruturar a colônia de férias do Sesc em Bertioga no litoral de São Paulo (CHEIBUB, 2013).

A Convenção da Organização Social Internacional do Trabalho em 1936, em Genebra foi um marco para os trabalhadores, pois regulamentou o direito às férias remuneradas numa filosofia diferente ao que era preconizada pelos regimes totalitários em relação ao uso do tempo livre. Com as férias remuneradas abriram-se possibilidades para o turismo para as classes trabalhadoras.

A França foi pioneira ao criar a Secretaria de Lazer Governamental e fundamenta sua ação citando que

em países democráticos não se pode para militarizar os lazeres, as distrações e os prazeres das massas populares, nem transformar a alegria habilmente distribuída, em um meio de fazer a população não pensar [...] (FALCÃO, 2006, p. 129).

Com essa declaração do governo francês e a posterior criação da *Tourisme-Vacances pour tous* em 1937, gerenciada por trabalhadores e não pelo governo, são lançados os fundamentos e as filosofias que regem o turismo social que se propagaram mundialmente como uma maneira inclusiva e democrática de propiciar acesso ao lazer.

Com a implementação de mudanças nas leis trabalhistas foi determinado o tempo que deve ser dedicado ao trabalho, o direito ao repouso por semana e às férias com remuneração. Há, portanto uma aproximação nas ideias entre férias, lazer turismo e trabalho.

O lazer e, por conseguinte, o turismo são contemplados também na Declaração Universal dos Direitos do Homem (1945) nos Artigos 13 e 24 respectivamente conforme transcrito a seguir

[...] toda pessoa tem direito à liberdade de locomoção e residência dentro das fronteiras de cada estado. Toda pessoa tem direito de sair de qualquer país, inclusive do próprio e a ele regressar. [...] toda pessoa tem direito a repouso e lazer, inclusive à limitação razoável de horas de trabalho e a férias remuneradas, periódicas.

Apoiado na ideia de ofertar lazer a populações com menos recursos econômicos surgiu um dos primeiros conceitos de turismo social. O antigo *Bureau International du Tourisme Social* (BITS, 1963) define o turismo social como:

Conjunto de relações e fenômenos resultantes da participação no turismo das camadas menos favorecidas participação que se torna possível ou facilitada por medida de caráter social bem definida, mas que implicam predomínio da ideia de serviço e não apenas de lucro.

Para Jean Marc-Mignon (2011, p. 10) um dos ex-presidentes da Organização Mundial de Turismo social (OITS) “turismo social é cuidar da sociedade a medida em que se tenta abrandar as desigualdades”.

Para a OITS turismo social pode ser compreendido como ações de turismo que possibilitem o acesso a populações de baixa renda e a ideia de um ‘turismo solidário’ com acesso das populações de baixa renda as viagens, mas também a atividade turística trazendo benefícios para as comunidades visitadas (OITS, 2016).

Maitland Minnaert e Miller (2007, 2009) compreendem o turismo social como o turismo como um valor moral adicional cujo principal objetivo é beneficiar, tanto o hospedeiro como o visitante no turismo “troca” (OITS). Essa definição diferencia ações para o aumento da participação no turismo de grupos com menores rendas e ações que objetivam o aumento dos benefícios econômicos do turismo para as populações residentes nos destinos turísticos. Além disso, a OITS aponta como pontos importantes para o turismo social que são:

1. A inclusão das políticas de turismo social nas políticas públicas.
2. Advogar os valores da economia social e justa.
3. Criar esquemas de financiamento de férias para apoiar pessoas com acesso limitado a feriados e turismo.
4. A OITS ainda aponta outros desafios para o turismo social.
5. Promover o turismo social como força motriz para o desenvolvimento do turismo doméstico.
6. Apoiar iniciativas que possam contribuir para combater a natureza sazonal do turismo.
7. Facilitar o movimento e a recepção de pessoas com mobilidade reduzida.
8. Garantir um status legal decente aos trabalhadores do turismo.
9. Desenvolver uma forma justa e responsável de turismo.
10. Projetar uma nova estratégia de comunicação para destacar a relevância do turismo social.

No cenário brasileiro Almeida (2001) resgata um texto sobre uma Deliberação Normativa da EMBRATUR nº 115 de 5 de julho de 1983 com o intuito de promover o turismo social que definia programações de turismo social da seguinte forma:

passeios ou excursões, promovidos, realizados ou organizados, sem fins lucrativos ou retribuições financeiras de qualquer espécie, por confederações, federações, sindicatos outras entidades representativas de classe para seus associados ou familiares cujo nível de renda não lhes permita usufruir, aos preços vigentes no mercado, das programações oferecidas pelas empresas e empreendimentos turísticos.

O Grupo Técnico Temático (GTT) da Câmara de Segmentação do Ministério do Turismo publicou em 2004 uma definição mais aproximada da realidade do Brasil, e cita que turismo social:

É uma forma de turismo que promove a inclusão social de todos proporcionando qualidade de vida e o exercício da cidadania pela utilização de meios e bens do arranjo produtivo do turismo com aproveitamento sustentável dos recursos naturais e culturais (FALCÃO, 2006, p. 120).

O Observatório em Turismo da Fundação Getúlio Vargas (2004) postula a seguinte definição de turismo social:

É a forma de turismo que amplia a inclusão social pela utilização de meios, bens e serviços do arranjo produtivo do turismo, com aproveitamento sustentável dos recursos naturais e culturais, proporcionando o exercício da cidadania.

O Ministério do Turismo, em 2005, publicou o Caderno Segmentação do Turismo - Marcos Conceituais com a seguinte definição sobre o turismo social: “Turismo social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade, e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão” (MTUR, 2005, p. 6).

Abitia (2006, p. 148) faz o seguinte comentário sobre o direito da sociedade ao lazer sem restrição aos que têm menor renda numa alusão clara do turismo para todos:

O lazer e o turismo são direitos que nem todo mundo pode exercer hoje em dia. Por isso o turismo social põe ao alcance de todos o direito de aproveitar as férias e desfrutar o melhor da vida. A acessibilidade se dá quando existem facilidades econômicas físicas e materiais para praticar atividades turísticas sem discriminação de idade, sexo, cor religião e rendimentos.

Além dessa ideia, o referido autor pondera que o turismo realmente social tem como base os seguintes fundamentos: “acessibilidade” que equivale ideia de turismo para todos e a “solidariedade” que propõe um turismo responsável. Esses princípios estão presentes na linha de ação do turismo social do Sesc.

A Lei Geral do Turismo faz referência ao turismo social da seguinte forma:

Art. 1º A Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, passa a vigorar com as seguintes alterações em relação ao turismo social.

XIII - o turismo social como forma de conduzir e praticar a atividade turística, com o objetivo de promover a igualdade de oportunidades, sem discriminação, acessível a todos, de maneira solidária, em condições de respeito e sob os princípios da sustentabilidade e da ética.

Embora algumas definições de turismo social mencionem os termos “sem fins lucrativos” e outras mencionam “facilidades” a ideia que prevalece é a de inclusão social ao oferecer o produto turístico ao maior número de pessoas com

restrições econômicas e a grupos sociais como terceira idade, jovens e a pessoas com deficiência.

Fica evidente a complexidade e estreita relação entre turismo e lazer na vida humana, e as diversas visões sobre o turismo social.

Depreende-se que no conceito de turismo social a ideia de inclusão permanece, no entanto sua prática não se restringe apenas a quem faz turismo, mas busca alcançar os residentes dos lugares visitados e grupos com restrição econômica de forma geral para usufruir de um turismo para todos numa perspectiva democrática de vivenciar a oferta turística numa ação para o social e feito pelo social.

No entanto Abitia (2011, p. 29) comenta que o conceito de turismo social é amplo, vai além da questão econômica e requer uma compreensão do que seja o usufruto de férias para as pessoas e a possibilidade de troca entre os que viajam.

Entende o turismo social “como um bem de todos” e não apenas “um produto para pessoas pobres e sim uma forma de viajar em que existem ambições humanas e sociais e isto vale para todos.” Defende a ideia de que um número maior de pessoas usufrua do turismo social.

Cheibub (2012) cita o texto do Comitê Econômico e Social Europeu que define o turismo social como um direito e sua relação com o lazer

[...] todo mundo tem o direito de descansar, diariamente, semanalmente e anualmente, bem como o direito ao tempo de lazer que lhes permite desenvolver todos os aspectos da sua personalidade e sua integração social. O direito ao turismo é uma expressão concreta desse direito geral, e o turismo social é impulsionado pelo desejo de garantir que ele seja universalmente acessível na prática (EESC, 2006, p. 68).

Fica evidente que desde as primeiras ações implementadas pelo Comitê, o turismo, atividade que envolve lazer e consumo, teve relação com a forma de produção e o desenvolvimento das nações. Nesse panorama o governo oferece opções de lazer à população, notadamente, aos que não detinham alto poder de compra, portanto, de consumo, no caso em questão, consumo de produto turístico. O turismo social surge como uma possibilidade de preencher essa lacuna.

Cabral e Moura (2017) ressaltam o aspecto inclusivo do turismo social ao proporcionar lazer e viagens a idosos, aposentados, pessoas carentes economicamente, pessoas com deficiência física, possibilitando também desenvolvimento a nível pessoal e social. Apontam o turismo social como um

modelo de gestão turística com base na socialização dos sujeitos (CABRAL; MOURA, 2017, p. 124).

Essa forma peculiar humanizada de fazer turismo constitui um diferencial que respeita individualidades que crescem no convívio social. Os turistas não são apenas números no sistema de reserva ou nos bilhetes de embarque. São participantes de experiências únicas, transformadoras. Interagem entre si, com os destinos turísticos e com os visitados. São sujeitos da experiência turística. Além disso, defende a prática de um turismo sustentável com respeito ao meio ambiente e aos lugares visitados. Com o turismo social as pessoas podem usufruir de uma forma diferente de viver e fazer o turismo.

4.2 EXPERIÊNCIAS MUNDIAIS NA ORGANIZAÇÃO DO TURISMO SOCIAL

A criação do *Bureau International du Tourisme Social* (BITS, 1963) em Bruxelas na Bélgica, impulsionou o desenvolvimento do turismo social, pois institucionalizou as atividades e coordenou as ações de seus membros. Nesse período o BITS agregava mais de 145 membros em aproximadamente, 40 países, incluindo organizações públicas e privadas, com e sem fins lucrativos, tais como, centros de férias, albergues da juventude associações de turismo agências e operadoras de turismo, cooperativas, ONGs, sindicatos, organizações oficiais de turismo, instituições de treinamento, todos que exerciam atividades relacionadas e importantes na área de turismo social (FALCÃO, 2006, p. 123).

A partir daí o turismo social foi evoluindo em conceitos e em sua prática. Em 1972 a Assembleia Geral do BITS aprovou um texto relevante para o turismo social, a Carta de Viena que orientou as ações por cerca de duas décadas. Nesse documento o turismo é apresentado com um fato social da sociedade contemporânea. É feita a recomendação a todos os agentes de turismo no mundo, e especialmente aos agentes de turismo social, para que essa forma de turismo seja acessível a todos (FALCÃO, 2006, p. 123).

Em 1996, o BITS adota novo texto como orientação para o conceito de turismo social mais aproximado ao contexto socioeconômico vigente. Esse texto foi denominado Declaração de Montreal para uma visão Humanista e Social do Turismo. Essa declaração pode ser vista como uma continuação da Carta de Viena,

incluindo novos termos e desafios que passam pela inclusão social num mundo globalizado promover a integração social a vivência de solidariedade e o turismo sustentável (FALCÃO, 2006, p. 123).

É oportuno destacar que o Código Mundial de Ética do Turismo adotado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em 1999, menciona a relevância das ações do turismo social conforme descritas no Artigo 7º que trata do Direito do Turismo (FALCÃO, 2006, p. 125).

7.1 A possibilidade do acesso, direta ou pessoalmente, ao descobrimento das riquezas do planeta, constitui um direito, igualmente aberta a todos os habitantes do mundo; a participação cada vez mais ampla ao turismo nacional e internacional deve ser considerada como uma das melhores expressões possíveis de crescimento contínuo do tempo livre e não deve ser impedida.

[...]

7.3 O turismo social, e em especial o turismo associativo que permite o acesso de grande número de pessoas ao lazer, às viagens e às férias deve ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) criada em Madri em 1974, ampara o turismo social e corrobora que esse deve possibilitar acesso de “todos os cidadãos ao lazer às viagens e às férias. Além disso, deve encorajar e facilitar o turismo das famílias dos jovens e estudantes, das pessoas idosas e dos deficientes”.

Em 1980, o Sesc São Paulo filia-se ao BITS tornando-se o primeiro membro das Américas a participar do Conselho Administrativo.

No decorrer dos anos 1980, o turismo se retrai em meio à crise financeira e o turismo social também sofre seus efeitos, reformulando conceitos e buscando estratégias de marketing em torno de seus serviços (FALCÃO, 2006).

Evidencia-se o apoio ao turismo social quando se trata do direito ao turismo. Dessa forma, verifica-se que o turismo social foi evoluindo em conceitos e práticas ao redor do mundo, respeitadas as diferentes realidades em que é vivenciado, no entanto preservando os princípios fundamentais de acordo com os preceitos de propostos pelo Bureau Internacional de Turismo Social (BITS) desde sua fundação.

Em 2010, o BITS mudou o nome para Organização Internacional de Turismo Social – OITS (International Social Tourism Organization – ISTO). Essa mudança reflete também o fortalecimento do compromisso da instituição sobre direitos sociais conscientizando a sociedade sobre a relevância do turismo e do direito às férias. Defende a ética nas atividades turísticas, assim como turismo

sustentável e acessível. Essa mudança foi fundamental para as ações da OITS e o fortalecimento do turismo social no mundo.

A OITS está presente na Europa, onde teve seu início e também na Américas e África. Na Europa, a OITS-IST promove o desenvolvimento do turismo para todos juntamente com órgãos da União Europeia a exemplo da Comissão Europeia Parlamento Europeu, Comitê Econômico e Social e Comitê das Regiões. O turismo para todos é contemplado em políticas e programas (OITS, 2016).

A OITS-ISTO Europa possibilita a troca de informações e experiências entre seus membros, criando uma rede de especialistas em turismo para todos no continente europeu. Embora o turismo social já existisse nas Américas desde 1994 a chegada dessa instituição com os princípios ditados pela declaração de Montreal defendendo uma postura humanista e social para o turismo, propiciou o reconhecimento e desenvolvimento do turismo social no continente americano. Diferente dos países europeus o turismo nas Américas ainda é visto como luxo e não como algo que pode promover o desenvolvimento social e que se relaciona com a realização das pessoas (OITS, 2016).

Esta visão remete à dificuldade, em alguns países e também no Brasil, do turismo e do lazer serem considerados como direitos sociais, não apenas nos discursos e sim na prática.

Um dos desafios da OITS-ISTO é a implementação de políticas sociais de turismo para as Américas. Na década de 1990 criou-se uma Secretaria da OITS-ISTO para as Américas (ISTO Américas) cuja sede é em Montreal, com o objetivo de promover contatos, coordenar e possibilitar intercâmbios entre países das Américas do Sul, Central do Norte e Caribe (OITS, 2016).

A OITS-ISTO também está presente na África, especificamente em Benin desde 2004 com algumas tarefas, tais como: realizar ações de acordo com os preceitos da OITS-ISTO no continente africano, apoiar e aconselhar os membros regionais, promover o turismo social e desenvolver relações entre outras organizações da região. O trabalho de associações e ONGs, promovendo o turismo social, já trouxe benefícios para grupos sociais carentes economicamente, no entanto, conflitos e tantos outros problemas políticos sociais que ocorrem nesse continente prejudicam a realização de um turismo mais justo. A OITS tem conhecimento das dificuldades e dos desafios de promover o turismo social em

lugares assim e luta para que haja o desenvolvimento social com essa atividade (OITS, 2016).

Compreende-se o trabalho da OITS-ISTO como uma forma de coordenar, agregar os agentes do turismo social, bem como de promover seu desenvolvimento em várias partes do mundo, respeitando as culturas dos diferentes países.

No México o turismo social é amparado pela Lei Federal de Turismo de 29/12/1992 com o seguinte conceito:

Compreende todos aqueles instrumentos e meios pelos quais se concedem facilidades para que as pessoas de recursos limitados viajem com fins recreativos, desportivos e/ou culturais em condições adequadas de economia, acessibilidade segurança e comodidade.

A OIST-ISTO apresenta o perfil de alguns países em relação ao turismo social (OITS). Na Alemanha (2005) com o fim da segunda guerra mundial o turismo foi considerado como uma forma de promover a paz, a amizade e conhecer países vizinhos com propósitos educativos. Essa forma de pensar estruturou as ações de turismo social alemão, portanto, algo bem diferenciado do turismo comercial (OITS, 2016).

Na Espanha (2009) políticas sociais sempre foram priorizadas nos vários governos e surgiram várias ações em que se mesclaram política social e turismo. Uma das ações mais conhecidas é o Programa de Férias para idosos denominado IMSERSO, mas existem outros dirigidos para jovens e pessoas com deficiência também aqueles oriundos das regiões autônomas. Na Bélgica, há investimento em turismo social e, em especial, para os jovens (OITS, 2016).

Na Polônia (2014) o turismo social desenvolveu-se devido a alguns fatores, quais sejam, a melhora do nível de renda da população, a existência de vários tipos de turismo social possibilitado por diferentes formas de viver o tempo livre, seja em shoppings, restaurantes, viagens de um dia, viagens para segundas residências, preferidas pelo público jovem (OITS, 2016).

Na Argentina, amparado pelo Plano Estratégico Federal de Turismo Sustentável, o turismo é considerado como atividade de extrema importância para a economia e desenvolvimento do país e também reconhecido como direito social, enfatizando a importância do lazer e das viagens.

No Brasil (2004) as ações em turismo social ainda não são significativas para grande parte da população. O governo ainda investe pouco nesse setor e as

organizações privadas como o Sesc, assumem essa tarefa. No entanto, o Governo Federal criou o programa Brasil +Turismo com o objetivo de incrementar o turismo no país e em seu Artigo 6º, XIII, reconhece o turismo social como indutor de prática turística, sustentável, solidária e de turismo para todos (MTUR, 2016).

O Sesc desponta como principal agente privado de turismo social no Brasil e é membro da OITS. Outras entidades como Clubes de Melhor Idade, hostels, Clubes de turismo e assemelhados, desenvolvem algo semelhante a uma proposta de turismo para todos.

Vale ressaltar o trabalho da OITS que procura agregar os países e fomentar o desenvolvimento do turismo social no mundo. Além disso, essa entidade desenvolve estudos e pesquisas relacionadas ao turismo social numa forma de incentivar a produção de conhecimento nessa área.

Uma de suas iniciativas com esse objetivo aconteceu em São Paulo em 2011 em que o Sesc São Paulo e a OITS promoveram o Encontro das Américas de Turismo Social cujo tema foi “Turismo e inclusão: por uma visão humanista e social do turismo nas Américas”. Principais pensadores e estudiosos da área expuseram seus pensamentos trocaram ideias e fizeram sugestões sobre ações em turismo social (SESC, 2011).

Diante do exposto em relação à prática de turismo social em diferentes países fica evidente singularidade entre essas práticas se comparadas ao Brasil. Na Europa e em alguns países latino americanos existe o apoio governamental e de outras entidades civis, no entanto, entidades privadas como o Sesc asseguram esse tipo de serviço turístico numa forma de ofertar turismo e lazer em todo o território nacional, numa prática que adentrou aos 70 anos.

Sustentar propostas que envolvam valores humanos e ética num mundo globalizado e essencialmente capitalista são iniciativas importantes para o desenvolvimento das pessoas, exercício de cidadania e possibilidade de inclusão social num mercado que privilegia lucro.

Nesse sentido o turismo social com seu caráter inclusivo abre portas para incrementar formas diferenciadas de fazer e viver o turismo com democracia e solidariedade (OITS, 2016).

O conceito de turismo social foi evoluindo ao longo dos anos e também sua prática, sendo ampliado seu alcance social, pois atualmente não se restringe

apenas como um serviço que tem alvo pessoas carentes economicamente, mas segmentos da população como jovens, idosos e pessoas com deficiência, ampliando seu aspecto de inclusão social e de turismo para todos.

5 O TURISMO SOCIAL NO SESC

O Brasil é um país continental que vai além do samba, das praias e de mulheres expostas em algumas propagandas turísticas. Marcado em seus primórdios, pela colonização exploratória, escravocrata e por forte concentração de renda essa marca permanece em nossa história.

O tema exclusão não é novo nem estranho à nossa cultura. E está presente de diversas formas: no desemprego, nos altos índices de violência na carência educacional. De alguma forma, pessoas estão sendo excluídas de seus direitos mínimos: educação, segurança, saúde e lazer.

Desse modo, poucos conseguem usufruir de viagens de lazer como gostariam ou como têm direito. O Sesc surge então como a instituição, como agente pioneiro na oferta de turismo social no Brasil em 1948, com a fundação da Colônia de férias Rui Barbosa, em Bertioga, estado de São Paulo com o intuito de oferecer lazer e turismo às populações de menor renda, numa perspectiva de inclusão social, como será mostrado adiante e permanece sendo a referência em turismo social no Brasil.

5.1 O PROGRAMA DE TURISMO SOCIAL DO SESC

O Serviço Social do Comércio (Sesc) é uma instituição fundada em 13 de setembro de 1946 e mantida por empresários do ramo do comércio de bens, serviços e turismo (Fecomercio) juntamente com organizações sindicais comandado por João Daudt de d' Oliveira na época da fundação, com o objetivo de proporcionar bem-estar e oferecer serviços para a melhoria da qualidade de vida dos comerciários e de suas famílias, também promove o desenvolvimento social da coletividade. Esses princípios estão no bojo da Carta da Paz Social de 1946

A Carta da Paz Social representa um compromisso entre empresários e empregados ao estabelecer missão das entidades do setor de comércio, serviços e turismo voltadas para o bem-estar de seus respectivos trabalhadores. (Anexo).

Os temas explorados pela Carta da Paz Social foram elencados da seguinte forma: 1) Estado e a Ordem Econômica; 2) Elevação do nível de vida da população; 3) Política de Produção Agrícola; 4) Política de Produção Industrial e Mineral; 5) Política de Investimentos; 6) Energia e transportes; 7) Política Comercial;

8) Política Monetária, Bancária e Fiscal; 9) Política Social e Trabalhista; 10) Política Imigratória (SESC, 1971, p. 7).

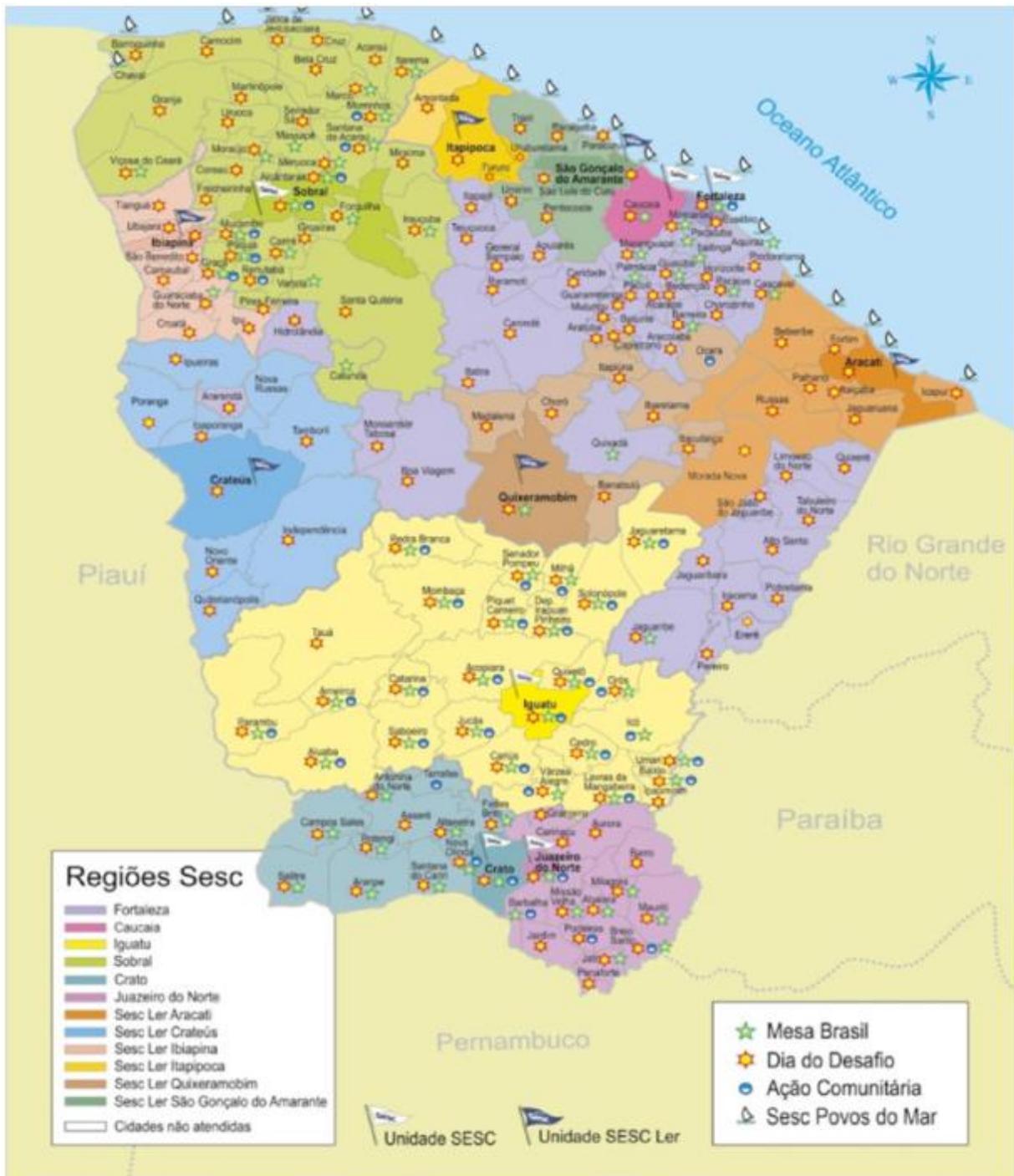
Com temas socioeconômicos e políticos para a nação a Carta da Paz Social propõe uma aliança entre empregadores e empregados visando ao desenvolvimento do país, preservando a ordem econômica, estabelecendo solidariedade e confiança entre as pessoas, temas relevantes para um momento de Pós-Segunda Guerra mundial (LEITÃO, 2017, p. 106) Estabelecia uma cooperação entre patrões e governo em defesa da democracia, dignidade humana e da iniciativa privada (LEITÃO, 2017, p. 107).

O Sesc é uma instituição “que realiza política social privada com finalidade pública” como cita Leitão (2017, p. 107) sendo o comerciário e sua família o foco de suas ações, contextualizando que o comerciário mesmo tendo emprego e renda faz parte de um segmento com baixa renda. E é para esse público que o Sesc direciona suas ações.

Leitão (2017) esclarece que o Sesc investe na qualidade de vida dos trabalhadores do comércio, e no bem estar a sua clientela. Com ações voltadas para o social o Sesc supre o atendimento de necessidades onde o governo está ausente seja em educação, saúde, cultura, lazer.

O Sesc integra o Sistema “S” (SESC/SENAC, SESI/SENAI, SEST/SENAT, SEBRAE) empresas do terceiro setor. Há mais de 70 anos o Sesc atua no Brasil e no estado do Ceará a partir de Fortaleza, mas ampliou suas ações estabelecendo sedes em grandes cidades no interior do estado: Iguatu, Crato, Sobral e Juazeiro do Norte. As ações do Sesc através de seus diferentes programas estão presentes nos 184 municípios do Ceará conforme ilustrado na Figura 4.

Figura 4 – Regiões Sesc no estado do Ceará



Fonte: Sesc (2016).

O Sesc dispõe de 14 Unidades fixas, sendo seis Unidades Operacionais, cinco Unidades do Projeto Sesc Ler, uma Unidade Hoteleira – Colônia Ecológica Sesc Iparana, seis Unidades móveis, sendo duas de Biblioteca – BiblioSesc, três de Odontologia, OdontoSesc e uma Sesc Saúde Mulher, cinco escolas Educar Sesc, 13

bibliotecas fixas, oito equipamentos culturais (teatros, auditórios-teatro e galeria de arte para exposições), dois Núcleos de Saúde, três Clínicas de Odontologia, cinco Restaurantes para os comerciários e sete parques aquáticos.

A instituição desenvolve várias ações algumas voltadas à educação a jovens e adultos como o Projeto Sesc Ler (2002). As ações do Sesc têm como prioridade o atendimento dos comerciários do segmento de bens serviços e turismo, seus familiares, empresas conveniadas e público em geral desde que não haja prejuízo do público prioritário.

Desse modo, o Sesc de acordo com sua missão busca a eficácia nos objetivos estratégicos traçados para o período 2016-2020: potencializar o reconhecimento do Sesc na sociedade; consolidar abrangência do atendimento; contribuir de forma integrativa e ativa para a discussão de políticas públicas nas áreas de atuação; ampliar o nível de efetividade do Sesc na apresentação de serviços à sociedade; garantir a fidelização dos nossos clientes; aperfeiçoar o processo de comunicação interna; aprimorar os processos internos na busca da melhoria contínua da gestão; potencializar as ações de sustentabilidade na programação; promover a aprendizagem organizacional e o pleno potencial das pessoas; qualificar, manter e ampliar a infraestrutura física e tecnológica com foco no tripé da sustentabilidade (Econômico, Ecológico e Social); promover a assertividade no planejamento orçamentário; ampliar o equilíbrio financeiro para garantia de investimentos; implantar a gestão de custos.

De acordo com o documento Diretrizes e Ações a missão do Sesc é contribuir na construção de uma sociedade mais justa, promovendo a melhoria da qualidade de vida do trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo prioritariamente de menor renda, por meio de serviços subsidiados e de excelência. Foi definida como visão “Ser referência regional na prestação de serviços sociais de excelência, com desenvolvimento da cidadania sustentabilidade e transferência de tecnologias sociais até 2020”. Os valores do Sesc (2016) são:

- a) Excelência - busca pelo aperfeiçoamento constante e adaptação às mudanças globais;
- b) Ética - busca pelo equilíbrio e justiça social;
- c) Qualidade - prestação de serviços procurando atender da melhor forma as necessidades e expectativas da clientela;

- d) Transparência - atuação baseada em práticas e políticas de divulgação das informações e resultados relevantes da gestão;
- e) Integridade - atuação com honestidade, retidão e imparcialidade;
- Parceria - atuação conjunta com interesses afins;
- f) Sustentabilidade – estímulo e viabilização de atitudes ecológicas coerentes, viáveis no campo econômico, socialmente justas e com uma diversificação cultural;
- g) Valorização das pessoas - motivação,
- h) Capacitação e integração dos colaboradores para garantia de resultados com excelência e qualidade;
- i) Sinergia e sincronismo com as mudanças e demandas sociais - observar as mudanças nos cenários sociais, político e econômico para adequação das estratégias de ação;
- j) Inovação - estímulo à pesquisa e aplicação de novas ideias;
- k) Criatividade - incentivo à capacidade de criação, configurando-se em soluções eficazes que agreguem valor, gerando redução de custos e aumentando a produtividade.

Todas essas ideias contidas nos valores missão e objetivos da instituição têm como alvo a clientela comerciária matriculada no Sesc quem em 2016 apresentou os seguintes números: 68% são comerciários titulares.

Os comerciários titulares apresentam o seguinte perfil: 93% têm renda de até 2 salários mínimos, 55% estão na faixa etária entre 25 e 40 anos, 80% tem nível médio completo, 30% são casados e 68% são solteiros. Esse perfil é da clientela atendida pelo Sesc em todos os seus programas.

Esses números confirmam o compromisso social da instituição que prioriza o atendimento dos comerciários principalmente os de menor renda. No entanto, o Sesc busca complementar atendimentos em outras áreas. Desse modo, criou os programas nos setores de Educação, Saúde, Cultura, Lazer e Assistência (Promoção Social). Cada programa é regido por diretrizes e linhas de ação específicas embora todos sigam as determinações do Departamento Nacional (DN).

O Sesc atribui grande importância ao lazer considerando-o como um fator para a melhoria da qualidade de vida da população. O Programa Lazer divide-se em duas áreas: Esporte e Turismo Social que tem como objetivo oferecer aos

comerciários atividades que proporcionem solidariedade, integração social atividades lúdicas entretenimento e melhora na saúde (SESC, 2016).

No Sesc o esporte é uma ação que envolve aspectos educativos e sociais ao propiciar integração entre as pessoas, prática de atividade física e melhoria na qualidade de vida. O Sesc oferece infraestrutura para a prática do esporte através de complexos esportivos com parques aquáticos, ginásios esportivos. Os comerciários também podem praticar Natação, Hidroginástica, Ginástica, Musculação Basquete, Voleibol, Futsal Futebol de Areia Ciclismo, Capoeira, Caminhada, Atletismo além de Karatê, Judo, Kung Fu, Tai Chi Chuan, Yoga. O Sesc também oferta o projeto Segundo Tempo que tem o Ministério dos Esportes como parceiro e desenvolve atividades nos segmentos de esportes, cultura, saúde e educação (LEITÃO, 2017).

O Projeto Sesc Ativo é outra ação na área de lazer que visa a prática permanente atividade física e de esportes. Esse projeto já conta com 24 núcleos e cerca de 1800 pessoas atendidas (SESC, 2017).

Mais o as ações do Programa Lazer não restringem a isso. O Sesc investe ainda em atividades de recreação que englobam gincanas, festas populares, colônias de férias confraternizações brincadeiras infantis, aulas de xadrez (SESC, 2017).

O Sesc realiza também eventos tais como copas e torneios esportivos, passeios ciclísticos, exibição de filmes, apresentações artísticas, mostras culturais, além da promoção do dia do desafio que é um dia inteiro destinado a prática de várias modalidades esportivas e atividades culturais ocupando as praças das cidades. O Sesc então configura-se como “a mais importante agência de lazer do País” (LEITÃO, 2017, p. 130).

Lazer e turismo estão interligados e para o Sesc o turismo vai além do entretenimento pois busca a inclusão social, democratizar o acesso ao turismo. Desde sua fundação o Sesc tornou-se pioneiro na oferta de turismo de baixo custo no país.

O Portal do Sesc 60 anos (SESC; DN, 2016) complementa e traz mais informações sobre o turismo social do Sesc que recebe anualmente cerca de três milhões de turistas em pousadas e hotéis no país. Dispões de 43 unidades de hospedagem em diversos estados com o turismo social. O Portal ainda apresenta a seguinte cronologia para uma melhor compreensão da contribuição do Sesc para o turismo social:

- a) Em 1948 foi inaugurada a primeira Colônia de Férias em Bertioga, em São Paulo;
 - b) Década de 50 Sesc Rio Grande Sul (RS) promovia as primeiras caravanas de turismo;
 - c) Em 1971 é inaugurado complexo turístico hoteleiro em homenagem aos 25 anos;
 - d) Em 1979 realização de 10 excursões para Ouro Preto, uma das cidades históricas de Minas Gerais (MG);
 - e) Em 1980 associação do Sesc –SP à Organização Internacional de Turismo Social (OITS);
 - f) Década de 90 criação da rede nacional de Turismo Social do Sesc;
 - g) Em 1996, foram criadas para comemorar 50 anos do Sesc 25 colônias de férias, em 1998 inauguração da Estância Ecológica Pantanal. Em 2004 desenvolvimento de roteiros do Brasil em parceria com Ministério do Turismo, Sesc e Senac nacionais em atendimento ao Programa de Regionalização do Turismo;
 - h) 2005/2006 participação do Sesc no Salão do Turismo em São Paulo.
- A partir dessas informações breves compreende-se como o Sesc iniciou suas ações no turismo social.

O turismo social no Sesc Ceará teve início em Iparana com a construção da Colônia de Férias em 1954 e atua nas modalidades: turismo emissor, turismo receptor e hospedagem.

O programa de turismo social do Sesc Fortaleza trabalha com turismo emissor com excursões/passeios e hospedagem tendo Fortaleza como polo emissor.

A preparação no turismo emissor inclui o planejamento e a montagem. O planejamento é a base do sucesso da viagem, pois ao planejar as excursões/passeios são definidos aspectos operacionais tais como hospedagem meios de transporte planos de alimentação restaurantes, contratação de guias, duração da viagem em número de dias, serviços inclusos e opcionais, tudo isso tendo como base o roteiro e o programa, e também da demanda real e potencial. Desse modo o planejamento ainda requer a análise da demanda para informações junto a clientela do Sesc através de pesquisas ou coleta de sugestões oriundas dos

frequentadores das unidades operacionais, grupos, grêmios, sindicatos, associações, empresas comerciais, ou até com o contatos com as pessoas por telefone, e-mails para identificar preferências da clientela (SESC, 2007).

A segmentação da clientela deverá orientar a montagem dos roteiros de Turismo Social, definindo suas características quanto a duração; curta (1 a 4 dias), média (5 a 10 dias) e longa (acima de 10 dias) faixa etária: criança, adolescente adulto e idoso ;grupos de interesse ;objetivos: pedagógico, ecológico, cultural, recreativo e educativo identificação do perfil motivacional da clientela; destinações turísticas: cidades, estados, regiões e países; oferta de roteiros inovadores ;sazonalidade: alta, média e baixa estação; dos meios de hospedagem do SESC outros meios de hospedagem: hotéis, hotéis de lazer, pousadas, colônias de férias, albergues de turismo, dentre outros estabelecimentos (SESC, 2007).

Os roteiros devem ser elaborados de acordo com as necessidades da clientela comerciária em atividades de miniférias, férias escolares feriados prolongados e em perfeita harmonia com os equipamentos e serviços oferecidos para evitar distorções na execução e no atendimento das expectativas do cliente. O responsável pela elaboração do roteiro deve então conhecer previamente serviços e equipamentos e ainda utilizar os recursos sugeridos: intercâmbio de informações entre os Departamentos Regionais; consultas a: secretarias ou órgãos de turismo, publicações especializadas etc.; inventário do potencial turístico local; regionalização.

Além disso, na montagem da excursão/passeio também são analisados os pontos/atrativos turísticos próximos ou distantes, acessíveis às ações de Turismo Social; o período mais adequado à realização (considerando férias escolares; fins de semana; feriados/períodos prolongados; eventos comemorativos e outros);fatores climáticos ;disponibilidade e qualidade dos fornecedores e prestadores de serviços; segmentação da clientela ;outras possibilidades/interesses de grupos específicos; sazonalidade regional.do roteiro prévio: consulta a sites e publicações especializadas em turismo, como revistas e suplementos de jornal coleta de folhetos informativos, cartazes, fotografias, CD-ROMs, fitas de vídeo/DVDs referentes às destinações turísticas para estímulo à em ações de Turismo Social; levantamento do itinerário/roteiro nos aspectos de: vias de acesso, qualidade da malha rodoviária, serviços de apoio/suporte (postos de abastecimento, hospitais, lanchonetes,

restaurantes, hotéis), paradas técnicas, qualidade da hospedagem, recursos turísticos do percurso e destino final (SESC, 2007).

5.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Programa Lazer do Sesc tem como diretrizes de ação atender às necessidades humanas de recuperação física e mental e fomentar participação e integração sociocultural. Considera, portanto a importância do lazer nas horas livres de trabalho e para isso as ações do Programa Lazer estão inseridas nas atividades de Desenvolvimento Físico- Esportivo, Recreação e Turismo Social. Dessa forma, as ações do turismo social do Sesc proporcionam ao comerciário usufruto do lazer, enriquecimento cultura e educacional.

Com a realização de excursões nacionais e priorizados os roteiros do estado, os pacotes incluem excursões estaduais e interestaduais e passeios. Os meios de transporte são rodoviários e aéreos.

O mapa (Figura 5) mostra os roteiros nacionais ofertados pelo turismo social do Sesc saindo de Fortaleza em 2017.1/2017.2 e 2018.1 que inclui os seguintes destinos: Foz do Iguaçu-PR, Curitiba-PR João Pessoa-PB, cidades históricas-MG, Maceió -AL Recife-PE ,Serra Gaúcha- RS, São Paulo, Aparecida, Campos do Jordão-SP Salvador- BA, Rio Grande do Norte-RN, Paraíba-PB, Triunfo e Garanhuns-PE, Ceará, Piauí e Maranhão (Rota das Emoções), Pantanal-MT, Mossoró e Serra dos Martins-RN, Rio de Janeiro-RJ, Pernambuco-PE e Bahia-BA (Rota dos Vinhos), Florianópolis e Blumenau-SC (Oktoberfest), Ceará/Sergipe (Do Cariri ao Velho Chico), Goiânia, Pirenópolis e Caldas Novas-GO, Recife, Triunfo e Serra Talhada-PE, Manaus-AM, Luís Correia e Parnaíba-PI, João Pessoa e Campina Grande -PB

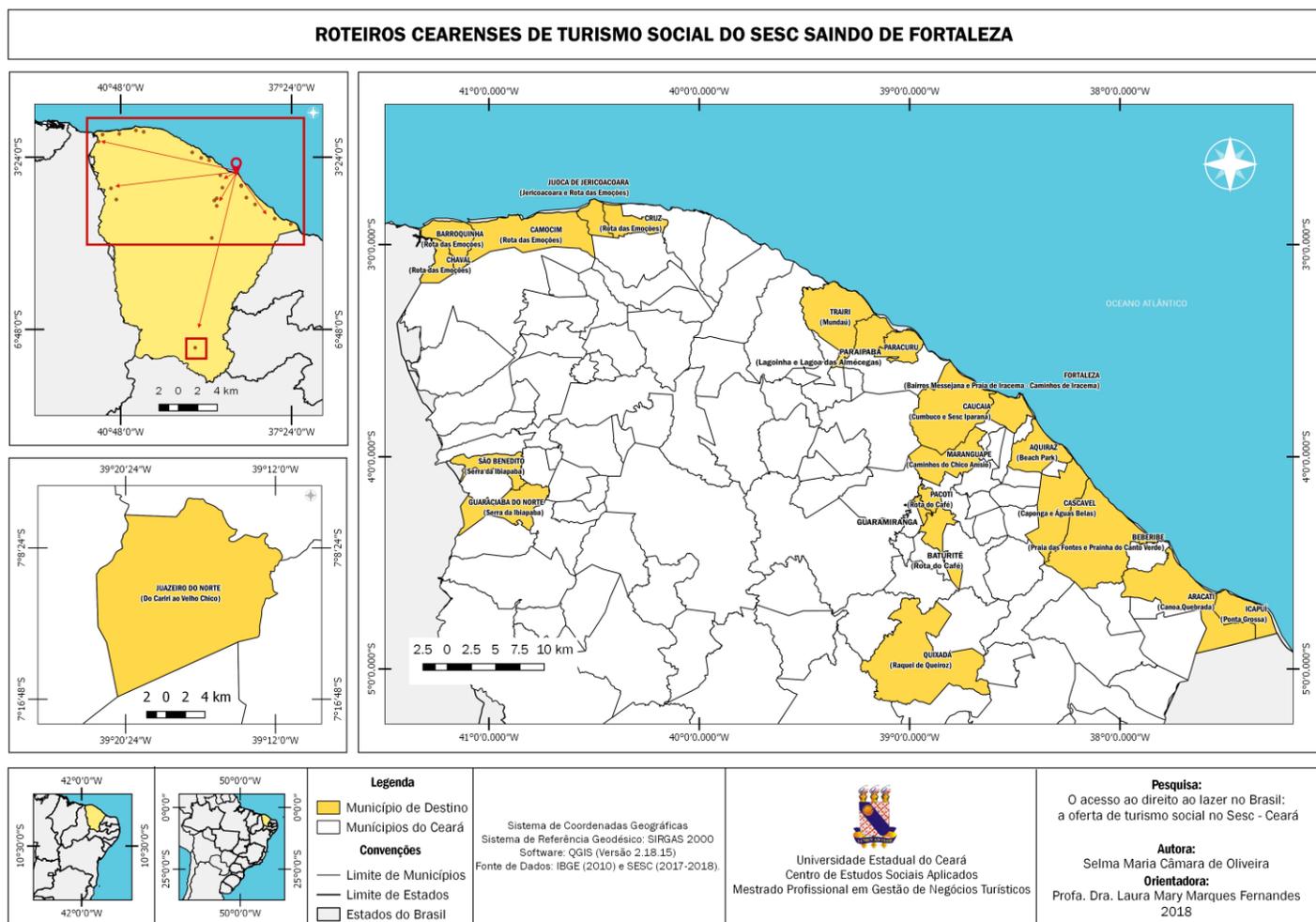
O planejamento, a organização as vendas dos pacotes turísticos são efetuadas pelo setor de turismo social do Sesc Fortaleza, mas também são vendidos pacotes para clientes nas unidades de Sobral, Juazeiro do Norte Crato e Iguatu que também são polos emissores de excursões. O setor de turismo social trabalha como agência turística com registro no cadastur (Roteiros em anexo). Como demonstram os mapas existe uma diversidade de cidades nos roteiros que incluem serras, praias, sertão.

No Sesc Fortaleza, são realizadas uma média de três excursões por mês, porém, no mês de dezembro realiza-se apenas uma. Em média são realizadas 34 excursões anuais que atendem entre 35 e 40 pessoas por excursão, podendo então se chegar a um total entre 1.190 e 1.360 pessoas atendidas pelo Programa por ano. Ressalta-se que em alguns lugares, de acordo com o acesso, por exemplo, em Guaramiranga são realizadas em micro-ônibus com capacidade para transportar apenas 25 pessoas.

Nos passeios a média fica em torno de 40 pessoas. Nas viagens mais procuradas nos dois primeiros dias de venda geralmente, são priorizados os comerciários, posteriormente, as demais categorias.

No mapa da Figura 6 são mostrados os roteiros cearenses do turismo social do Sesc saindo de Fortaleza nos períodos 2017.1, 2017.2 e 2018.1 que inclui os seguintes destinos: Camocim, Caponga e Águas Belas - Cascavel, Prainha do Canto Verde - Beberibe, Ponta Grossa-Aracati, Maranguape, Messejana, Canoa Quebrada-Aracati, Pacoti e Guaramiranga, Beach Park - Aquiraz, Praia das Fontes - Beberibe, Paracuru, Lagoinha- Paraipaba e Iparana - Caucaia, Mundaú -Trairi, Jericoacoara - Jijoca de Jericoacoara, Baturité e Pacoti, Quixadá, Serra da Ibiapaba, Cumbuco-Caucaia, Juazeiro do Norte, Fortaleza.

Figura 6 – Roteiros cearenses de turismo social do Sesc saindo de Fortaleza



Fonte: Elaborado pela autora. (2018).

Em relação à execução das atividades do turismo social muitos profissionais se envolvem para realizar as excursões e passeios. Na preparação dos pacotes no próprio Sesc trabalham uma assistente administrativa, 2 turismólogas, um guia de turismo e um coordenador de turismo social. Na execução são muitos fornecedores envolvidos como: a empresa de ônibus (motoristas) guia de turismo local e acompanhante, meios de hospedagem vários profissionais de um hotel/pousada), agente de viagem (no caso das excursões aéreas), restaurantes, passeios de barco, parques diversos, fornecimento de lanche, emissão de seguro, entre outros.

O público que usufrui das atividades do turismo social tem entre 50 e 60 anos, composto por mulheres e casais. A escolaridade e profissões também variam, mas a maior parte do público consumidor é composta por comerciários e idosos que viajam com frequência, numa média de uma viagem a cada dois, três meses (Entrevista com gestora, outubro/novembro, 2017).

De acordo com informações obtidas na entrevista a clientela do turismo social busca lazer, diversão, cultura, conhecer lugares, convivência social e prefere as férias do trabalho como o melhor período para viajar.

Quanto aos serviços prestados nas excursões o entrevistado informou que são feitas avaliações de cada excursão através de um opinário cujo modelo consta nos anexos (ANEXO 2) deste trabalho. Posteriormente, são feitas análises sobre o grau de satisfação de cada excursão separadamente. Dessa forma, são propostas ações futuras e sugestões de novos roteiros.

Algumas reclamações constatadas entre os clientes dos serviços turísticos oferecidos nesses opinários pela administração do programa foram relacionadas ao acesso aos apartamentos

que nem sempre são por elevador. Alguns hotéis do Sesc e outros particulares não contam com essa comodidade e o acesso é realizado por escadas. O Sesc solicita no envio do rooming list a melhor acessibilidade para os idosos, mas nem sempre é possível. Quando isso acontece avisos são colocados no roteiro. De forma geral, os clientes demonstram satisfação com os serviços oferecidos e confiam nas escolhas feitas pela equipe de turismo social Sesc Fortaleza (Entrevista com gestora do turismo social outubro/novembro, 2017).

Os entrevistados apontam o trabalho do turismo social do Sesc como um fomentador de realização pessoal ao proporcionar acesso a viagens, passeios, lazer, diversão e cultura a categorias menos favorecidas economicamente, no caso

os comerciários, dependentes, e idosos facilitando a vivência do turismo Sobre isso a entrevistada comenta:

Muitos clientes buscam nas atividades do Sesc, em especial nas excursões/passeios do turismo social uma forma de viver com mais qualidade, conhecendo novos lugares, novas culturas e ainda interagir socialmente com outras pessoas na construção de novos relacionamentos. Trabalhamos a democratização do acesso ao produto turístico, atuando como agente de inclusão social. Oferecendo oportunidades de lazer para os trabalhadores do comércio de bens e serviços.

E ainda complementou “mesmo com a crise econômica as pessoas economizam e não deixam de viajar”. (Gestora, outubro/novembro2017).

Essa ideia é corroborada por Falcão (2006) quando comenta sobre algumas características do turismo social que é tornar o turismo mais acessível às pessoas além de propiciar a realização plena do indivíduo como pessoa e cidadão.

O conceito de turismo social evoluiu ao longo das décadas ao ofertar serviços turísticos a pessoas de várias classes econômicas além de incluir jovens, idosos e pessoas com deficiência. Um dos objetivos é de proporcionar acesso ao turismo ao maior número de pessoas no mundo, um turismo para todos.

Os entrevistados explicaram também que os preços variam, de acordo com cada pacote. Os preços do turismo emissivo repassados para os clientes comerciários são os de custo com a possibilidade de pagamento parcelado. É negociado um desconto com os fornecedores que repercute no preço final.

Essa situação do turismo emissivo é diferente do turismo receptivo que acontece na colônia de Iparana que recebe subsídios. No turismo emissivo desconto é repassado para a clientela e os preços são diferenciados de acordo com a categoria a qual o cliente pertence: comerciário, empresário, conveniado e usuário, esclarecendo que comerciário é o trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo.

Conveniado é o trabalhador de empresas conveniadas com o Sesc. Empresário é o proprietário de empresas do ramo de comércio de bens, serviços e turismo. Usuário é quem não se enquadra em nenhuma categoria descrita anteriormente. A diferença de preço nos serviços turísticos do turismo social, então, pró-comerciário acontece por conta do desconto praticado. Falcão (2006) também comenta sobre os preços do turismo social que devem ser justos, acessíveis. Ainda sobre o preço o gestor esclarece:

Considera-se o preço justo. Para se analisar o preço é preciso considerar o que se inclui em cada pacote, geralmente as outras empresas incluem apenas passagem, hospedagem traslado e não há uma preocupação com o social como nós temos, não tratamos os clientes como números, buscamos satisfazer o cliente, fidelizá-lo a partir de um serviço prestado com qualidade. Pensando nos detalhes e individualizado entendendo o desejo que cada um busca em uma viagem. (Entrevista com gestor, outubro/novembro, 2017).

No entanto, este quesito deveria ser feito por toda empresa. Com a aplicação dos questionários foram coletadas informações sobre o perfil da clientela do turismo social do Sesc, o turismo social como fomentador de realização pessoal, como direito social e a definição de turismo social.

Na pesquisa de campo foram aplicados 22 questionários a clientes do turismo social do Sesc nos meses de outubro/novembro de 2017. A maioria das respostas foi obtida em coleta no centro de convivência do Sesc Fortaleza, situado na rua Clarindo de Queiroz, nº 1740, centro, pois os clientes do turismo social participam, também de outras atividades oferecidas tais como hidroginástica, musculação, canto coral, *lian gong*, festas, apresentações teatrais, dança ginástica, *tai chi chuan*.

Figura 7 – Salão Sesc



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Outra parte da pesquisa de campo foi realizada no embarque de um passeio para uma praia do litoral cearense com clientes que realizaram viagens pelo programa de turismo social do Sesc e foram obtidos os seguintes resultados.

Figura 8 – Embarque

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Em relação ao perfil da clientela na amostra obtida consta que a maioria é composta por mulheres (90,91%) na faixa entre 60 e 70 anos 36,36%, (Tabela 1) sendo a maior parte casadas 40,91%. Solteiros e viúvos representam igual percentual, 22,73% e divorciados, 13,64%,.

Tabela 1 – Caracterização dos entrevistados

(continua)

Características	Frequência	%
Sexo	Frequência	%
Masculino	2	9,09
Feminino	20	90,91
Faixa Etária	Frequência	%
De 18 a 30 anos	3	13,64
De 31 a 45 anos	2	9,09
De 46 a 60 anos	6	27,27
De 61 a 70 anos	8	36,36
Acima de 70 anos	3	13,64
Estado Civil	Frequência	%
Solteiro	5	22,73
Casado	9	40,91
Divorciado	3	13,64
Viúvo	5	22,73
Outro	0	0

Tabela 1 – Caracterização dos entrevistados

(conclusão)

Escolaridade	Frequência	%
Alfabetizado	0	0
Ensino Fundamental	1	4,55
Ensino Médio	15	68,18
Ensino Superior	6	27,27
Outra	0	0
Categoria de Associado	Frequência	%
Comerciário	17	77,27
Dependente de Comerciário	1	4,55
Conveniado	4	18,18
Usuário	0	0
Renda	Frequência	%
Até R\$ 937,00	6	27,27
Entre R\$ 937,00 e R\$ 1.874,00	11	50,00
Entre 1.875,00 e R\$ 2.811,00	2	9,09
Entre R\$ 2.812,00 e R\$ 3.748,00	2	9,09
Entre R\$ 3.749,00 e R\$ 4.685,00	0	0
Acima de R\$ 4.685,00	1	4,55
Época do ano preferida para viajar	Frequência	%
Férias escolares	4	18,18
Férias do trabalho	5	22,73
Feriados	1	4,55
Fins de semana	1	4,55
Outra	11	50
Turismo é um direito do cidadão?	Frequência	%
Sim	22	100
Não	0	0

Fonte: Elaborado pela autora.

Muitos clientes do turismo social do Sesc também integram o Trabalho Social com Idosos (TSI) Programa do Sesc direcionado ao público de terceira idade. O Sesc foi uma das primeiras instituições a oferecer esse tipo de serviço para o referido público.

O aumento da população de terceira idade é um fenômeno mundial e o Brasil em 2016 contabilizou 3.458,279 pessoas com mais de 80 anos e expectativa

de vida no país atualmente está em torno de 75,8 anos, no Ceará está em 73, 8 anos (IBGE, 2016).

Em média a mulher vive, 7,9 anos a mais que os homens, tendo a possibilidade de chegar a 77,8 e os homens 69,9 anos. Os números apresentados na pesquisa de campo corroboram esses dados. O que faz com que trabalhos sobre essa faixa etária assumam mais importância, já que parcela significativa da clientela é de idosos.

Além disso, os idosos foram o alvo do programa Viaja Mais Melhor Idade implementado pelo Governo Federal em 2007 que vigorou até 2010, na primeira fase e de 2013 até 2015, segunda fase, com o intuito de incluir pessoas com mais de 60 anos no mercado turístico o que evidencia a potencial desta categoria para esse mister.

Esse tipo de programa contribuiu para disseminar o uso do tempo livre dessa faixa etária para o lazer e o turismo.

Souza *et al.* (2006) escreveram sobre turismo e qualidade de vida na terceira idade destacando a importância do turismo para esse público e comentam que “ as viagens podem ser uma solução para a crise do envelhecimento “[...] Encontrar novos interesses , novos modos de se manter ocupado, para poder crescer por meio de movimentos ,poderá ser um dos objetivos da pessoa idosa” (SOUZA, 2006, p. 39). Essa relação do turismo e seus benefícios para o público de terceira idade não é fato novo. Em 2000, Moleta publicou um livro direcionado para o turismo para a terceira idade. Mostra o potencial desse público como consumidor de produtos turísticos (MOLLETA, 2000).

Ainda em relação à clientela, a maior parte é de comerciários 77,27% com renda que fica em torno de 1 e 2 salários mínimos, confirmando as ações da instituição em prol dos comerciários de menor renda. Para 50%, a escolaridade predominante é ensino médio, 68,18%. Os respondentes disseram que viajam numa frequência entre 2 e 3 vezes por ano 72,73% (tabela) com o Sesc e 45,45 % realizam essas viagens entre 1 e 3 anos. Alguns viajam há mais de dez anos.

Os participantes da pesquisa informaram também que os preços das viagens pelo Sesc são motivadores, não são considerados caros, 45%(tabela) e que podem viajar em qualquer época do ano 50% pois são aposentados e representam 68,18%.da amostra Alguns optam por viajarem durante as férias

escolares 18,18% e férias do período de trabalho 22,73% por conta da companhia de filhos e netos. Elogiam também a qualidade do serviço prestado pelo Sesc os meios de hospedagem escolhidos e de transporte.

A relação entre renda da maior parte da clientela e a frequência de viagens realizadas, demonstra que o preço e a facilidade de pagamento possibilitam o acesso ao turismo ofertado pelo programa do Sesc. Mesmo com a predominância de renda entre 1 e 2 salários os clientes relataram que, recebem algumas vezes, a ajuda de filhos para pagar as viagens. Pagam um pacote e já se planejam para pagar os próximos. Uma cliente comentou ainda que viaja pelo turismo social do Sesc há mais de cinco anos e costuma comemorar aniversários de seu casamento durante as viagens. Prefere viajar de ônibus, pois dessa forma aproveita melhor e pode conhecer mais lugares, conhecer o Brasil. As excursões promovidas tornam-se então acessíveis ao público comerciário, já que o turismo de forma geral, ainda é um serviço caro para a maioria da população do país. Os pacotes do Sesc também incluem transporte, hospedagem e refeições.

Esses dados apontam para a missão do Sesc também em relação ao programa de turismo social que tem os comerciários de menor renda como foco mas sem preterir a categoria dos idosos. Os preços praticados e a forma como a clientela é tratada apresentam-se como diferenciais do turismo social, além dos roteiros que incluem, destinos nacionais e destacam os regionais.

A clientela renova as matrículas anualmente para usufruir do turismo social, 50% conhece as atividades do programa através do site e 45,45% através de amigos/familiares que usufruem de outras atividades do Sesc. A divulgação dos pacotes do Sesc é realizada pelo site da instituição, por folders/panfletos e por divulgação interna.

Observou-se que os grupos formados pela clientela interagem não apenas nas viagens, mas participam de outros programas oferecidos pelo Sesc, o que facilita a divulgação de informações sobre os programas oferecidos pela instituição.

A maior parte dos inquiridos reside em Fortaleza 86,36%, dois em Caucaia e um no Icarai evidenciando o turismo ofertado para residentes.

Através desses dados depreende-se que o turismo social tem uma clientela que conhece e usa de forma regular os serviços turísticos da instituição.

O questionário apresentou também que para a maioria dos entrevistados o turismo social é conhecer lugares, pessoas, divertimento cultura e lazer a um preço justo. Alguns inquiridos afirmam que:

Turismo social é: “É tudo. Sem turismo não conhecemos outras pessoas. É educação. Muito importante para a terceira idade” (cliente turismo social, outubro/novembro 2017).

“É vida relação com pessoas, conhecer outras pessoas” (cliente turismo social, outubro/novembro2017).

“Tudo na minha vida. Sou só. Minha família mora no interior. Confio no Sesc” (cliente turismo social outubro/novembro2017).

“Prazer das viagens. É ter viagem e lazer mais barato” (Cliente turismo social outubro/novembro2017).

“É importante precisamos conhecer nosso país. Com o Sesc eu já conheço quase todo” (cliente turismo social, outubro/novembro2017).

“Opção para aposentados. Viajar conhecer, pessoas e se divertir” (Cliente turismo social, outubro/novembro2017).

“Emoção em conhecer cidades, culturas, fazer amizades” (cliente turismo social, outubro/2017).

“Forma de conhecer pessoas, ter mais informações sobre o mundo” (cliente turismo social/ outubro/novembro2017).

Os relatos dos entrevistados confirmam o discurso nas definições e referências sobre o turismo social. Essas afirmações contemplam também o que diz Falcão (2006) sobre o turismo social propiciar educação, relações de fraternidade e solidariedade entre visitantes e visitados. Além de contribuir para o desenvolvimento social e individual (FALCÃO, 2006). Os entrevistados revelaram também que as viagens com o Sesc proporcionaram experiências únicas em suas vidas.

A clientela reconhece o trabalho do Sesc como diferenciado especialmente em relação aos cuidados ofertados e na confiança que inspiram, sentem-se acolhidos, bem tratados, gostam de viajar em grupos, compartilhar vivências de viagens pelo turismo social. Sobre isso uma cliente faz o seguinte comentário: “Em cada lugar o Sesc trabalha com jogos, brincadeiras, gincanas, há muito lazer. Inclui todas as faixas etárias, crianças, adultos e terceira idade”. Confiar

na instituição aparece como ponto positivo para a clientela. A Tabela 2 apresenta características dos entrevistados com relação ao turismo social do SESC.

Tabela 2 – Caracterização dos entrevistados e o turismo social do SESC

(continua)

Características	Frequência	%
Como conheceu o Turismo Social do SESC	Frequência	%
Site do SESC	11	50,00
Folders/panfletos	1	4,55
Amigos/familiares	10	45,45
Redes sociais	0	0
Outra	0	0
Renova anualmente a matrícula para acesso ao Turismo Social do SESC	Frequência	%
Sim	22	100
Não	0	0
Há quanto tempo viaja pelo Turismo Social do SESC	Frequência	%
1ª primeira vez	0	0
Entre 1 e 3 anos	10	45,45
Entre 4 e 5 anos	9	40,91
Entre 6 e 7 anos	1	4,55
Acima de 7 anos	2	9,09
Quantas vezes por ano viaja pelo SESC	Frequência	%
1 vez	0	0
De 2 a 3 vezes	16	72,73
De 4 a 5 vezes	4	18,18
Acima de 5 vezes	2	9,09
O que acha dos preços do Turismo Social do SESC	Frequência	%
Caros	4	18,18
Iguais aos preços de mercado	8	36,36
Baratos	10	45,45
O que motivou a viajar pelo SESC	Frequência	%
O preço das viagens	8	36,36
Facilidade de pagamento	2	9,09
Qualidade do serviço	6	27,27
Roteiro das viagens	2	9,09
Outro	4	18,18

Tabela 2 – Caracterização dos entrevistados sobre o Turismo Social do SESC

(conclusão)		
O que os roteiros do Turismo Social do SESC proporcionam prioritariamente	Frequência	%
Conhecer a gastronomia do lugar	3	13,64
Usufruir de lazer	14	63,64
Fazer novas amizades	1	4,55
Outro	4	18,18
Grau de importância das viagens pelo Turismo Social do SESC para realização pessoal	Frequência	%
Sem importância	0	0
Baixa importância	0	0
Média importância	3	13,64
Alta importância	12	54,55
Altíssima importância	7	31,82
As viagens pelo Turismo Social do SESC são diferentes das demais?	Frequência	%
Sim	20	90,91
Não	2	9,09

Fonte: Elaborado pela autora.

Outra explica que: “Eles fazem roteiros que incluem nossas cidades como Quixadá, Maranguape, Mulungu, Pacoti. Beberibe, Aracati, Paracuru Promovem o Ceará, valorizam nosso povo”.

Em relação sobre os cuidados prestados uma cliente afirma que “Eles cuidam da gente. Eu confio no Sesc. O cardápio é nota mil. Viajar com o Sesc é um encontro com o mundo”. (Cliente turismo social outubro/novembro 2017).

Os relatos da clientela demonstram a satisfação com as atividades proporcionadas pelo turismo social que incluem além das viagens, atividades lúdicas, culturais e valorização da cultura local com roteiros dedicados ao estado do Ceará. A escolha por roteiros regionais é uma forma de valorizar a cultura cearense.

Nos roteiros ofertados pelo turismo social usufruir do lazer é o quesito preferido pela maioria dos inquiridos 63,64% (Tabela 2), a gastronomia também foi citada por 13,64% e também apareceram respostas para o item fazer novas amizades.

Esses dados demonstram a relevância da atividade turística da instituição ao promover o turismo doméstico não apenas para a capital do Ceará, Fortaleza, e

para o estado do Ceará, mas também, para outros estados e países. E ainda ao possibilitar o usufruto do direito ao lazer garantido por lei.

A esse respeito, todos os entrevistados do turismo social do Sesc reconhecem o lazer como um direito do cidadão, algo legítimo e que está vinculado a férias e ao tempo livre do trabalho, mas não relacionam diretamente a algo normatizado pela Constituição Federal ou a outros normativos. Um cliente fez essa relação ao comentar: “todos são iguais perante a lei” (cliente turismo social, outubro/novembro/2017).

Sobre esse item os inquiridos dizem: “O trabalhador deve viajar em todas as férias. Sem o Sesc ficaria mais difícil, por que tudo é muito caro”.(relato cliente turismo social , outubro/novembro2017).

Outra comenta que: “Porque viajar deve fazer parte da vida. Com o Sesc é possível” (cliente turismo social, outubro/novembro, 2017).

Diante do exposto infere-se que mesmo reconhecido como um direito o usufruto do turismo não está incorporado ao cotidiano do cidadão. O acesso ao produto turístico para a classe trabalhadora depende de programas como o de turismo social.

Nesse sentido usufruir de atividade do turismo social é exercício de cidadania Segundo Dallari (1998, p. 14) “a cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo”.

Compreende-se cidadania como participação popular e usufruto de direitos O turismo social configura-se então como agente de democratização do direito ao turismo como expressa Falcão (2006) quando diz:

O objetivo do lazer no Sesc é proporcionar experiências gratificantes de entretenimento, integração sociocultural e reflexão, tendo como preceito básico a compreensão do lazer como direito, considerando-o como elemento indissociável ao crescimento e ao desenvolvimento humano e social ,sendo o acesso fator primordial para a melhoria da qualidade de vida da população (FALCÃO, 2006, p. 131).

Mesmo presente em documentos oficiais tais como no Código de Ética Mundial (UNWTO, 2014) para o Turismo, Constituição Federal do Brasil (1988) o exercício desse direito por grande parte da população não se efetiva, tema explorado por Santos (2013).

Sobre isso uma cliente do turismo social expressou o seguinte: “é uma pena que o governo não invista mais em turismo. Você vê aqui, só tem o Sesc” (Cliente turismo social outubro/novembro/2017).

Essa afirmação ratifica o discurso de Leitão (2017) quando se referia às ações do Sesc nas lacunas deixadas pelo governo em relação ao atendimento à população. A cliente questionou, por que num país tão grande apenas o Sesc oferece esse serviço apontando para a ausência do governo nessa área. Esse fato evidencia a necessidade de inclusão de ações de turismo social nas políticas públicas.

No quesito em que se relaciona a importância das viagens e realização pessoal a maior parte da clientela atribui alta importância 54,55% às viagens proporcionadas pelo turismo social do Sesc.

A clientela atendida pelo turismo social do Sesc ao fazer viagens pelo Brasil expressa contentamento por poder realizá-las e incorpora os roteiros oferecidos ao seu tempo livre.

Esse item ressalta a importância do turismo como algo feito por pessoas e para elas e comentado por Moesch que amplia a compreensão do turismo ao afirmar que “[...] o epicentro do fenômeno é de caráter humano” (MOESCH, 2000, p. 13) não se restringindo ao sistema econômico, mas sim fruto das inter-relações humanas.

Krippendorf (2001) fez leitura em que ressalta a importância das viagens quando afirma:

As expectativas ligadas às férias são as esperanças da felicidade. A viagem para fora do cotidiano é como uma segunda vida, na qual são projetados os verdadeiros anseios e esperanças. A viagem é bem mais do que um novo estímulo em nossa sociedade de consumo. Viajar é querer dar forma à alegria de viver (KRIPPENDORF, 2001, p. 50).

O pensamento desse autor está presente nos relatos obtidos no trabalho de campo onde a clientela se expressa nesse sentido. Em relação ao item se o turismo social é diferente, a clientela reconhece diferenças 90,91% na escolha de roteiros regionais e os cuidados oferecidos pela instituição. Sobre isso uma cliente diz: “É seguro. Eles cuidam da gente Os pacotes incluem tudo, no hotel Sesc Rio tem tudo, piscina, cinema teatro, restaurantes bons. E depois você ainda pode passear em Copacabana” (cliente turismo social outubro/novembro 2017).

Abitia (2011, p. 31) comenta sobre isto quando afirma que: “O objetivo dos turistas em geral não é apenas a cama, a caipirinha ou a comida, eles estão

preocupados em como serão tratados, com as coisas que podem ser feitas e com a experiência como um todo”.

A forma de tratar a clientela aparece como um diferencial ofertado pelo turismo social do Sesc.

Em relação aos preços a maior parte da clientela considera os preços praticados pelo turismo social do Sesc baratos 45,45%. Nesse segmento do turismo, os descontos são repassados para os comerciários (preço de custo), não havendo margem de lucro, fator já comentado por Falcão (2006) como um diferencial do turismo social. Nesse sentido foram pesquisados preços de pacotes ofertados pelo turismo social e entre duas operadoras de turismo de Fortaleza.

Os preços de um pacote ofertado pelo turismo social do Sesc Fortaleza, foram comparados aos de duas agências de turismo de Fortaleza no período entre novembro e dezembro de 2017. O pacote aéreo oferecia 7 dias para uma capital do Centro Oeste, incluindo hospedagem, transporte, refeições, passeios. O preço do Sesc era R\$2.519,00, o preço da operadora A: R\$ 2.788,38 e o da operadora B: R\$ 3.644,88. Observou-se uma diferença de aproximadamente 10,69% em relação à operadora A e de aproximadamente 44,70% em relação à operadora B. A operadora A inclui café da manhã, mas não estão inclusas as refeições nem os passeios e na operadora B está incluso café e meia pensão também sem passeios.

Conclui-se que nos dois exemplos o preço do Sesc configura-se como o mais atrativo para os comerciários e também com mais itens inclusos, passagem aérea, transporte e refeições.

O Sesc também possui uma rede de hotéis próprios e mantém convênios com outros para atender sua clientela.

Sempre com foco no comerciário e principalmente os de menor renda, categoria para a qual reverte seus benefícios, os pacotes terrestres também oferecem preços com descontos.

Depreende-se que em relação a Fortaleza o preço praticado pelo Sesc propicia o acesso aos comerciários ao usufruto do turismo permitindo a inclusão da categoria no mercado turístico e utilização de seus serviços a preços acessíveis.

O turismo é um serviço caro para a grande parte da população brasileira, no entanto de acordo com pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (Mtur) em novembro de 2017 sobre sondagem do consumidor/intenção de viagens, nos

próximos seis meses 27,4 da população deseja viajar. Ou seja, existem consumidores em potencial para o produto turístico, viagens. Essa pesquisa também apontou desejo de viajar pelo Brasil em todas as faixas etárias (MTUR, 2017).

No entanto, a partir da ideia que permeia as ações de turismo social compreende-se que esse tipo de turismo não se resume apenas ao preço acessível, e, infere-se que as ações de turismo social do Sesc fomentem também o turismo doméstico, além de propiciar a realização do desejo de viajar, incentivam a vivência da cidadania tendo o turismo como um direito, contribuem para a integração social, desenvolvimento pessoal, ética, respeito e solidariedade. Ou como disse Krippendorf (1989, p. 173) “O que precisamos em primeiro lugar, não é de viagens diferentes, mas de seres humanos diferentes”. Perspectivas que contemplem o turismo de forma mais humanizada.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho teve por objeto de estudo o acesso ao direito ao lazer através do Programa de Turismo Social do Sesc Fortaleza. A pesquisa pretendeu verificar a contribuição do Sesc na efetivação do princípio turismo para todos e elencou como objetivo geral explicar o turismo social promovido pelo Sesc, ao conhecer ações, operacionalização, turismo social como fomentador de realização das pessoas e perfil da clientela.

O Sesc ocupa lugar de destaque no Brasil e em especial no Ceará e é o pioneiro na oferta de turismo social. Constatou-se que o Sesc executa ações no princípio de turismo para todos ao eleger comerciários de menor renda como foco de seu programa e ofertar serviço turístico a exemplo de passeios/excursões e hospedagem. E ainda ao agregar jovens, adultos e idosos como clientela o que favorece inserção econômica e social desse segmento.

Percebeu-se que essas ações no turismo social do Sesc quando da elaboração dos roteiros, na política de preços, na divulgação dos pacotes, no contato com a clientela atendida. Evidenciou-se a política social estabelecida pelo Sesc e sua escolha pela classe comerciária ao democratizar o acesso ao lazer e ao turismo.

Democratizar o acesso ao lazer constitui um desafio no contexto brasileiro, pois embora o direito exista é necessário que se efetive na prática, seja incorporado na realidade do trabalhador.

O turismo social no Sesc ao democratizar o lazer, envolve também a prestação de serviço turístico humanizado numa aproximação maior com as pessoas. Aproximação que ficou evidente na relação entre clientes e funcionários e clientes e clientes.

A clientela conhece os produtos oferecidos pela instituição, utiliza com regularidade e compreende que o turismo social é diferenciado em relação ao turismo de massa. Percebeu-se nos relatos da clientela:

- a) Confiança na instituição
- b) Importância do lazer
- c) Usufruto de prazer nas viagens
- d) Realização pessoal
- e) Exercício de cidadania

f) Lazer como direito

Esses elementos pontuam ações no turismo social do Sesc, demonstram sua operacionalização e como é percebido pela clientela.

Outro fato relevante é a permanência do programa de turismo social por tantas décadas num país que em que políticas sociais dependem de continuidade para resultados mais efetivos. Compreende-se que isso aconteça devido ao fato do Sesc, ao eleger o social como foco, atender áreas em que o governo não está presente e suprir essas lacunas.

Observou-se a ausência de outras instituições que ofereçam turismo social em Fortaleza, fato confirmado em falas de clientes que reclamavam a existência de apenas uma instituição, o Sesc, embora outras instituições possam oferecer atividade de turismo social seguindo as orientações da OITS.

Observou-se que oferecer turismo social no Brasil ainda constitui um desafio, mesmo por uma instituição que já tem um trabalho consolidado como o Sesc. Desafio, pois a prática do turismo social aponta para a questão da exclusão social num contexto de desigualdade. Fortaleza está entre as cidades mais desiguais do mundo.

O acesso ao turismo demonstra essa realidade, pois os preços elevados limitam o usufruto dessa atividade. No entanto, ações de turismo social do Sesc viabilizam o acesso numa perspectiva de inclusão que vai além do preço mais baixo. Nos relatos da clientela constatou-se a satisfação proporcionada pelas viagens. Comerciantes com renda entre 1 e 2 salários conhecem o Ceará e o Brasil, embora contem com a ajuda de familiares, como relataram, desenvolveram a cultura do lazer, da viagem, portanto do turismo.

Essa população atendida pelo turismo social do Sesc se sente participante do mercado turístico e respeitada na cidadania. O turismo social viabiliza formas para que os comerciantes possam usufruir do turismo e efetivar o acesso ao lazer.

Os entrevistados relataram também que mesmo que visitassem cidades que já conheciam, o significado das viagens era diferente. Sempre existia algo novo para ser vivenciado, aprendido. Esse diferente, demonstra a importância do turismo para o turista e o turismo como fenômeno social. O território no qual se fincam as bases físicas da atividade turística se modifica a partir das inter-relações entre visitantes e visitados entre pessoas. Esse entrelaçamento de pessoas esteve presente nos

relatos dos inquiridos que deixaram aflorar suas percepções em torno de suas experiências como turistas, ao se verem como pessoas inseridas num mercado com características excludentes. Não eram apenas números em cartões de embarque.

Após a conclusão dos estudos ficam como sugestões:

- a. Apoio dos poderes públicos municipal, estadual e federal no turismo social por meio de parcerias ou convênios com outras instituições.
- b. Realização de pesquisas sobre o turismo social.
- c. Elaboração de estudos/pesquisas sobre lazer, turismo e turismo social.
- d. Divulgação das ações do turismo social.
- e. Divulgação dos princípios que norteiam a prática do turismo social.
- f. Capacitação dos trabalhadores do turismo para o turismo social.
- g. Desenvolvimento de parcerias com instituições internacionais para estudos em turismo social.

O Programa de Turismo Social do Sesc mostra a viabilidade da prática do turismo social através de suas ações ao viabilizar o acesso ao produto turístico aos comerciários, além de servir como incentivo a que outras instituições, organizações prestem esse tipo de serviço e ainda contribuem para o incremento do turismo doméstico.

O Programa executa ações de turismo emissivo/receptivo com estrutura que abrange todo o país num trabalho que visa a disseminar a cultura do lazer e do turismo para a classe comerciária. Além disso, o usufruto do lazer turístico produz impactos positivos para os comerciários que sentem realização pessoal ao se incluírem no mercado turístico. Os passeios e excursões promovidos pela instituição possibilitam ainda o exercício de cidadania além de valorização da cultura regional e do Brasil.

Ao oferecer produtos turísticos à clientela comerciária que recebe em média entre um e dois salários mínimos, o Sesc promove inclusão social, incrementa o mercado turístico e favorece a realização do sonho de viajar e do princípio turismo para todos.

O Brasil necessita de outras ações na área do turismo social que atendam a população, pois o Sesc tem sido ao longo de 70 anos o principal agente de turismo social com trabalho significativo para o país.

REFERÊNCIAS

- ABITIA, S. R. Panorama do turismo social no mundo. In: CARVALHO, C. L.; BARBOSA, L. G. M. (Orgs.). **Discussões e propostas para o turismo no Brasil: Observatório de Inovação de Turismo**. Rio de Janeiro: Sesc; Senac, 2006.
- _____. Entrevista. **Cadernos Sesc de Cidadania**, São Paulo, ano 2, n.7, p.28-31, 2011. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/files/edicao_revista/9e0e8cda-05f1-4084-8de0-7f1c014e779b.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2017.
- ALCAZAR, F. M.; FERNANDEZ, P. M. R.; GARDEY, G. S. Human resource management as a field of research. **British Journal of management**, v.19, p.103-119, 2008.
- ALMEIDA, J. A.; PINTO, J. M. **A investigação nas ciências sociais**. Lisboa: Presença, 1995.
- ALMEIDA, M. V. **Turismo social: por uma compreensão mais adequada deste fenômeno e sua implicação prática na realidade atual brasileira**. 2001. 152 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- ALTINAY, L.; PARASKEVAS, A. **Planning research in hospitality and tourism**. Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2008.
- ANDER-EGGE, E. **Introducción a las técnicas de investigació social: para trabajadores sociais**. Buenos Aires: Humanitas, 1978.
- AURELIANO-SILVA, L.; OLIVEIRA, P. S. G.; ALVES, C. A. A relação entre a felicidade e o desejo por hospitalidade mediada pela autoimagem do turista e a imagem do seu destino. **Revista Brasileira de Pesquisa Turismo**, São Paulo, v.11, n.3, p.436-453, set./dez.2017.
- BEETON, S. The case study in tourism research: a multi-method case study approach. In: RITCHIE, B.; BURNS, P.; PALMER, C. (Eds.). **Tourism research methods: integrating theory with practice**. Wallingford: Cabi publishing, 2005. p.37-48.
- BEST, J. W. **Como investigar en educacion**. Madrid: Morata, 1972.
- BORGES, V. Felicidade, políticas públicas e desenvolvimento turístico: uma proposta para o Polo Costa do Delta. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro, v.1, n.27/28, p.1611-1626, 2017. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/7239/5712>>. Acesso em: 14 nov. 2017.
- BOTTERILL, D.; PLATENKAMP, V. **Key concepts in tourism research**. London: Sage Publications, 2012.

BRANDÃO, C. R. A procura do outro. **Cadernos Sesc de Cidadania**, São Paulo, ano 2, n.7, p.32-34, 2011. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/files/edicao_revista/9e0e8cda-05f1-4084-8de0-7f1c014e779b.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRUNHS, H. **Lazer e ciências sociais: diálogos pertinentes**. São Paulo: Chronos, 2002.

CABRAL, A. R; MOURA, A. F. A. O turismo como fator de inclusão e coesão social. **Dedica - Revista de Educação e Humanidades**, Granada, v.11, p.115-132, mar.2017.

CALVET, O. A. **Direito ao lazer nas relações de trabalho**. São Paulo: LTR, 2006. 68p.

CAMARGO, L. O. L. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1989.

CHEIBUB, B. L. Apontamentos históricos sobre o turismo social. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.5, n.3, p.560-581, set./dez.2012a.

_____. Reflexões sobre o turismo social a partir da história institucional do Serviço Social do Comércio - Sesc e da produção acadêmica brasileira. **Revista da ESGHT**, Algarves, n. 21, p.4-23, 2012b. Disponível em: <<http://dosalgarves.com/revistas/N21/1rev21.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2017.

_____. Notas históricas sobre o turismo social desenvolvido no Brasil e na Europa Ocidental: ideologias, intenções e características. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 27., 2013, Natal. **Anais...** Natal: ANPUH, 2013. p.1-16.

_____. **A “história” do turismo social no Serviço Social do Comércio-SP**. 2014. 515 f. Tese (Doutorado em História, Política e bens Culturais) – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014a. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/13694>>. Acesso em: 10 out. 2017.

_____. A história das práticas turísticas no serviço Social do Comércio de São Paulo (Sesc-SP). **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v.6, n.2, p.247-262, abr./jun. 2014b.

CÔCO, J. C.; EMMEDOERFER, L.; JACQUES, V. Turismo social: uma trajetória de inclusão no SESC Santa Catarina. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.6, n.2, p.482-499, maio/jul. 2013.

COROLANO, L. N.; VASCONCELOS, F. P. Lazer e turismo: novas centralidades da sociedade contemporânea. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p.3-22, ago. 2014.

DALLARI, D. **Direitos humanos e cidadania**. São Paulo: Moderna, 1998.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas da pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva; SESC, 1999.

EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study Research. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

FADIMAN, J.; FRAGER, R. **Teorias da personalidade**. São Paulo: Harper e Row, 1979.

FALCÃO, C. H. P. Turismo social- em busca de maior inclusão na sociedade. In: CARVALHO, C. L.; BARBOSA, L. G. (Orgs.). **Discussões e propostas para o turismo no Brasil**: Observatório de Inovação do Turismo. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2006.

FERRARI, A. T. **Metodologia da Ciência**. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974.

FINN, M.; WALTON, M.; ELLIOT-WHITE, M. **Tourism & leisure research methods: data collection, analysis and interpretation**. London: Pearson Education, 2000.

FREITAS, W. R. S.; JABBOUR, C. J.C. Utilizando estudo(s) de caso como estratégia de pesquisa qualitativa: Boas práticas e sugestões. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 18, n. 2, p. 07-22, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Estudo de caso: fundamentação científica: subsídios para coleta e análise de dados: como redigir o relatório**. São Paulo: Atlas, 2009.

GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 4, p.65-71, jul./ago. 1995.

GOODE, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em Pesquisa Social**. 3. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

GRANGER, G. G. Modèles qualitatifs, modèles quantitatifs dans la connaissance scientifique. **Sociologie et Sociétés**, Montréal, v. 14, n. 1, p. 7-14, 1980.

GUIA de férias Sesc. Rio de Janeiro: Sesc Departamento Nacional, 2012. 80p. Disponível em: <https://www.sesc-sc.com.br/turismo/guia_de_ferias_sesc.pdf>. Acesso em: 20 set. 2017.

GUMMESSON, E. Case study research and network theory: birds of a feather. **Qualitative Research in Organizations and Management. An International Journal**, v. 2, n. 3, p. 226-248, 2007.

HABERMAS, J. **Dialética e hermenêutica**. Porto Alegre: LPM, 1987.

HIRATA, F. A.; BRAGA, D. C. **Demanda turística e o estudo sobre motivação**. Boa Vista: UFRR, 2017. 113p.

JENNINGS, G. **Tourism research**. 2. ed. Milton: John Wiley & Sons Australia, 2010.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1991.

LEITÃO, A. R. P. C. **Potencialidades para o desenvolvimento do turismo sustentável de base comunitária no Sesc Iparana/Caucaia**: povos do mar. 2017. Tese (Doutorado em Lazer, Turismo e Cultura) – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal, 2017.

LIEBSCHER, P. Quantity with quality? Teaching quantitative and qualitative methods in a LIS Master's program. **Library Trends**, v. 46, n. 4, p. 668-680, 1998.

LIMA, A. I.; OLIVEIRA, F. B.; GALVÃO, I. M. A.; SANTOS, G.; SANTOS, S. C. C. O turismo social como veículo para o desenvolvimento, a inclusão social e o lazer no interior de Pernambuco: um estudo de caso do Sesc Triunfo. **Revista Acadêmica**, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p.1-19, jun. 2010.

LIMBERGER, P. F.; QUADROS, C.M.B.; ZUCCO, F. D. Felicidade viagens e turismo: nexos com o consumo experiencial. In: ASSOCIAÇÃO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 14., Balneário Camboriú, 2017. **Anais...** Balneário Camboriú: Anptur, 2017. p.1-15.

LLEWELLYN, S.; NORTHCOTT, D. The “singular view” in management case studies qualitative research in organizations and management. **An International Journal**, v.2, n.3, p. 194-207, 2007.

MAGNANI, J. G. **Festa no pedaço**: cultura popular e lazer na cidade. São Paulo: Brasiliense, 1996.

MARCELINO, N. C. **Lazer e educação**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1995.

_____. O lazer e os espaços na cidade. In: ISAYAMA, H.; LINHALES, M. (Orgs.). **Sobre lazer e política**: maneiras de ver, maneiras de fazer. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v.2, n.2, p.8-18, jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34702>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MARUJO, N. O estudo de caso na pesquisa em turismo: uma abordagem metodológica. **Revista Turismo - estudos e práticas**, Mossoró, v.5, n.1, p.113-128, jan./jun. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/viewFile/1966/1064>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

MASLOW, A. **Motivation and personality**. New York: Harper and How, 1970.

_____. **The farther research of human nature**. New York: Viking, 1971.

MEISTER, J. A. F. Lazer e prazer é só fazer. In: DORNELES, B.; COSTA, G. C. (Orgs.). **Lazer, realização do ser humano**. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2005.

MELO, V. A.; ALVES JUNIOR, E. D. **Introdução ao lazer**. Barueri: Manole, 2003.

MIGUEL, P. A. C. Estudo de caso na administração: estruturação e recomendações para sua condução. **Produção**, São Paulo, v. 17, n. 1, p.216-229, jan./abr. 2007.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

_____. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2007.

MINAYO, M.C; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v.9, n.3, p. 239-262, jul./set.1993.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLLETA, V. F. **Turismo para a terceira idade**. 2. ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2000.

PANOSSO NETTO, A.; NECHAR, M. C. **Turismo: perspectiva crítica**. Textos resumidos. São Paulo: Triunfal Gráfica e Editora, 2016.

PATTON, M. G. **Qualitative research and evaluation methods**. 3. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.

PEARCE, L. P. **Tourist behaviour: themes and conceptual schemes**. Clevedon: Channel View Publications, 2005.

PEARCE, L. P.; LEE, U. Developing the travel career approach to tourist motivation. **Journal of Travel Research**, v. 43, 2005.

PEREIRA, J.; MORETTO NETO, L.; ZANINI, R. Central de Turismo Social do SESC/Florianópolis-SC: a inclusão pela via do turismo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.22, n.2, p.277-293, ago. 2011. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14250/16068>>. Acesso em: 20 out. 2017.

PREVIATTI, K. B. **Turismo Social no Brasil**: uma realidade ou uma utopia? Estudo comparativo entre duas instituições de turismo social em São Paulo: SESC Paulista e Rosa dos Ventos. 2006. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1977.

REQUIXA, R. **O lazer no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1977.

RIGO, K. B.; RECH, A. U. O direito ao lazer nas cidades e o sumak kawsay: reflexões sobre a necessidade de garantia de um, para o alcance de outro. In: CONSELHO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO, 24., 2015, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: CONPENDI/UFS, 2015. p.1-20.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROSA, J. A. M. **Turismo social**: um estudo de caso na costa da Lagoa Florianópolis-SC. 2002. 61 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84059/185806.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 20 set. 2017.

SANTOS, F. C. O lazer como direito social: sua inclusão na Constituição Federal de 1988. In: ENCONTRO NACIONAL DE RECREAÇÃO E LAZER, 25., 2013, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto, MG: SESC, 2013. p.1-8. Disponível em: <>. Acesso em: 10 nov. 2017.

_____. Sobre o lazer e políticas sociais: questões teóricas-conceituais. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 13, n. 3, p. 1-13, set./dez. 2010.

SANTOS, M. Lazer popular e geração de emprego. In: SESC/WLRA. **Lazer numa sociedade globalizada**. São Paulo: SESC/WLRA, 2000.

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO. **Modelo da atividade turismo social**: módulo de turismo emissor. Rio de Janeiro: SESC, 2007. 32p.

_____. **Diretrizes Gerais de ação do Sesc**. Rio de Janeiro, 2010.

_____. **Carta da Paz Social**. Rio de Janeiro, 2012.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, J. A. **Aplicabilidade das normas constitucionais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982.

SILVA, L. A.; OLIVEIRA, P. S. G. A relação entre felicidade e o desejo por hospitalidade mediada pela autoimagem do turista e a imagem do seu destino. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v.11, n.3, p.436-453, set./dez.2017. Disponível em: <<https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/1324/779>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

SOUZA, H. M. R.; JACOB FILHO, W.; SOUZA, R. R. **Turismo e qualidade de vida na terceira idade**. São Paulo: Manole, 2006.

STAKE, R. **The Art of Case Study Research**. London: Sage Publications, 1995.

STOECKER, R. Evaluating and rethinking the case study. **The Sociological Review**, n. 39, p. 88-112, 1991.

STOPPA, E. A; TRIGO, L. G. G.; ISAYAMA, H. F. O lazer do brasileiro no período de férias: representações e concretizações das atividades turísticas. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.17, n.1, p. 138-154, abr.2017.

TRIGO, L. G. G. **Aprendiz de lazer e turismo**. São Paulo: IPSIS, 2007.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VAZ, L. G. D. **O direito ao lazer (e os demais direitos sociais dos meninos e meninas de rua)**. Documento apresentado à Comissão estadual dos Meninos e Meninas de Rua, como subsídio para a elaboração na nova Constituição Estadual. São Luís, 1990.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VOSS, C.; TSIKRIKTSIS, N.; FROHLICH, M. Case research in operations management. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 22, n. 2, p. 195-219, 2002.

XIAO, H. Case study research in tourism. In: MILLS, A. et al. (Eds.). **Encyclopedia of case study research (121-124)**. London: Sage publications, 2010. p.121-124.

YIN, R. **Case study research: design and methods**. 3. ed. London: Sage Publications, 2005.

ZANELLI, J. C. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 7, n. especial, p.79-88, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v7nspe/a09v7esp.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de entrevistas

Gestor. Como é operacionalizado o turismo social do Sesc? Quais os critérios para a escolha dos roteiros? Quais as ações do Sesc Fortaleza e quais ações do Sesc Iparana? São diferentes?
Quais os roteiros ofertados? Excursões?

Qual é o perfil da clientela do turismo social do Sesc Fortaleza? Faixa etária, sexo, escolaridade, profissão, viajam regularmente pelo Sesc?

São realizadas quantas viagens por ano?

Quantas pessoas viajaram pelo turismo social no período 2017?

Como são distribuídas as vagas para as viagens?

Quais os meios de transporte utilizados?

A clientela prefere viajar em que períodos?

- () Férias do trabalho () férias escolares () feriados () fins de semana
- () outro

Como são feitas as reservas para a Colônia Ecológica de Iparana? Como funciona o turismo social?

Quais os parceiros do turismo social do Sesc? (agências de turismo, transportadoras, hotéis , guias)

Quais os preços praticados pelo turismo social do Sesc considerando os roteiros e as diferentes categorias de clientes? Como é calculado? Qual o percentual para cada categoria?

Comerciário Empresário Conveniado Usuário

Como é a forma de pagamento? Cartão / cheque

Existe parcelamento?

De acordo com informações os preços do turismo social do Sesc são subsidiados, sem priorizar lucros mas mantendo qualidade dos serviços. De que forma funciona o turismo subsidiado? Qual a fonte de recursos? Qual o percentual do subsídio? O fornecedor faz um preço médio em relação ao preço de venda?

A clientela considera os preços praticados pelo turismo social do Sesc acessíveis () sim () Não Por quê?

A clientela percebe diferenças entre o turismo social ofertado pelo Sesc e o turismo ofertado por outras agências?

O turismo social do Sesc em Fortaleza, Ceará já tem mais 6 décadas de existência. A que você atribui o êxito desse programa?

Qual a categoria que mais utiliza os serviços do turismo social?

Comerciário empresário conveniado usuário

Qual o segmento da clientela que mais utiliza os serviços do turismo social do Sesc?

Jovens Adultos Idosos

Isso acontece devido a quê?

O que a clientela busca no turismo social do Sesc?

() lazer () diversão () cultura () diversão () preço menor em relação aos praticados por outros operadores de turismo () outro (cite)

O que diferencia o turismo social em relação ao turismo comercial? Preços () () produtos Como isso repercute na clientela ?

Essas diferenças proporcionam realização pessoal através do turismo?

() sim () não Como? (considerando que o turismo social proporciona inclusão, solidariedade, educação)

Qual a contribuição do Sesc na efetivação do turismo social como princípio turismo para todos?

São feitas avaliações sobre o programa de turismo social do Sesc? De que forma? Quais os principais resultados?

Você conhece outras instituições que ofereçam programa de turismo social em Fortaleza?

Quais as sugestões/críticas feitas pelos clientes?

Gostaria de acrescentar alguma coisa?

APÊNDICE B – Questionário

Perfil da clientela do SESC – Fortaleza

1. Sexo: () Feminino () Masculino

2. Faixa Etária:
 () De 18 a 30 anos
 () De 31 a 45 anos
 () De 46 a 60 anos
 () De 61 a 70 anos
 () Acima de 70 anos

3. Estado civil:
 () Solteiro
 () Casado
 () Divorciado
 () Viúvo
 () Outro. Qual? _____

4. Escolaridade:
 () Alfabetizado(a)
 () Ensino Fundamental (Antigo 1º Grau)
 () Ensino Médio (Antigo 2º Grau)
 () Ensino Superior
 () Outra. Qual? _____

5. Você pertence a que categoria de associado do SESC?
 () Comerciante
 () Dependente de comerciante
 () Conveniado
 () Usuário

6. Qual a sua profissão? _____

7. Renda em Salários Mínimos (SM)?
 () Até R\$ 937,00 (1 SM)
 () Entre R\$ 937,00 e R\$ 1.874,00 (Até 2 SM)
 () Entre R\$ 1.875,00 e R\$ 2.811,00 (Até 3 SM)
 () Entre R\$ 2.812,00 e R\$ 3.748,00 (Até 4 SM)
 () Entre R\$ 3.749,00 e R\$ 4.685,00 (Até 5 SM)
 () Acima de R\$ 4.685,00

8. Mora em Fortaleza?
 () Sim
 () Não. Em qual município? _____

9. O que é Turismo Social para você?

10. De que forma tomou conhecimento das atividades de Turismo Social do SESC?

Site do SESC

Folders/panfletos

Amigos/familiares

Redes sociais

Outra. Qual? _____

11. Renova anualmente sua matrícula para ter acesso ao Turismo Social do SESC?

Sim

Não.

Por quê? _____

12. Há quanto tempo realiza viagens por meio do programa de Turismo Social do SESC?

Primeira vez

Entre 1 e 3 anos

Entre 4 e 5 anos

Entre 6 e 7 anos

Acima de 7 anos

13. Quantas vezes por ano viaja pelo SESC?

Uma vez

De 2 a 3 vezes

De 4 a 5 vezes

Acima de 5 vezes

14. Quais os roteiros que já utilizou pelo Turismo Social do SESC?

15. Você acha que os preços do Turismo Social do SESC são:

Caros

Iguais aos preços de mercado

Baratos

16. O que motivou você a viajar pelo SESC?

O preço das viagens ser menor do que os de mercado

Facilidade de pagamento

Qualidade do serviço

Roteiro das viagens

Outro. Qual? _____

17. Você prefere viajar em que época do ano?
- Férias escolares (janeiro/julho/dezembro)
 - Férias do trabalho
 - Feriados
 - Fins de semana
 - Outra. Qual? _____

18. Os roteiros oferecidos pelo Turismo Social do SESC lhe proporcionam, prioritariamente:
- Conhecer a gastronomia do lugar
 - Usufruir de lazer
 - Fazer novas amizades
 - Outro. O quê? _____
-
-

19. Qual o grau de importância das viagens que você faz pelo Turismo Social do SESC para a sua realização pessoal?
- Sem importância
 - Baixa importância
 - Média importância
 - Alta importância
 - Altíssima importância

20. As viagens que você faz pelo Turismo Social do SESC são diferentes de outros tipos de viagens?
- Sim.
 - Não.

Se sim, em quê?

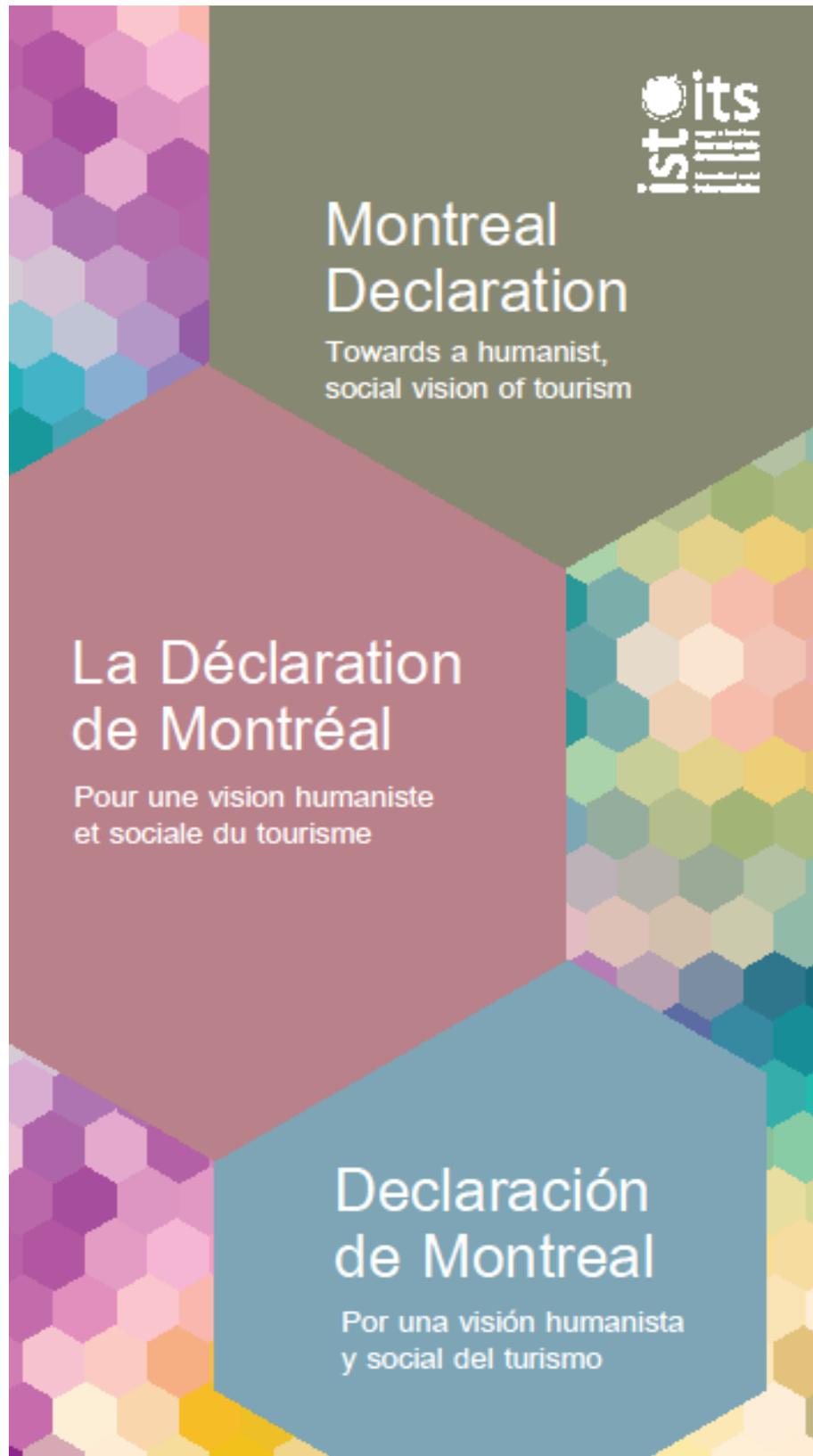
21. Em sua opinião, o turismo é um direito do cidadão?
- Sim.
 - Não

Se sim, por quê?

22. Tem alguma sugestão / crítica em relação ao programa de Turismo Social do SESC?

ANEXOS

ANEXO B – Declaração de Montreal



ANEXO C – Código de ética mundial para o turismo

***CÓDIGO de ÉTICA MUNDIAL para o TURISMO***

ANEXO D – Declaração universal dos direitos do homem

Aprovada pela Assembleia Geral da ONU
10 de Dezembro de 1948

PREÂMBULO

Considerando que o reconhecimento da dignidade inerente a todos os membros da família humana e dos seus direitos iguais e inalienáveis constitui o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo;

Considerando que o desconhecimento e o desprezo dos direitos do homem conduziram a actos de barbárie que revoltam a consciência da Humanidade e que o advento de um mundo em que os seres humanos sejam livres de falar e de crer, libertos do terror e da miséria, foi proclamado como a mais alta inspiração do homem;

Considerando que é essencial a protecção dos direitos do homem através de um regime de direito, para que o homem não seja compelido, em supremo recurso, à revolta contra a tirania e a opressão;

Considerando que é essencial encorajar o desenvolvimento de relações amistosas entre as nações;

Considerando que, na carta os povos das Nações Unidas proclamam, de novo, a sua fé nos direitos fundamentais do homem, na dignidade e no valor da pessoa humana, na igualdade de direitos do homem e das mulheres e se declararam resolvidos a favorecer o progresso social e a instaurar melhores condições de vida dentro de uma liberdade mais ampla;

Considerando que os Estados membros se comprometeram a promover, em cooperação com a Organização das Nações Unidas, o respeito universal e efectivo dos direitos do homem e das liberdades fundamentais;

Considerando que uma concepção comum destes direitos e liberdades é da mais alta importância para dar plena satisfação a tal compromisso:

A Assembleia Geral proclama a presente Declaração Universal dos Direitos do Homem como ideal comum a atingir por todos os povos e todas as nações, a fim de que todos os indivíduos e todos os órgãos da sociedade, tendo-a constantemente no espírito, se esforcem, pelo ensino e pela educação, por desenvolver o respeito desses direitos e liberdades e por promover, por medidas progressivas de ordem nacional e internacional, o seu reconhecimento e aplicação universais

e efectivos tanto entre as populações dos próprios Estados membros como entre as dos territórios colocados sob sua jurisdição

Artigo 1 °

Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e em direitos. Dotados de razão e de consciência, devem agir uns para os outros em espírito de fraternidade.

Artigo 2 °

Todos os seres humanos podem invocar os direitos e as liberdades proclamados na presente Declaração, sem distinção alguma, nomeadamente, de raça, de cor, de sexo, de língua, de religião, de opinião política ou outra, de origem nacional ou social, de fortuna, de nascimento, ou de qualquer outra situação.

Além disso, não será feita nenhuma distinção fundada no estatuto político, jurídico ou internacional do país ou do território independente, sob tutela ou sujeito a alguma limitação de soberania.

Artigo 3 °

Todo o indivíduo tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal.

Artigo 4 °

Ninguém será mantido em escravatura ou em servidão e o tráfico dos os escravos, sob todas as formas, são proibidos.

Artigo 5 °

Ninguém será submetido a tortura nem a pena de morte ou a tratamentos cruéis, desumanos ou degradantes.

Artigo 6 °

Todos os indivíduos têm direito ao reconhecimento em todos os lugares da sua personalidade jurídica.

Artigo 7 °

Todos são iguais perante a lei e, sem distinção, têm direito a igual protecção da lei. Todos têm direito a protecção igual contra qualquer discriminação que viole a presente Declaração e contra qualquer incitamento a tal discriminação.

Artigo 8 °

Toda a pessoa tem direito a recurso para as jurisdições nacionais competentes contra os actos que violem os direitos fundamentais reconhecidos pela Constituição ou pela lei.

Artigo 9 °

Ninguém pode ser arbitrariamente preso, detido ou exilado.

Artigo 10 °

Toda a pessoa tem direito, em plena igualdade, a que a sua causa seja equitativa e publicamente julgada por um tribunal independente e imparcial que decida dos seus direitos e obrigações ou das razões de qualquer acusação em matéria penal que contra ele seja deduzida.

Artigo 11 °

1. Toda a pessoa acusada de um acto delituoso presume-se inocente até que a sua culpabilidade fique legalmente provada no decurso de um processo público em que todas as garantias necessárias de defesa lhe sejam asseguradas.

2. Ninguém será condenado por acções ou omissões que, no momento da sua prática, não constituíam acto delituoso à face do direito interno ou internacional. Do mesmo modo, não será infligida pena mais grave do que a que era aplicável no momento em que o acto delituoso foi cometido.

Artigo 12 °

Ninguém sofrerá intromissões arbitrárias na sua vida privada, na sua família, no seu domicílio ou na sua correspondência, nem ataques à sua honra e reputação. Contra tais intromissões ou ataques toda a pessoa tem direito à protecção da lei.

Artigo 13 °

1. Toda a pessoa tem o direito de livremente circular e escolher a sua residência no interior de um Estado.

2. Toda a pessoa tem o direito de abandonar o país em que se encontra, incluindo o seu, e o direito de regressar ao seu país.

Artigo 14 °

1. Todo a pessoa sujeita a perseguição tem o direito de procurar e de beneficiar de asilo em outros países.

2. Este direito não pode, porém, ser invocado no caso de processo realmente existente por crime de direito comum ou por actividades contrárias aos fins e aos princípios das Nações Unidas.

Artigo 15 °

1. Todo o indivíduo tem o direito a ter uma nacionalidade.

2. Ninguém pode ser arbitrariamente privado da sua nacionalidade nem do direito de mudar de nacionalidade.

Artigo 16 °

1. A partir da idade núbil, o homem e a mulher têm o direito de casar e de constituir família, sem restrição alguma de raça, nacionalidade ou religião. Durante o casamento e na altura da sua dissolução, ambos têm direitos iguais.

2. O casamento não pode ser celebrado sem o livre e pleno consentimento dos futuros esposos.

3. A família é o elemento natural e fundamental da sociedade e tem direito à protecção desta e do Estado.

Artigo 17 °

1. Toda a pessoa, individual ou colectivamente, tem direito à propriedade.

2. Ninguém pode ser arbitrariamente privado da sua propriedade.

Artigo 18 °

Toda a pessoa tem direito de pensamento, de consciência e de religião; este direito implica a liberdade de mudar de religião ou de convicção, assim como a liberdade de manifestar em público como em privado, pelo ensino, pela prática, pelo culto e pelos ritos.

Artigo 19 °

Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão.

Artigo 20 °

1. Toda a pessoa tem direito à liberdade de reunião e de associação pacíficas.

2. Ninguém pode ser obrigado a fazer parte de uma associação.

Artigo 21 °

1. Toda a pessoa tem o direito de tomar parte na direcção dos negócios públicos do seu país, quer directamente, quer por intermédio de representantes livremente escolhidos.

2. Toda a pessoa tem direito de acesso, em condições de igualdade, às funções públicas do seu país.

3. A vontade do povo é o fundamento da autoridade dos poderes públicos; e deve exprimir-se através de eleições honestas a realizar periodicamente por sufrágio universal e igual, com voto secreto ou segundo processo equivalente que salvaguarde a liberdade de voto.

Artigo 22 °

Toda a pessoa, como membro da sociedade, tem direito à segurança social; e pode legitimamente exigir a satisfação dos direitos económicos, sociais e culturais indispensáveis, graças ao esforço nacional à cooperação internacional, de harmonia com a organização e os recursos de cada país.

Artigo 23 °

1. Toda a pessoa tem direito ao trabalho, à livre escolha do trabalho, a condições equitativas e satisfatórias de trabalho e à protecção contra o desemprego.

2. Todos têm direito, sem discriminação alguma, a salário igual por trabalho igual.

3. Quem trabalha tem direito a uma remuneração equitativa e satisfatória, que lhe permita e à sua família uma existência conforme com a dignidade humana, e completada, se possível, por todos os outros meios de protecção social.

4. Toda a pessoa tem o direito de fundar com outras pessoas sindicatos e de se filiar em sindicatos para a defesa dos seus interesses.

Artigo 24 °

Toda a pessoa tem direito ao repouso e aos lazeres e, especialmente, a uma limitação razoável da duração do trabalho e a férias periódicas pagas.

Artigo 25 °

1. Toda a pessoa tem direito a um nível de vida suficiente para lhe assegurar e à sua família a saúde e o bem-estar, principalmente quanto à alimentação, ao vestuário, ao alojamento, à assistência médica e ainda quanto aos serviços sociais necessários, e tem direito à segurança no desemprego, na doença, na invalidez, na viuvez, na velhice ou noutros casos de perda de meios de subsistência por circunstâncias independentes da sua vontade.

2. A maternidade e a infância têm direito a ajuda e a assistência especiais. Todas as crianças nascidas dentro ou fora do matrimónio, gozam da mesma protecção social.

Artigo 26 °

1. Toda a pessoa tem direito à educação. A educação deve ser gratuita, pelo menos a correspondente ao ensino elementar fundamental. O ensino elementar é obrigatório. O ensino técnico e profissional deve ser generalizado; o acesso aos estudos superiores deve estar aberto a todos em plena igualdade, em função do seu mérito.

2. A educação deve visar a plena expansão da personalidade humana e ao reforço dos direitos do homem e das liberdades fundamentais e deve favorecer a compreensão, a tolerância e a amizade entre todas as nações e todos os grupos raciais ou religiosos, bem como o desenvolvimento das actividades das Nações Unidas para a manutenção da paz.

3. Aos pais pertence a prioridade do direito de escolher o género de educação a dar aos filhos.

Artigo 27 °

1. Toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam.

2. Todos têm direito à protecção dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria.

Artigo 28 °

Toda a pessoa tem direito a que reine, no plano social e no plano internacional, uma ordem capaz de tornar plenamente efectivos os direitos e as liberdades enunciados na presente Declaração.

Artigo 29 °

1. O indivíduo tem deveres para com a comunidade, fora da qual não é possível o livre e pleno desenvolvimento da sua personalidade.

2. No exercício destes direitos e no gozo destas liberdades ninguém está sujeito senão às limitações estabelecidas pela lei com vista exclusivamente a promover o reconhecimento e o respeito dos direitos e liberdades dos outros e a fim de satisfazer as justas exigências da moral, da ordem pública e do bem-estar numa sociedade democrática.

3. Em caso algum estes direitos e liberdades poderão ser exercidos contrariamente aos fins e aos princípios das Nações Unidas.

Artigo 30 °

Nenhuma disposição da presente Declaração pode ser interpretada de maneira a envolver para qualquer Estado, agrupamento ou indivíduo o

direito de se entregar a alguma actividade ou de praticar algum acto destinado a destruir os direitos e liberdades aqui enunciados.

ANEXO E – Diretrizes gerais de ação do Sesc

