

Programa de Turismo Social do SESC-SP no Contexto da Hospitalidade ¹

Autor: Jonas do Carmo Machado Junior ²

Orientador: Prof. Dr. Hilário Ângelo Pelizzer

Instituição: Universidade Anhembi Morumbi

1. Trabalho apresentado ao GT “Turismo Social” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

2. Jonas do Carmo Machado Junior é mestrando em Hospitalidade e bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo), leciona no curso superior de Turismo do Centro de Formação do Professor de Ribeirão Preto - Ceforp, e pesquisa o turismo social, com publicações e palestras acerca do assunto.
E-mail: jonascmj@gmail.com.

Resumo

O presente estudo privilegia a gestão do turismo social, institucionalizado sob a tutela do Serviço Social do Comércio (SESC), sob a ótica do fenômeno da Hospitalidade. A entidade estabelece quatro campos de atuação, dos quais emerge o Programa de Turismo Social, aqui objeto de estudo, inserido no campo de Lazer. A inter-relação com o conceito de Hospitalidade, destaca-se a partir de uma noção básica deste fenômeno: atar o indivíduo à coletividade, contrapondo-se inteiramente à dinâmica de exclusão. O Programa de Turismo Social desenvolvido pelo SESC, em especial no estado paulista (SESC-SP), é tomado não só como exemplo, mas como modelo. Agente de inclusão social, ele favorece a aquisição de uma série de valores a partir da democratização do acesso aos serviços e produtos turísticos.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Social; Hospitalidade; SESC.

Introdução

Histórico do SESC

Em meados da década de 40, o país passava por profundas transformações. Após a queda do Estado Novo de Getúlio Vargas, o país ingressou numa fase de legalização e democratização, experimentando um surto de industrialização e desenvolvimento econômico.

Como consequência, os trabalhadores passaram por um processo de conscientização acerca de sua importância, seu papel econômico e de seus direitos.

Em 1945, empresários da indústria, do comércio e serviços e da agricultura se reuniram em Teresópolis (RJ) para a Conferência das Classes Produtoras. Foi organizada a Carta da Paz Social que propõe a harmonia entre capital e trabalho, conciliando crescimento econômico, justiça social e democracia. Assim, se organizam nacionalmente a Confederação Nacional do Comércio e as Federações do Comércio e da Indústria.

Dentro das propostas de união nacional em torno da questão social, o documento de Teresópolis destaca a criação de um organismo singular de justiça social, a ser mantido pela contribuição patronal e em benefício do trabalhador.

Desta forma, em setembro de 1946, sob o comando de João Daudt d'Oliveira, foi criado o Serviço Social do Comércio (SESC). Constitui-se numa instituição de âmbito nacional, sem fins lucrativos e de caráter privado. Nasceu com o objetivo de atender às necessidades sociais urgentes. Tem como objetivos promover o desenvolvimento cultural, o bem-estar social e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio e serviços e de suas famílias, assim como a comunidade em geral, numa ação de transformação e progresso social.

A Natureza do SESC

Fundado em 1946, pela Confederação Nacional do Comércio, o SESC é uma entidade paraestatal. Isto é, presta serviços autônomos ao lado do Estado, mas que não

são exclusivos deste. As unidades são orientadas pelas diretrizes do Departamento Nacional, aprovadas pelo Conselho Nacional do SESC.

Apesar de ser mantida pelo empresariado, através de contribuição compulsória retida já na folha de pagamento dos comerciários, promove o bem-estar social, a necessidade coletiva, sem visar lucro.

Desta forma, a figura do SESC desponta como pessoa jurídica de direito privado desprovido de fins lucrativos, mas que atende a objetivos sociais. Volta-se para o interesse comum, abrangendo a esfera pública não necessariamente governamental, a partir de uma série de iniciativas, tangenciando o Terceiro Setor.

Ressalta-se que essa promoção é muito democrática, visto que atualmente a instituição não é restrita a comerciários. Na forma de associação, abre-se também a outros segmentos da sociedade além do público comerciário, e reconhece a pluralidade dos aspectos locais, num âmbito descentralizado.

O público prioritário é o de baixa renda (a faixa salarial predominante é a de até 3 salários mínimos, sendo que a maior parcela de usuários é composta por jovens).

Contudo, a boa qualidade de seus serviços é um padrão oferecido a todos seus usuários, independentemente de seu status social.

Turismo Social

No cenário internacional, o turismo social foi alavancado por meio das férias operárias, subsidiadas pelos Estados italiano e alemão no período que antecedeu a II Guerra Mundial. Serviu de instrumento de propaganda, ainda que indireta, dos regimes fascista e nazista respectivamente.

A expressão “turismo social” pode ser considerada um pleonasmo. A figura de linguagem refere-se a palavras e expressões idiomáticas que constroem um sentido redundante, ou seja, explicam o óbvio. O turismo, por si só, é uma manifestação dos indivíduos de uma sociedade. O deslocamento que a atividade propõe, seja ele físico, temporal, ou cultural, faz parte de uma aspiração latente do ser humano. Por isso, já é uma manifestação social.

Contudo, o que involuntariamente convencionou-se chamar de turismo social, faz referência ao deslocamento turístico das camadas sociais de baixa renda (um mercado

representado pelas classes C, D e E). Portanto, mais coerente seria chamá-lo de “turismo popular”.

Os componentes do chamado turismo social - transporte, hospedagem, alimentação, formas de pagamento, dentre outros – seguem parâmetros especiais para se adequarem à realidade socioeconômica de seus consumidores.

Cabe ressaltar, que o turismo social não se restringe apenas a um conceito de “turismo barato”. A atuação no âmbito da responsabilidade sócio-ambiental desenvolvida pelo SESC, lhe destaca por mesclar preços justos à excelência na prestação de serviços e equipamentos.

Contudo, apesar do exemplo da atuação do SESC, seria injusto atribuir a uma única entidade, a responsabilidade de todo o enfrentamento das questões de desigualdade social no âmbito do turismo. E o Brasil, sabe-se que é marcado por disparidades sociais gritantes. As faixas C, D e E representam 31 milhões de lares, nada menos que 72% dos domicílios urbanos.

No atual cenário socioeconômico do país, Estado, iniciativa privada, e mesmo o Terceiro Setor, devem articular outras medidas que possam contemplar a democratização de acesso aos produtos e serviços turísticos. Medidas como ampliação dos clubes de turismo social, apoio aos meios de hospedagens alternativos, e criações de pacotes mais viáveis por exemplo, devem ser melhor estudadas.

Turismo Social do SESC

O SESC configura-se como uma entidade de prestação de serviços, de caráter socioeducativo, com atuação em 4 campos de atuação: Saúde, Cultura, Educação e Lazer.

O campo do Lazer engloba os programas de “Desenvolvimento Físico-Esportivo”, “Recreação” e finalmente, o programa de “Turismo Social”.

O turismo social começou a ser implantado em 1948, 2 anos após o nascimento da entidade, com a inauguração do primeiro Centro de Lazer e Turismo Social.

Por esse quadrante, o SESC tem atuação aos moldes de uma agência de viagens. Faz a intermediação entre venda e compra do produto turístico, e ainda a distribuição ao

consumidor final. Por isso, enquadra-se no setor terciário – serviços -, na economia do turismo.

Segundo própria entidade, o programa de “Turismo Social” tem os seguintes objetivos: proporcionar novas oportunidades de lazer; estabelecer novas relações, novos amigos e a maior integração entre todos; enriquecimento cultural, intercâmbio de conhecimentos; e desenvolvimento integral da saúde.

Nesse âmbito, a entidade tem a seguinte missão:

(...) criar possibilidades para que as pessoas conheçam o Brasil, democratizando o acesso a viagens, passeios, excursões e hospedagens. Mesmo quem nunca pensou que poderia ir além dos limites de sua cidade pode se transformar em um turista, e conhecer melhor seu país. O Turismo Social pode e deve abrir portas para pessoas de baixa renda. Um direito à cidadania que o SESC sempre garante ³.

Segue os conceitos do Bureau International du Tourisme Sócia, que define o Turismo Social como “o conjunto de relações e fenômenos resultantes da participação no turismo de camadas sociais menos favorecidas, participação que se torna possível ou facilitada por medidas de caráter social bem definidas, mas que implicam num predomínio da idéia de serviço e não de lucro”.

Desde aquele momento, já se verificou a geração de empregos diretos e indiretos nos serviços de transporte, alimentação, hospedagem e entretenimento. Tratava-se do turismo receptivo agregando valores aos atrativos naturais e culturais, motivando a permanência no núcleo receptor.

Ao mesmo tempo, a democratização do acesso a viagens também agregou valores aos novos turistas. Para os visitantes, foi percebido que a combinação de cultura, educação, meio ambiente, lazer e saúde, possibilitava a aquisição de capital cultural. O turismo emissivo, excursões e passeios de curta, média, ou longa duração, se desdobrava em turismo de lazer, educacional, cultural, de eventos, rural, ecológico e ecoturismo.

3. SANTOS, Antonio Oliveira. *Atividade turismo social*. 1. ed. Rio de Janeiro: SESC, 2003.

A combinação de preços acessíveis, aliada a uma densa rede extra-hoteleira possibilitou esse exercício de educação para e pelo turismo.

Atualmente, a rede dispõe de 46 Complexos de Hospedagens, também conhecidos como Centros de Lazer e Turismo Social, que se espalham estrategicamente em 21 estados e o Distrito Federal. Só em 2002, os 38 Centros de Lazer e Turismo Social instalados, totalizavam 13.552 leitos, distribuídos em 3.968 Unidades Habitacionais. Só na região Sudeste, eram 10.321 leitos (76,86%) e 3.050 Unidades Habitacionais (76,16%), que receberam 433mil pessoas nesse ano.

O turismo social é feito em duas formas. A primeira, é o turismo independente, ou seja, feito por condução própria. A segunda é por meio de excursões. Estas contam com programação, roteiros, valores, sistema de alimentação (meia pensão, pensão completa), transporte e hospedagem. Em torno de 90% dos centros de hospedagens são pertencentes à rede SESC. O turismo social também se dá com algumas hospedagens conveniadas.

As reservas devem ser feitas com 40 dias de antecedência. No caso específico do SESC Bertioga, esse prazo é de 2 meses. As reservas são feitas via internet, ou pela Central de Atendimento. Ela também dá orientações quanto a cursos em geral (atividades física e artística), matrículas e informações. Assim como as outras áreas, a Central de Atendimento passa por treinamentos periódicos, solicitados ou não pelas unidades, visando a excelência no serviço.

O pagamento pode ser a vista, ou parcelado em até 5 vezes no cartão de crédito ou boleto bancário. O primeiro pagamento é feito no ato da reserva, e o segundo é feito um mês após a data de saída da viagem.

O meio de transporte é terrestre, realizado por ônibus. Os veículos passam por um processo de licitação que exige padrões de qualidade. São exigidos que o ano de fabricação do veículo seja de 1998 ou mais recente, que esteja devidamente regulamentado e com número, tenha ar-condicionado, frigobar, toilette, e DVD. O tipo de ônibus varia conforme o percurso. Para mais de 550 Km, é utilizado ônibus leito, com 32 lugares. Para percursos com menos de 550 Km, é utilizado ônibus com 42 a 46 lugares. É o caso de excursões Ribeirão Preto - SESC Bertioga, que tem o percurso de 410 Km.

Para as viagens é requisitado seguro de vida. São acompanhadas por técnicos, ou guias da Embratur, servidos lanches (inclusive com alimentação especial para crianças).

O perfil do usuário varia conforme a temporada. Na alta estação, meses de Dezembro, Janeiro, Fevereiro e Julho, o perfil é variado. Na baixa estação, predomina o usuário de terceira idade.

A frequência também tem caráter sazonal. Na alta temporada, o SESC Ribeirão Preto trabalha de 9 a 10 grupos mensais. Na baixa temporada, trabalha de 6 a 7 grupos.

As estadas são em média de 5 a 8 dias.

As excursões são planejadas a partir de reuniões com os coordenadores das unidades. O SESC também desenvolve turismo corporativo, pois atende a solicitação de empresas montando grupos específicos.

A expectativa do público que vivencia essas atividades, é a de encontrar o que não se encontra no mercado. De fato, a proposta de integração e educação informal é destaque. São aplicados questionários de avaliação que evidenciam que as pessoas retornam encantadas.

O SESC Ribeirão Preto tem aproximadamente 46.500 matriculados. Quanto aos servidores, são 66 funcionários, 7 estagiários, com a ausência de voluntários. O serviço de limpeza é terceirizado (executado pela “Consystem”) e o de segurança também (“executado pela Estrela Azul”).

Os servidores dispõem de descontos que variam de 10% (para dependentes) a 40%, conforme a faixa salarial.

SESC Bertiooga

Faz-se muito necessário dedicar um capítulo da dissertação a essa unidade da rede. O SESC Bertiooga ocupa papel de destaque do Programa de Turismo Social do SESC SP.

Num primeiro momento, o desenvolvimento do programa faz da entidade uma instituição com atuação semelhante a de uma agência de viagens. A partir do turismo emissor, faz-se o atendimento e venda de excursões e passeios de curta, média ou longa duração.

O estado de São Paulo é o maior centro emissor. O SESC SP dispõe de 30 unidades operacionais espalhadas pelo estado, instaladas em mais de 657.000 m² de área construída, contando com cerca de 1 milhão matriculados.

Num segundo momento, a rede de turismo social também integra o turismo receptivo e a hospedagem. Contudo, o estado dispõe de apenas um Centro de Hospedagem, o SESC Bertioga.

Constata-se que nos meses de alta temporada, este Centro de Lazer e Turismo Social não consegue suprir a demanda (cerca de 60%), o que explica a maior antecedência para reserva, um prazo de dois meses. A demanda de usuários do estado de São Paulo tem volume tamanho, que é tida como fator de desequilíbrio do sistema de reservas. Não só do SESC Bertioga, mas como de outras unidades.

Cabe ressaltar que um dos itens que mais encarece a formatação de excursões é o transporte. Portanto, apesar de se ter uma abertura para a utilização de Centros de Turismo e Lazer espalhados pelo país, a demanda tende a se concentrar nos destinos mais próximos por uma questão financeira, muito importante em se tratando do turista de renda baixa ou muito baixa, público prioritário do SESC.

O SESC Bertioga situa-se na avenida Thomé de Souza, n.º 3660, no Jardim Rio da Praia, município de Bertioga, SP, CEP 11250-000. O contato via fone é (13) 3317.1201, via fax é (13) 3317.1951, via e-mail é email@bertioga.sescsp.com.br, e o site é através do www.sescsp.org.br.

Está instalado em uma área de aproximadamente um milhão de metros quadrados, estendendo-se da praia até o sopé da Serra do Mar. A área que abriga as instalações de hospedagem, recreação e serviços, ocupa mais de 400 mil m² e as edificações correspondem a 38 mil m² de área construída.

Conta com 50 casas com capacidade para 8 a 12 pessoas cada e 11 conjuntos de apartamentos para 2 a 4 pessoas. No total pode atender mil pessoas simultaneamente, em períodos de 6 a 9 dias, ou em pacotes especiais, feriados e fins de semana. Conta também com um balneário para visitantes, limitado a 200 pessoas por dia. A frequência média anual é de 40 mil pessoas.

Os equipamentos de recreação e lazer incluem churrasqueiras, campo de futebol, mini-campos, ginásio de esportes, cancha de bocha, quadras poliesportivas, quadras de tênis, circuito para caminhada, playground aquático, centro de recreação infantil, parque

aquático, lanchonete / pista de dança, salas de jogos, cinema, lagos, sala de tv / vídeo, sala de atividades físicas.

Dispõe de um sistema próprio (proveniente das encostas da Serra do Mar) de captação (1200 m³/dia), adução, tratamento e distribuição de água. O saneamento também é de responsabilidade do SESC, e para isso mantém uma rede de captação, estação elevatória e estação de tratamento de esgoto, com capacidade de atendimento a duas mil pessoas.

Além de manter mais de 80 alqueires como área de preservação nas encostas da Serra do Mar, o SESC conta com uma área ajardinada e com tratamento paisagístico de mais de 400 mil m², formando um parque composto de árvores, arbustos frutíferos, espécies ornamentais, palmeiras nativas e como destaque principal, os mais de três mil coqueiros trazidos do nordeste.

O SESC Bertioiga ainda desenvolve projetos de reintrodução de espécies nativas na Mata Atlântica e de restinga no parque, como forma de melhor traduzir o ecossistema original da região. Foram identificadas mais de 60 espécies de aves na área do SESC, e implantados dispositivos de alimentação, bebedouros e ninhos artificiais, visando atrair a preservação e multiplicação de aves, além de atrair outras que habitam a região.

SESC e Hospitalidade

Hospitalidade é um conjunto de leis não escritas que regulam um rito social. De modo geral, apesar das diferenças culturais, a hospitalidade pode ser entendida como sendo a prática de receber bem alguém num ambiente social (doméstico, público ou comercial), carregada subliminarmente de fatores simbólicos e de regras pré-estabelecidas que conduzem à um ou mais tipos de relações humanas.

Sob o enfoque da sociologia, todo o contexto social implica em certas carências individuais, as quais uma pessoa necessita estabelecer relações com outras pessoas sob a forma de vínculos, como forma de se sustentar, sobreviver e ser feliz enquanto é incapaz de se manter sozinha.

A teoria da hospitalidade também contempla a tríplice obrigação. No contexto social, filosófico e antropológico, as ações de dar, receber e retribuir, são componentes

que fazem parte do processo de agregação do outro à comunidade. Faz-se referência ao paradigma do dom, o fenômeno decorrente dessa dinâmica.

No Programa de Turismo Social do SESC, a rede integrada de turismo emissor, receptor e hospedagens, desenrola os tempos sociais “receber”, “hospedar”, “alimentar”, “entreter” num espaço social comercial.

Por isso, está inserido no contexto da hospitalidade comercial. Nesse campo, a oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica, orienta-se pela prestação de serviços mediante a troca monetária.

Receber um serviço condizente com o preço pago é a condição do cliente. A sua relação é vigiada pelo código de defesa do consumidor e não pela lei-não-escrita da dádiva (um conjunto de bens e serviços prestados sem garantia de retribuição, mas que trazem satisfação). Um contrato se encerra, se extingue simplesmente, sem ter sacrifício, e sim troca. Tudo o que se faz após contrato, é hospitalidade.

No SESC, estrutura e serviços compõem o cenário hospitaleiro. Segundo a coordenadora de Turismo Social da unidade de Ribeirão Preto, sra. Marilene Domingos, as pessoas voltam encantadas das excursões, e na instituição procuram o que não encontram no mercado tradicional.

Nesse contexto, a concepção de turismo é repensada para um modelo diferenciado. Na maioria das vezes, a atividade é vista unilateralmente como um setor econômico. A concepção de viagens proposta pela instituição, extrapola o que é oferecido pela indústria do turismo.

No programa, o turismo enquanto fenômeno psicossociocultural, vai além da abordagem econômica. Envolve mobilidade em várias acepções, como a social, cultural, temporal, física e de identidade. Segundo Beni (2001) “a mobilidade humana deu ao mundo uma nova fisionomia”, sendo o turismo um fator importantíssimo para intensificar e aperfeiçoar a mobilidade humana.

Torna as pessoas mais hospitaleiras à medida que estabelece identidade pessoal e coletiva, gera vínculos solidários, conscientiza acerca das riquezas materiais, imateriais e etc.

E para elucidar a prática da explanação exposta, toma-se o Serviço Social do Comércio – SESC, destacando o Turismo Social, como exemplo (ou modelo). A acessibilidade e qualidade de sua rede de serviços e equipamentos de lazer, cultura e

entretenimento, leva ao trabalhador de bens e serviços, informação, capacitação e desenvolvimento de valores.

Metodologia

O referencial metodológico baseia-se nas matrizes científicas do método hipotético-dedutivo. A partir de teorias e hipóteses preliminarmente definidas, formula-se o problema. A seguir, é desenvolvido um processo de deduções lógicas, com as devidas implicações decorrentes dessa cadeia. O processo de observação empírica testa tais implicações. Assim, confirmam-se as hipóteses, ou indicam-se novas formulações.

A construção das hipóteses se dá num primeiro instante a partir da pesquisa realizada em fontes de papel. Inclui pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Na pesquisa bibliográfica, os temas cercam assuntos correlatos, a partir de livros e artigos com a abordagem da Hospitalidade, SESC (publicações e site próprios), Turismo Social, Antropologia, Sociologia, Psicologia, etc. A pesquisa documental inclui documentos de primeira mão conservados em arquivos (formulários de hóspedes, levantamentos institucionais), e dados estatísticos (IBGE).

Do universo teórico construído, são levantadas as questões de relevância do acolhimento social que inquietam o pesquisador, acerca do programa de Turismo Social do SESC inserido no contexto da Hospitalidade. É formulado o problema.

A seguir, processo de observação empírica comprova ou não tais impressões. Trabalha com a pesquisa de dados fornecidos por pessoas. Trata-se da coleta de dados na pesquisa de campo. É, realizada a observação participante (imersão própria no Terceiro Setor através de matrícula no SESC e utilização do programa), entrevistas com funcionários do SESC Ribeirão, e aplicação de pesquisa por formulário aos usuários do Programa de Turismo Social (amostragem de 40 pessoas, em excursões do SESC Ribeirão em direção ao SESC Bertogã).

As hipóteses se confirmam, quando consistentes. Caso não se adequem ao que foi investigado, são descartadas, substituídas por novas teses sob o crivo de passarem pelo mesmo processo.

Justificativa da Pesquisa

A linha de pesquisa centraliza-se nas Políticas e Gestão em Hospitalidade e Turismo. A Hospitalidade tem como princípio fundamental a vinculação social de atar um indivíduo à coletividade, contrapondo-se inteiramente ao ato de exclusão.

Nesse contexto, o SESC desponta agregando opções de desenvolvimento social sustentável. Segundo José Bernardo Toro (2005), as entidades de natureza jurídico-privada, porém sem fins lucrativos em virtude da finalidade pública contribuem para a “formação e o fortalecimento do comportamento de cidadão e da cultura democrática”.

Instituições como o SESC, aparecem como as respostas institucionalizadas mais efetivas frente às dinâmicas de exclusão da ordem recente, sendo uma forma possível de hospitalidade e acolhimento daqueles que se encontram excluídos. Isso, pois atuam num “processo de desenvolvimento da motivação e consciência das pessoas, de promoção de suas habilidades de modo que possam auxiliar a si mesmas e, por sua vez, criar uma comunidade e uma nação auto-suficiente” e têm um enfoque que enfatiza “ a participação de todas as partes envolvidas em cada etapa do processo de desenvolvimento” .

O Serviço Social do Comércio – SESC, caracteriza-se por ser uma rede de lazer, cultura e entretenimento, que subsidiada pelo empresariado, presta serviços de excelência nos campos da informação, capacitação e desenvolvimento de valores. Prima-se pela eficácia, qualidade e acessibilidade de serviços e equipamentos oferecidos ao trabalhador do comércio de bens e serviços, prioritariamente de baixa renda.

O SESC valoriza o turismo “enquanto aspiração latente do indivíduo contemporâneo ao lado de sua expansão visível na condição de fato cultural promissor”.

Apesar de possuir editora própria, verifica-se que as publicações do SESC são direcionadas aos usuários. São manuais, guias, programações e revistas, disponibilizados ao matriculado como material de apoio. Contudo, com uma prestação de serviços tão complexa, faz-se falta de um estudo que analise cientificamente os campos de atuação. O alcance das atividades, e a atuação de longa data (desde 1948) do Programa de Turismo Social, transformam-no num objeto de estudo interessante. O turismo social institucionalizado apresenta à academia uma nova perspectiva do plano turístico. Por outro lado, o turismo em si, é uma temática atual, de origem que remonta a séculos de mobilidade. E aqui não se fala apenas de viagens, mas de um programa que

propõe “educação para e pelo turismo” num contexto de ampla marginalização social no país.

A contextualização dessa forma de turismo se faz necessária no Brasil. Levantamentos estatísticos e qualitativos, histórico, atuação, e o comportamento do turista, são alguns itens imprescindíveis para elucidar o turismo social no país, em especial do SESC-SP.

À comunidade profissional, o projeto de pesquisa apresenta um modelo de gestão exemplar. O entendimento dessa cadeia produtiva de turismo pode servir de referência para outras iniciativas dos setores público e privado, como o Projeto Vai Brasil. Articulado pelo Ministério do Turismo, em parceria com a indústria hoteleira, o projeto vai incentivar as viagens de baixo custo, principalmente na baixa estação (para equilibrar a demanda ao longo do ano), gerando emprego, renda, divisas e desenvolvimento do país.

O mercado turístico poderá compreender melhor o potencial dos turistas de baixa renda (as faixas C, D e E representam 31 milhões de lares, ou, 72% dos domicílios urbanos) e se preparar para recebê-los. O projeto de pesquisa também poderá complementar as recentes pesquisas sobre o comportamento do turista que tem esse perfil.

Conclusão

No advento da sociedade pós-moderna, alguns conceitos são levantados e debatidos com frequência. O conceito de turismo é um deles. A atividade pode ser entendida, como um fenômeno que prevê uma série de acepções envolvendo as mobilidades social, cultural, temporal e física.

Em seu ventre, as ações institucionais do Serviço Social do Comércio - SESC fundem essas concepções marcantes. A natureza da entidade, propõe um acolhimento de sua clientela, num comportamento eminentemente hospitaleiro.

Suas bases políticas e socioeconômicas propõem uma série de ações, das quais aqui é destacado o programa de “Turismo Social”. A partir da democratização de acesso ao produto turístico, a proposta de educação para e pelo turismo, contribui ativamente na valiosa mobilidade já citada. Institui um papel ativo na construção da Hospitalidade.

O SESC é referência no sentido de motivação, consciência, promoção e participação das pessoas para que possam auxiliar a si mesmas e à comunidade.

Com um programa de educação para e pelo turismo, o Serviço Social do Comércio agrega cultura a sua clientela. A democratização do acesso ao produto turístico se dá através do programa de “Turismo Social”, uma manifestação genuinamente hospitaleira.

A partir do “Turismo Social”, a educação para e pelo turismo, propicia um processo de desenvolvimento de valores, do nível de informação e de acesso ao conhecimento por parte da clientela.

A mudança emancipatória torna os relacionamentos mais simétricos por inúmeros fatores como: a geração de vínculos solidários, o estabelecimento de proximidade, a aquisição de capital simbólico, a conscientização, e valorização das riquezas materiais e imateriais, estabelecimento de identidade pessoal e coletiva.

Referências Bibliográficas

- BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 2001.
CORAGGIO, José Luís. *Desenvolvimento humano e educação*. São Paulo: Cortez Editora, 2000.
KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. 10 ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.
SANTOS, Antonio Oliveira. *Atividade turismo social*. 1. ed. Rio de Janeiro: SESC, 2003.
TORO, José Bernardo. *Terceiro setor – Desenvolvimento social sustentado*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

Bibliografia

- BANDUCCI, A & BARRETO, M. (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, Papirus, 2001.
BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 2001.
CAILLÉ, Alain. *Antropologia do dom: o terceiro paradigma*. Petrópolis: Vozes, 2002.
CASTRO, Celso Antônio Pinheiro de. *Sociologia aplicada ao turismo*. São Paulo: Atlas, 2002.
CORAGGIO, José Luis. *Desenvolvimento humano e educação*. São Paulo: Cortez Editora, 2000.
DENKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1998.
DENKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.
DIAS, C. M. DE M. (Org). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri: Manole, 2002.
DIAS, Reinaldo. *Sociologia do turismo*. São Paulo: Atlas, 2002.
DUMAZEDIER, Jofre. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva / SESC, 1999.
SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO. *Guia SESC Brasil 2004*. São Paulo, 2004.
IOSCHPE, Evelyn Berg. *Terceiro setor – Desenvolvimento social sustentado*. São Paul: Paz e Terra, 2005.
KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. 10 ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.
Kuazaqui, Edmir. *Marketing turístico e de hospitalidade: fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil*. São Paulo: Makron Books, 2000.
PEARCE, P. L. (Org). *Turismo global: a relação entre residentes e turistas*. 2 ed. São Paulo: Senac, 2002.
LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Orgs.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004.