

DIMENSÕES DE ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO FLOW NO TURISMO DE AVENTURA: RAFTING EM NOVA ROMA DO SUL (RS/BRASIL)

ANALYSIS OF EXPERIENCE OF FLOW DIMENSIONS IN ADVENTURE TOURISM: RAFTING IN
NOVA ROMA DO SUL (RS/BRAZIL)

DIMENSIONES DE ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA DEL FLOW EN EL TURISMO DE AVENTURA:
RAFTING EN NOVA ROMA DO SUL (RS/BRASIL)

Nândri Cândida Strassburger

nandricandida@gmail.com

Professora do Curso de Turismo da Faculdade Anglo-americano (FAACS)
Mestrado em Turismo - Universidade de Caxias do Sul (UCS)
Graduação em Turismo e Hotelaria - Universidade Paranaense - UNIPAR

Janaina Macke

jmacke@terra.com.br

Professora dos Programas de Pós-Graduação em Turismo e de
Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS)
Doutorado em Administração - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Mestrado em Engenharia de Produção - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS
Graduação em Engenharia Civil - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS

Correspondência

Universidade de Caxias do Sul
Rua Francisco Getulio Vargas, 1130 – Bairro Petrópolis
CEP 95.070-560 - Caxias do Sul - RS

Data de Submissão: 16/08/2010

Data de Aprovação: 25/10/2011

RESUMO

O presente estudo é uma pesquisa exploratória que tem por objetivo analisar a sensação da “experiência do flow” no comportamento do turista de aventura, no atrativo Eco Parque Cia de Aventura na cidade de Nova Roma do Sul. No referencial teórico são apresentadas as principais reflexões sobre Turismo e Psicologia por meio do constructo do “fluxo”, base teórica do trabalho. Foi realizada uma avaliação do tipo *survey*, com turistas após uma atividade de *rafting*. O conceito de fluxo foi avaliado por meio de uma pesquisa do tipo *survey*, em turistas que haviam participado de uma atividade de *rafting*. Os resultados apontam que os respondentes alcançaram um nível elevado de fluxo, especialmente na dimensão de análise denominada experiência autotélica. A pesquisa permitiu concluir que as experiências que misturam processos de reflexão com atividades desafiadoras promovem maior compreensão do *self* e, conseqüentemente, são geradoras de *flow*.

PALAVRAS-CHAVE: *flow*. Turismo de aventura. *Rafting*. Motivação. Brasil.

ABSTRACT

The present study is an exploratory research that analyzes the sensation of “flow experience” in the behavior of adventure tourists at the Eco Parque Cia de Aventura in the Brazilian town of Nova Roma do

Sul. The theoretical background presents the main topics related to the concept of flow in the fields of tourism and psychology. The concept of flow was assessed through a survey of tourists who had participated in a rafting activity. The results indicate that the respondents reach high levels of flow, especially in the dimension of analysis known as autotelic experience. The research concluded that experiences that combine reflection with challenging activities promote greater self understanding and consequently, are generators of flow.

KEYWORDS: Flow. Adventure tourism. Rafting. Motivation. Brazil.

RESUMEN

El presente estudio es una investigación exploratoria cuyo objetivo es analizar la sensación de la "experiencia del flow" en el comportamiento del turista de aventura en la atracción Eco Parque Cia de Aventura, en la ciudad de Nova Roma do Sul. Como referente teórico se presentan las principales reflexiones sobre Turismo y Psicología por medio del constructo del "flujo", base teórica del trabajo. Fue realizada una evaluación de tipo survey con turistas después de una actividad de rafting. El concepto de flujo fue evaluado por medio de una investigación de tipo survey en turistas que habían participado en una actividad de rafting. Los resultados señalan que los respondientes alcanzaron un nivel elevado de flujo, especialmente en la dimensión de análisis denominada experiencia autotélica. La investigación permitió concluir que las experiencias que mezclan procesos de reflexión con actividades desafiantes promueven mayor comprensión del self y, en consecuencia, son generadoras de flow.

PALABRAS CLAVE: Flow. Turismo de aventura. Rafting. Motivación. Brasil.

1. INTRODUÇÃO

A sociedade humana, outrora tão sedentária, pôs-se em movimento. Atualmente, a mobilidade frenética tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais. Aproveitam-se todas as oportunidades para viajar e fugir do cotidiano com a maior frequência possível (KRIPPENDORF, 2001).

A necessidade de se ter hábitos saudáveis de vida tem sido divulgada na sociedade como forma de combater os danos causados à saúde pela forma de vida urbana atual.

As pessoas precisam vivenciar prazeres particularmente distintos, que envolvam diferentes sentidos, ou que se situem em uma escala diferente daquela com que se depararam em sua vida cotidiana. "Hoje, a mobilidade tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais. Aproveitam-se todas as oportunidades para viajar e fugir do cotidiano com a maior frequência possível" (KRIPPENDORF, 2001, p. 13).

Os benefícios ou as recompensas de uma viagem podem ser considerados como satisfações ligadas às motivações dos turistas para viajar. A ruptura desse cotidiano com práticas corporais e as mudanças de ambiente permitem ao homem vivenciar uma sensação de liberdade e de agradável regeneração das forças despendidas pelo estresse da vida diária.

Atualmente, tem aumentado o interesse por temas relacionados ao ambiente e às práticas esportivas de lazer associadas à aventura e ao risco calculado. Devido a isso, surgiram empresas especializadas em turismo que adotam a paisagem como representante da natureza e como cenário para ações humanas, permitindo novos modelos para desfrutar esse panorama (COSTA, 2000, p. 128). O turismo de aventura é baseado, portanto, na natureza e ligado a regiões naturais. Esses espaços também proporcionam um bom cenário para atividades contemplativas e de desenvolvimento pessoal.

Neste trabalho, conforme estudo realizado por Goeldner (2002), será utilizada a abordagem teórica humanística de Csikszentmihalyi (1999). Segundo este autor, os motivos que estão relacionados às experiências turísticas são de experiência limite, o estado do *flow*.

Neste estudo, foi pesquisada a sensação da “experiência do fluxo” do turista de aventura, na prática do *rafting* no Eco Parque Cia Aventura em Nova Roma do Sul (RS), no qual foi abordada a aventura do tipo não-física e por meio da ótica das emoções positivas. Para Swarbrooke (2003), a grande maioria dos trabalhos acerca do turismo de aventura aborda o tema enfocando a aventura do tipo físico. Samulski (2002) complementa ao falar que os estudos nessa área enfocam mais a questão das emoções negativas, como o medo e a agressão, em vez das emoções positivas como alegria, ânimo e satisfação.

Assim sendo, relacionar o estudo deste conceito com a prática do *rafting* permite entender as motivações que o turista tem ao praticar essa atividade e a natureza da experiência proporcionada por esse consumo.

O conceito teórico a ser estudado baseou-se na abordagem do psicólogo húngaro Mihaly Csikszentmihalyi (1999), que cunhou o termo “fluxo” em meados da década de 70. Trata-se de um conceito que designa o estado de absorção total na ação praticada: esquecidos de nós mesmos e sem necessidade de qualquer incentivo externo, sentimos satisfação com o que estamos fazendo, seja um trabalho estimulante, um jogo ou apenas o nosso próprio movimento. No que se refere ao turismo de aventura, os motivos que estão relacionados ao *rafting* são de experiências-limite, nas quais as pessoas podem atingir a experiência do fluxo, uma vez que estão envolvidas em atividades que exigem forte participação. Esse estado gera uma sensação de felicidade que é por muito tempo saboreada na memória.

2. TURISMO E MOBILIDADE

Bauman (2001) afirma que, na atualidade, todos estão vivendo em movimento. Porém essa mobilidade geográfica, muitas vezes, pode ser considerada um fator de diferenciação social, pois nem todos têm direito a ela. De acordo com Urry (1996), a sociedade moderna está em constante movimento, com essa afirmação, o autor enfatiza a importância da mobilidade para a sociedade contemporânea. Nesse sentido, o autor procura entender porque as pessoas acreditam que as viagens são necessárias, desejáveis e seguras.

Além disso, o turismo é um fator socioeconômico que aumenta e aperfeiçoa a mobilidade humana. A sociedade que outrora só mudava de casa, passa a praticar o turismo de massa (BENI, 2001).

O produto turístico tem uma distinção básica do produto tradicional. “O produto turístico não é um bem móvel. O que vai ao consumidor é uma representação imaginária do que o produto pode proporcionar: lugares agradáveis, estruturas e serviços” (VAZ, 1999, p. 51). Desta forma, para consumir o produto, o consumidor é que se desloca até o destino escolhido. No produto tradicional, o processo é o inverso, por exemplo, você pode testar um automóvel antes de usar.

Outra característica do turismo é de que seus serviços não podem ser proporcionados em qualquer lugar. “Tem de ser produzido e consumido em lugares muito particulares. Se determinado lugar não transmite significado cultural apropriado, a qualidade do serviço específico poderá muito bem ficar comprometida” (URRY, 1996, p. 64). É o que o autor denomina de “fixidez espacial”.

A mobilidade amplia e enriquece a maneira de pensar e agir das pessoas. Segundo Beni (2001), uma das formas mais importantes de mobilidade é o turismo. O homem pós-moderno sente necessidade de sair do seu cotidiano e viajar. É a oportunidade que ele tem de estar próximo da natureza, encontrar outras pessoas e a si mesmo. Para o autor, os dois fenômenos, turismo e mobilidade, têm uma relação direta e se influenciam mutuamente. A viagem, para Labate (2000), não é vista apenas como uma atividade de lazer ou de ruptura com o cotidiano, mas como uma experiência de conhecimento do outro e de si mesmo. “A necessidade de viajar é criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano. As pessoas viajam porque não se sentem mais à vontade onde se encontram, seja nos locais de trabalho, seja onde moram” (KRIPPENDORF, 2001, p. 14). E segundo o autor, o que forneceu aos membros da sociedade realizar tal evasão é o dinheiro, sob a forma de salários mais elevados e, o tempo, graças a uma carga horária cada vez mais reduzida. De Masi (2000) também utiliza a mesma estrutura conceitual.

Barretto (2003) nos alerta que, principalmente entre os leigos, o turismo é visto como uma “indústria de viagens e prazer”, porém o turismo é mais complexo do que um comércio ou negócio, que é uma visão econômica.

Devido a sua complexidade, o turismo é um amálgama de fenômenos e relacionamentos. [...] Esses relacionamentos acontecem do movimento de pessoas e sua estada nos destinos. Portanto, há no turismo um elemento dinâmico – a viagem e um elemento estático – a estada. (BURKAT; MEDLIK, 1974, p. 39).

A definição de turismo, que coincide com o conceito de turismo entendido pelos sujeitos da pesquisa, é a definição elaborada por De La Torre, pois aborda a questão da mobilidade, da motivação e do lazer:

Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE, 1992, p.19).

Os sociólogos, segundo Krippendorf (2001), comprovaram que o ser humano que consegue mudar de ambiente e desligar-se do anterior desenvolve, após experimentar a fugacidade do turismo, a necessidade de voltar à estabilidade benéfica do dia a dia. Ele viaja para perceber que as coisas não são tão ruins em casa, e que talvez sejam até melhores do que em qualquer outro lugar. Ele viaja para voltar. Urry (1996) também concorda ao afirmar que os períodos de residência em outros lugares são breves e temporários. Existe uma clara intenção de voltar para casa.

3. MOTIVAÇÃO

As motivações que levam as pessoas a viajar refletem suas necessidades intrínsecas que os impulsionam a buscar experiências de férias que lhes tragam satisfação. A motivação no turismo pode ter muitas classificações. Para Barretto (2003), as mais comuns são: descanso, lazer, cura, desportivo, gastronômico, religioso e de eventos.

Para Krippendorf (2001), as viagens são realizadas para encontrarmos compensação para tudo o que nos falta no cotidiano e também para procurar um pouco de felicidade. Para Vaz (1999), que compartilha desta ideia, a mudança de ambiente é o benefício mais característico do turismo, uma motivação que mais se acentua à medida que o ambiente cotidiano, principalmente das grandes cidades, torna-se mais opressivo. E, segundo Krippendorf (2001), para encontrarmos uma compensação para tudo que nos falta no cotidiano, viajamos, desejamos libertar-nos da dependência social, desligar-nos e refazer as energias, desfrutar da independência e da livre disposição do próprio ser, conhecer pessoas, descansar, viver a liberdade e procurar um pouco de felicidade.

E é neste sentido que se percebe que a descoberta *in loco* dos espaços continuará fascinando as pessoas. Essa necessidade psicológica é chamada de "fator Ulisses". Como observa (ANDERSON, 1970 *apud* BENI p. 250): "o fator Ulisses não é só uma necessidade física, como também uma necessidade intelectual. Ler e ouvir não são o bastante. Deve-se ir aos locais para vê-los com os próprios olhos e investigá-los por conta própria". O que sustenta e sustentará o turismo é "o desejo de viajar, de deixar o local da vida cotidiana, a vontade de sentir o cheiro de outras localidades, de ver o sol nascer e se pôr com nuanças diversas daquelas que são do dia-a-dia do ser, cidadão" (PIRES, 1983, p. 36).

Muitos autores formularam suas abordagens a respeito da motivação, o que levou a uma diversidade de abordagens em turismo. Neste estudo, será considerada abordagem de motivação realizada por McIntosh, Goeldner e Ritchie (2001 *apud* COOPER, p. 66). São elas:

a) motivadores físicos: são aqueles relacionados ao relaxamento do corpo e da mente, à questão de saúde, aos esportes e ao prazer;

b) motivadores culturais: são aqueles identificados pelo desejo de ver e conhecer outras culturas, como estilo de vida, música, arte, folclore, etc.;

c) motivadores interpessoais: este grupo inclui o desejo de conhecer novas pessoas, visitar parentes ou amigos e buscar experiências novas e diferentes;

d) motivadores de *status* e prestígio: incluem um desejo de continuação da educação (ou seja, desenvolvimento pessoal, satisfação do ego e satisfação dos sentidos).

A hierarquia das necessidades de Maslow, segundo Cooper (2001), é provavelmente a teoria da motivação mais conhecida, talvez por sua simplicidade e atração intuitiva. “Os valores humanistas de Maslow parecem tê-lo levado a criar um modelo na qual a auto-realização é valorizada como sendo um nível que o homem deve aspirar” (COOPER, 2001, p. 64). O autor afirma que Maslow acreditava que as pessoas criam cinco planos básicos na vida: satisfazer às necessidades de sobrevivência, de proteção, de relacionamento, de autoestima e de autorrealização.

Segundo Cooper (2001), os autores que escreveram sobre turismo, ao tratar da motivação, utilizaram muito as teorias de Maslow. Simplesmente porque ele ofereceu um conjunto conveniente de embalagens que podem ser facilmente rotulados. E para o autor, o conceito de motivação se resume a três dimensões:

a) a ideia de viagem está relacionada à necessidade, que se manifesta em termos de desejos, e a força da motivação para a ação;

b) a motivação é baseada em aspectos sociológicos ou psicológicos, de normas, atitudes e percepções;

c) a imagem da destinação, criada por meio dos canais de comunicação irá influenciar a motivação.

Goeldner (2002) afirma que, para a análise da motivação da viagem ser útil, ela deve ser contextualizada. Embora uma lista de motivos da psicologia e da história/literatura de viagem forneça uma compreensão das motivações de viagem, só faz sentido em um contexto particular, isto é, quando as pessoas estão descrevendo por que elas poderiam buscar certas experiências. No processo individual de tomada de decisão, os fatores que influenciam a demanda turística estão diretamente ligados ao comportamento do turista. Não existem dois indivíduos iguais. Na tomada da decisão em sair e viajar, o que o influenciará serão as diferentes motivações e percepções em relação ao destino desejado.

Para Cooper (2001), os turistas podem ser caracterizados em diferentes tipologias ou papéis que exercitam a motivação como uma força energizante, vinculada às necessidades pessoais. “Nenhuma classificação é exclusiva ou conclusiva. Sempre os modelos poderão ser aperfeiçoados de acordo com a realidade do país a ser pesquisado”. (BARRETTO, 2003, p. 29). Isso porque os padrões do comportamento do turista estão em constante mudança, surge um turista mais crítico, que demanda férias com diferentes sensações, com um significado mais original e atraente (BURLAMAQUI; GARCIA, 2007).

Neste trabalho, foi pesquisada a sensação da experiência do fluxo do turista de aventura, mais especificamente da atividade do *rafting*, que por ser praticada dentro da água, possibilita ao turista entrar em contato com a natureza, assim como representa uma experiência recreacional. Em um estudo realizado por Amend *et al.* (2002), os dois fatores mais importantes encontrados em uma análise do mercado ecoturístico foram: a superação dos próprios limites e o patrimônio natural do local.

Swarbrooke (2003) afirma que o turista de aventura, como em qualquer tipologia de turista, não se encaixa em um conjunto rigidamente definido de características de personalidade e é considerado heterogêneo em relação às atividades de aventura. Krippendorf (2001) afirma que o turista de aventura tem apetite por emoções eletrizantes. E é nesse cenário que a modalidade de turismo de aventura vem crescendo a cada dia, tanto em atividades individuais ou em grupo, como no caso do *rafting*.

4. A EXPERIÊNCIA DO FLUXO

Para explicar o estado de “experiências máximas”, ou aquelas horas que as pessoas relatam sentimento de contentamento, concentração e envolvimento profundo, o psicólogo Csikszentmihalyi (1992) desenvolveu na década de 70, na Universidade de Chicago, o Método de Amostragem de Experiência (*Experience Sampling Method – ESM*). O SEM usa um *pager* ou relógio programável para avisar as pessoas durante o dia a preencherem duas páginas em um livreto que carregam consigo.

Em outra obra, Csikszentmihalyi (1999), pergunta: o que torna a vida útil e digna de ser vivida? Viver, para o autor, significa: “experimentar – por meios de atos, sentimentos, pensamentos. [...]”

Com o passar dos anos o conteúdo da experiência determinará a qualidade de vida. Uma das decisões mais essenciais que qualquer um de nós pode fazer é sobre como nosso tempo será investido” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 17). Segundo ele, existem oportunidades suficientes para a iniciativa pessoal e a escolha para fazer uma diferença real.

Para Csikszentmihalyi (1999), as atividades que realizamos durante o dia podem ser divididas em três atividades principais: a) produtivas: trabalhar e estudar; b) manutenção: manter nosso corpo (comendo, descansando, higiene) e realizando serviços domésticos; c) tempo livre ou lazer. E é no lazer que as atividades incluem as experiências mais prazerosas do dia. Podem ser considerados dois tipos de lazer, primeiro “o lazer passivo, que inclui o consumo de mídia e o repouso, embora seja uma atividade motivadora e razoavelmente feliz, envolve pouco foco mental e raramente produz fluxo” e segundo “o lazer ativo, é outra fonte de experiências extremamente positivas. Quando as pessoas têm um hobby, se exercitam, tendem a ser mais felizes, motivadas, concentradas e entram mais vezes em fluxo” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 44). O autor afirma que assistir à TV toma a maior quantidade de energia psíquica de todos os atos de lazer. Nada do que a sociedade atual fez até agora é tão passivo e tão viciante. Os enredos e as personagens dos programas populares são tão repetitivos, que, embora assistir à TV exija o processamento de imagens visuais, requer muito pouco, no que diz respeito à memória e ao raciocínio.

Segundo Csikszentmihalyi (1999), as atividades realizadas durante o dia refletem o tipo de vida que levamos. Porém o mais importante é o modo de como as vivenciamos. As emoções são os elementos mais subjetivos da consciência, afinal, somente a pessoa pode dizer que sente o amor, a vergonha, a gratidão ou a felicidade. “As emoções compartilham de uma dualidade básica: elas são positivas e atraentes ou negativas e repulsivas. É devido a esta característica simples que as emoções nos ajudam a escolher o que é bom para nós” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 26). A felicidade é um exemplo de emoção positiva, porém a qualidade de vida não depende da felicidade, mas sim o que cada pessoa faz para ser feliz. “A felicidade não é algo que acontece, não é resultado da boa sorte ou do acaso, não é algo que o dinheiro possa comprar ou que o poder possa controlar. [...] A felicidade, é um estado que precisa se preparado, cultivado e defendido por todos nós” (CSIKSZENTMIHALYI, 1992, p. 14).

Quando decidimos prestar atenção a uma determinada tarefa, estabelecemos uma meta para nós mesmos. “O tempo que despendemos com nossas metas e o grau de intensidade com que as mantemos depende da motivação. [...] Aprender a administrar as próprias metas, é um passo importante para alcançar a excelência na vida cotidiana” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 31). Nesse sentido, o autor afirma que são raros os diferentes conteúdos das experiências vivenciadas em nosso cotidiano. Por exemplo, posso apreciar um drinque com os amigos depois do trabalho, mas me sinto culpado por não ir para casa e ficar junto da minha família, e zangado comigo mesmo por desperdiçar tempo e dinheiro. Os desejos, as intenções e os pensamentos conflitantes se esbarram na nossa consciência e temos dificuldades de colocá-los em ordem. É aquela sensação que se tem quando se está realizando determinada tarefa, pensando numa segunda ou terceira atividade.

Porém Csikszentmihalyi (1999) afirma que ao contrário, quando as atividades estão repletas de experiências, e essas experiências estão em harmonia umas com as outras, os melhores momentos costumam ocorrer, pois nossa mente e nosso corpo estão empenhados em realizar algo difícil e que vale a pena. Num primeiro momento, o autor denominou este estado de *experiências do fluir*¹, já em outra obra o mesmo conceito passou a ser chamado de *experiências de fluxo*, ou somente *fluxo*, e exemplifica:

Imagine que você está esquiando por um declive e toda a sua atenção está focalizada nos movimentos do seu corpo, na posição dos esquis, no ar assoviando pelo seu rosto e nas árvores cobertas de neve passando a sua volta. Não há espaço na sua consciência para conflitos ou contradições; você sabe que um pensamento ou emoção que o distraia pode fazer com que você acabe com a cara enterrada na neve. E quem quer se distrair? A descida é tão perfeita que tudo que você quer é que ela dure para sempre, para que possa mergulhar completamente na experiência. (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 35).

1 Experiência do fluir: chamado assim porque é um termo usado por muitas pessoas que entrevistamos para descrever o que sentem quando em sua melhor forma: “Era como flutuar”, “Eu fluía junto com a coisa” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 67).

Palavras de um alpinista: Quando você está escalando não tem consciência das outras situações problemáticas da vida. A escalada se torna um mundo em si mesmo, dotado de significação própria. É uma coisa de concentração [...] o fascínio de escalar uma rocha é a escalada, você chega ao topo, contente por ter chegado, mas, na realidade desejando que a subida continuasse para sempre. (CSIKSZENTMIHALYI, 1992, p. 86, p.92).

Csikszentmihalyi (1999) afirma que o fluxo é um estado no qual as pessoas estão envolvidas em determinada atividade que nada mais parece ter importância. Ocorre uma exigência total de energia psíquica, as pessoas permanecem totalmente concentradas. Não há espaço para pensamentos que distraiam nem para sentimentos incoerentes. O senso de tempo é distorcido e as horas parecem passar como minutos. O ser de uma pessoa é levado ao funcionamento total do corpo e da mente, harmonizando as energias físicas e psíquicas.

Csikszentmihalyi (1999), por meio de suas pesquisas, atribuiu nove dimensões para a experiência do fluxo. São elas:

- a) equilíbrio desafio-habilidade: refere-se à harmonia entre habilidades e desafios percebidos em uma situação particular;
- b) fusão da ação e da consciência: a participação profunda conduz à automaticidade e à espontaneidade;
- c) objetivos claros: dá à pessoa em estado de *flow* um forte senso de sentido na atividade;
- d) *feedback* imediato: ocorre uma resposta imediata que estará sucedendo seu objetivo;
- e) concentração total na tarefa: não ocorrem distrações;
- f) paradoxo do controle: refere-se ao sentido de exercitar o controle sem ativamente estar no controle;
- g) perda do ego: ocorre quando o autointeresse desaparece e a pessoa se transforma em parte da atividade;
- h) transformação do tempo: perda de consciência do tempo;
- i) experiência autotélica: a experiência é recompensadora por si só, ela envolve um sentido de apreciação profunda.

O autor explica que o fluxo não gera, necessariamente, felicidade: para experimentar a felicidade, precisamos focalizar o que se passa em nosso interior. Porém é possível ser feliz sem experimentar o fluxo. Podemos nos sentir feliz experimentando o lazer passivo de descansar sob a calorosa luz do sol. Neste caso, é preciso que haja circunstâncias externas favoráveis para que seja lembrado como um momento feliz. Em contrapartida, a felicidade que segue o momento do fluxo leva a uma complexidade e a um crescimento cada vez maior na consciência.

Csikszentmihalyi (1992), em seus estudos, verificou que as pessoas experimentavam o fluxo em vários momentos da vida cotidiana, seja em casa realizando atividades domésticas, no trabalho e até mesmo dirigindo um carro. Depois de alguns anos após a sua primeira publicação, a teoria do fluxo passou a ser aplicada em questões práticas, como treinamento de executivos e modelos de produtos e serviços de lazer. Neste estudo será considerado somente o fluxo experimentado nas atividades de lazer, mais especificamente no turismo de aventura.

Sobre este entendimento holístico, no qual o conceito de fluxo integra aspectos físicos, psicológicos sociais e espirituais, cabe destacar o trabalho de Westgate (1996) sobre as quatro dimensões do bem-estar espiritual: (i) vida com significado; (ii) transcendência, (ii) valores intrínsecos; e (iv) comunidade de valores compartilhados e de suporte.

Esta noção de que o bem-estar é uma percepção relevante no campo do turismo proporciona uma análise da experiência do ponto de vista subjetivo e integrativo, à medida que o bem-estar espiritual amplifica e potencializa o bem estar individual (REIS, 2007).

5. O TURISMO DE AVENTURA E O FLUXO

Para Swarbrooke (2003), o principal fator que distingue o turismo e a aventura de todas as outras formas de turismo é o nível de planejamento e de preparação. Embora estas sejam características presentes em outras formas de turismo, no contexto de turismo de aventura elas são essenciais.

Para tanto, utilizaremos neste trabalho a seguinte definição de turismo de aventura: "Turismo de aventura é caracterizado pela capacidade de fornecer ao turista níveis relativamente elevados de estímulo sensorial, geralmente propiciado pela inclusão de componentes fisicamente desafiadores na atividade do turista" (MULLER e CLEAVER, 2000 *apud* SWARBROOKE, 2003, *et al.*, p. 28).

Swarbrooke (2003) dedica uma seção do capítulo três de sua obra para falar sobre a relevância do fluxo para o turista de aventura. Desejado por muitas pessoas que praticam atividades de turismo de aventura, o fluxo é uma sensação que se intensifica ao longo de sua duração. "As pessoas podem atingir o "fluxo" se estiverem envolvidas em atividades que demandem forte participação, tais como mergulho, *mountain biking*, caiaque marítimo e outros esportes de aventura" (SWARBROOKE, 2003, *et al.*, p. 81). E, segundo o autor, o processo de fluxo leva à experiência de pico (PRITCHARD, *apud* SWARBROOKE, 2003, *et al.*, p. 59). Descreve a sensação de experiência de pico de um alpinista ao final de uma escalada:

Aquele momento entre a sensação de estar a beira da exaustão e o término da escalada é o momento que os alpinistas buscam. Aquele momento quando o pulso começa a acelerar e o prazer se instala, e então se diminui o passo na tentativa de fazer aquela sensação perdurar para sempre. Aquele é o momento.

Swarbrooke (2003), ao citar Csikszentmihalyi, descreve sete passos para alcançar o fluxo, citando a escalada como exemplo:

- a) A atividade requer habilidade e desafio. As experiências derivam de atividades dirigidas a objetivos, como escalar uma montanha;
- b) Imersão total na atividade. A pessoa se torna completamente absorvida pela tarefa de liderar a escalada;
- c) Ações dirigidas ao cumprimento de uma meta. A principal meta da pessoa é escalar de forma competente até o fim do percurso sem cair, descansar ou se desviar do caminho;
- d) Melhor concentração. A pessoa se encontra tão imersa na tarefa de liderar a escalada em si, que apaga todas as partes desagradáveis da sua vida;
- e) O fluxo subentende controle. Um escalador, cujas habilidades estejam devidamente em equilíbrio com o nível de desafio, será capaz de exercer o controle durante todo o percurso;
- f) Sensação de transcendentalismo. A pessoa sente uma comunhão com o ambiente imediatamente à sua volta e uma perda de consciência de si mesma;
- g) Transformação do tempo. Aparentemente, a sensação de tempo da pessoa que lidera uma escalada pode estar completamente fora de sincronismo com a real passagem do tempo. Uma explicação para isto é o alto grau de concentração demandada pela atividade.

Por meio dessas dimensões o indivíduo sente o *flow*, permitindo, desta maneira, que ele se sinta mais integrado com seu *self*. Nesse estado, ele se encontra em profunda concentração e sua consciência está organizada de forma harmônica. Para Csikszentmihalyi (1999), o *flow* é importante porque torna o momento presente mais agradável e também porque cria a autoconfiança que nos permite desenvolver nossas capacidades.

6. MÉTODO DE PESQUISA

Este trabalho se caracteriza por ser um estudo exploratório com abordagem quantitativa. Utilizou-se o questionário com escala Likert de 5 pontos (sendo 1= "discordo totalmente" a 5= "concordo totalmente") como técnica investigativa para levantamento de dados. A pesquisa exploratória, de acordo com Gil (2002), tem como objetivo proporcionar uma visão geral sobre o assunto que está sendo pesquisado.

Conforme Hair *et al.* (2005), para coletar os dados, é necessário fazer várias escalas numéricas. Para validar esse conceito, geralmente é utilizada uma *survey*. A *survey* baseia-se em um determinado número de questões apresentadas por escrito às pessoas com o objetivo de conhecer opiniões, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.

A *survey* utilizada nessa pesquisa é conhecida como Escala de Estado de *Flow* (*Flow State Scale*). Originou-se da análise realizada por Jacson e Marsh (1996) das questões relacionadas às nove dimensões do estado de *flow*: 1) equilíbrio desafio-habilidade; 2) fusão da ação e da consciência; 3) objetivos claros; 4) *feedback* imediato; 5) concentração total na tarefa; 6) paradoxo do controle; 7) perda do ego; 8) transformação do tempo; e 9) experiência autotélica. O questionário descreve o que o turista de aventura pode apresentar na prática do *rafting*. Assim, o objetivo desse estudo consiste em verificar a intensidade da presença do estado de *flow* nos 12 participantes da atividade de aventura realizada, o *rafting*.

Foram analisadas doze pessoas que praticaram a atividade de *rafting*, alunos do curso de turismo de uma faculdade de Caxias do Sul. O local escolhido para essa prática foi o Eco Parque Cia. Aventura, na Cidade de Nova Roma do Sul (RS), na data de 29 de novembro/2009. Os questionários foram entregues aos participantes por uma das pesquisadoras, após a realização da atividade. Para essa análise, foi utilizado o *software* Microsoft Excel 2003, para determinar o desempenho das nove dimensões avaliadas no questionário (equilíbrio, desafio-habilidade, fusão da ação e da consciência, objetivos claros, *feedback* imediato, concentração total na tarefa, paradoxo do controle, perda do ego, transformação do tempo e experiência autotélica) e o grau de discordância entre os respondentes (a partir dos desvios-padrão). Os resultados são apresentados a seguir.

7. RESULTADOS

A primeira versão para avaliar o estado de *flow* foi criada por Jacson e Marsh (1996) a partir das nove dimensões de *flow* de Csikszentmihalyi (1990) denominada de *Flow State Scale* (FSS). Cada dimensão foi avaliada no questionário por quatro questões, atingindo um total de 36 questões, distribuídas de acordo com a Figura 1. A origem das questões apoia-se nas pesquisas feitas desse fenômeno, tanto no esporte como em outras áreas. A validação desse instrumento deu-se a partir da análise qualitativa das entrevistas realizadas com atletas, assim como a análise quantitativa.

Tabela 1 – Relação das dimensões do *flow* com as questões da FSS2

	Dimensão	Questões
1	Equilíbrio desafio-habilidade	1, 10, 19, 28
2	Fusão da ação e da consciência	2, 11, 20, 29
3	Objetivos claros	3, 12, 21, 30
4	<i>Feedback</i> imediato	4, 13, 22, 31
5	Concentração total na tarefa	5, 14, 23, 32
6	Paradoxo do controle	6, 15, 24, 33
7	Perda do ego	7, 16, 25, 34
8	Transformação do tempo	8, 17, 26, 35
9	Experiência autotélica	9, 18, 27, 36

Fonte: Adaptado de Torres (2006).

Após utilizarem as escalas em alguns estudos, (JACSON; KIMIECIK; FORD; MARSH, 1998; JACSON; THOMAS; MARSH; SMETHURST, 2001), foram alteradas cinco das questões originais para melhorar a escala de medição (4, 7, 24, 26, e 35). A partir dessa mudança, a escala passou a ser denominada de Escala de Estado de Fluxo 2 (*Flow State Scale 2 – FSS2*).

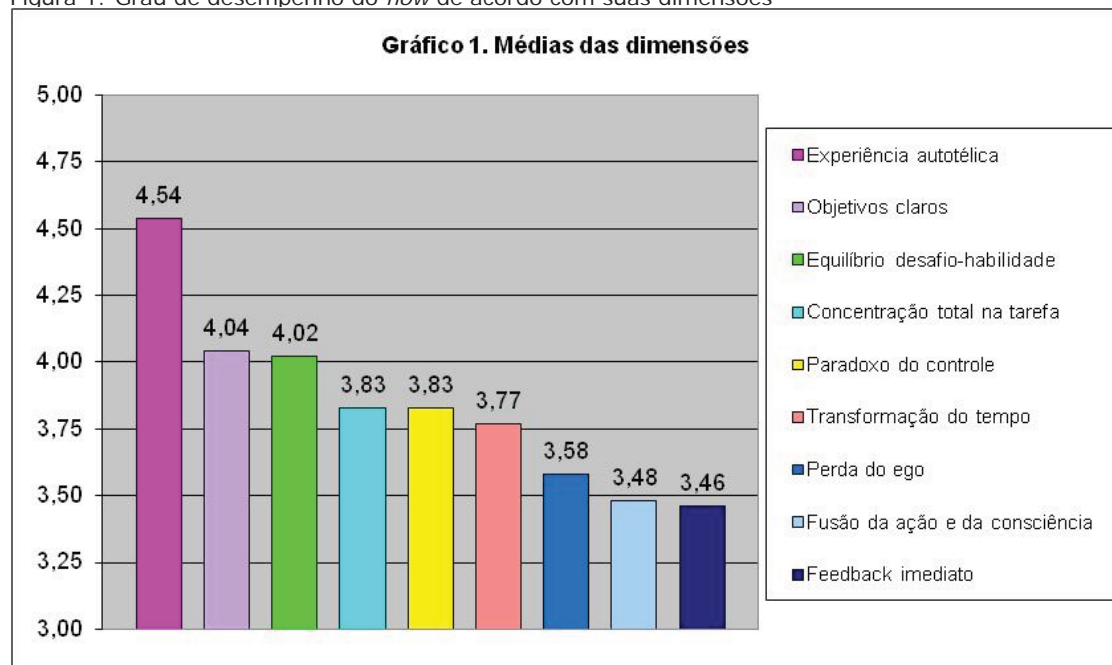
Tabela 2 – Resultados das dimensões de *flow*

Dimensões	Média	Desvio-padrão
1. Equilíbrio desafio-habilidade	4,02	0,86
2. Fusão da ação e da consciência	3,48	0,14
3. Objetivos claros	4,04	0,17
4. <i>Feedback</i> imediato	3,46	0,40
5. Concentração total na tarefa	3,83	0,09
6. Paradoxo do controle	3,83	0,30
7. Perda do ego	3,58	0,39
8. Transformação do tempo	3,77	0,28
9. Experiência autotética	4,54	0,13

Fonte: Presente estudo.

A Tabela 1 apresenta a média, assim como o desvio-padrão da análise do total da amostra. A média significa o grau de desempenho de determinada dimensão do fluxo. E o desvio-padrão refere-se ao grau de concordância da amostra em relação às dimensões.

Para analisar a média de acordo com as dimensões do fluxo, a Figura 2 apresenta todas as dimensões do *flow*. De modo geral, observou-se que os indivíduos experimentaram intensidades significativas do estado de *flow*, uma vez que todas as dimensões apresentaram resultados acima de 03 pontos.

Figura 1: Grau de desempenho do *flow* de acordo com suas dimensões

Fonte: Presente estudo.

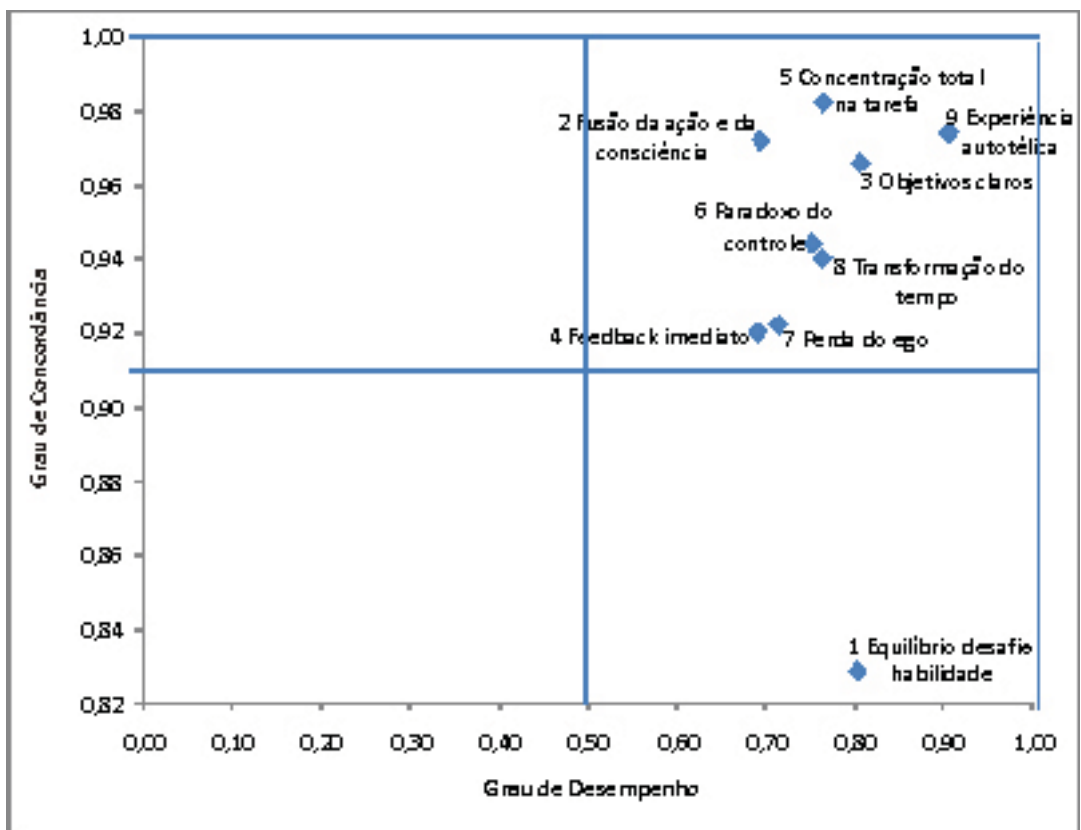
Na Figura 01, os resultados apresentam um alto grau de desempenho com relação às dimensões do fluxo, com destaque para a dimensão **Experiência autotética**, que atingiu o maior desempenho (média de 4,54, que equivale a 90,8%), comprovando que, ao realizar o *rafting*, os indivíduos sentiram uma sensação de recompensa. Uma experiência autotética é diferente do que geralmente sentimos

no dia a dia. Muitas das coisas que fazemos, geralmente, não têm um valor em si mesma, pois as realizamos por necessidade ou benefícios futuros (CSIKSZENTMIHALYI, 1992). A dimensão menos expressiva foi o "feedback imediato", que alcançou uma média de (69,2%). Na experiência do fluir, há a possibilidade de se conhecer o quão bem se está desempenhando a atividade. O tipo de retorno é pouco importante, pois o que faz a diferença é a certeza de que os objetivos foram atingidos. Esse conhecimento cria ordem na consciência e possibilita um avanço (CSIKSZENTMIHALYI, 1992).

Neste sentido, cabe destacar que resultados semelhantes foram apontados por pesquisadores como Reis (2007) e Stigliano e Cesar (2002). A experiência que mistura processos de reflexão (como a experiência autotélica) com atividades desafiadoras, como as que exigem um considerável esforço físico (como o *rafting* neste estudo, ou a jornada do caminho de Santiago de Compostela, no caso de Reis (2007)), promovem, de modo geral, uma melhor compreensão do *self*, além de proporcionar experiências de renovação e aprendizado. Já Stigliano e Cesar (2002), que pesquisaram o Turismo de Aventura e o seu significado, ressaltaram que a natureza, nesse caso, é elemento ideal tanto para a prática de esportes como para a contemplação. As atividades esportivas realizadas em ambientes naturais podem propiciar o alcance de dois objetivos: autoconhecimento e busca de liberdade. Sensações essas também encontradas na dimensão autotélica da teoria do *flow*.

No entanto o grau de percepção da profundidade desta experiência pode não ser consenso dentro do grupo. E isso é um aspecto relevante, ainda mais se considerarmos que a percepção do aprendizado ou da renovação alcançada depende, em grande medida, da percepção que o "outro" tem a respeito do meu próprio desempenho (o que é muito significativo em atividades cujo desempenho depende do grupo, como no caso do *rafting*). Dessa forma, buscou-se analisar o grau de concordância e discordância dos respondentes em relação às dimensões estudadas (Figura 2).

Figura 2: Grau de concordância de acordo com o grau de desempenho



Fonte: Presente estudo.

Na Figura 2, que está demonstrado o grau de desempenho, é possível notar que a dimensão 01, **Equilíbrio desafio-habilidade**, apresentou o menor grau de concordância. As respostas dos

indivíduos nessa questão foram as mais divergentes. Catley e Duda (1997), ao investigarem a intensidade e a frequência do fluxo em jogadores de golfe, encontraram que, em termos de desafio, o golfe apresenta um nível de desafio considerável, o que acaba por exigir das habilidades de quem o pratica, refletindo assim, em momentos de envolvimento, concentração e fluxo.

O fato de não ser consenso a questão do equilíbrio desafio-habilidade pode evidenciar algo semelhante ao que foi encontrado por Dantas (2008), a compreensão das atribuições dos sentidos da aventura e do risco vivenciados pelos turistas ora por valores de aceleração, competitividade e racionalização; ora por sentimentos de hedonismo, criatividade e sensibilidade. Partindo de uma concepção dialética, é possível expandir os resultados desta pesquisa em desdobramentos de estudos futuros que contemplem, dentro de uma abordagem qualitativa, o grau de aprofundamento das dimensões experienciadas pelos participantes da pesquisa.

Já em relação às demais dimensões, houve um consenso nas respostas, o que parece indicar que a busca pela aventura (ou melhor, turismo de aventura) passa por certo grau de racionalismo ("objetivos claros"; "concentração"; "controle"; "feedback imediato"), mas também por autoconhecimento ("experiência autotélica; "perda do ego"; fusão da ação e da consciência"; "transformação do tempo"). É possível perceber a dialética proporcionada pela experiência: da liberdade à necessidade de controle; do tempo aparentemente infinito ao objetivo claro e previamente definido.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido à amplitude do tema proposto, a análise desse estudo apresenta algumas reflexões sobre a sensação do *flow* na atividade do *rafting*. É possível perceber que as sensações sentidas pelos indivíduos que realizaram a atividade estão presentes nas dimensões do *flow* apresentadas por Csikszentmihalyi (1993). Quanto às consequências de se vivenciar o *flow*, o autor afirma que há várias razões que justificam o valor positivo desta vivência. Talvez o mais importante e o mais óbvio sejam que a qualidade de vida depende disso. Segundo o autor, as pessoas ficam mais felizes após terem tido a oportunidade de vivenciar o *flow*.

Ao praticar uma atividade de aventura, o turista, por vezes, sente medo diante do inesperado. E essa alegria de transpor um obstáculo, ou olhar para o desconhecido, é sentida no momento dessa prática, em que a experiência vivida é capaz de levar o indivíduo a sentir a sensação de fluxo.

As variações encontradas nas dimensões do *flow* na análise da amostra nos levam a crer que, em muitas respostas, a subjetividade de cada um dos indivíduos que realizou o *rafting* se faz presente, não permitindo assim a generalização do conceito.

O desenvolvimento de novas abordagens relacionadas à experiência do *flow*, investigada em situações como a prática da atividade de aventura, por exemplo, pode contribuir para a compreensão da experiência vivida no campo do turismo. Como proposta de pesquisas futuras, pretende-se ampliar o estudo e projetar uma nova pesquisa, de natureza qualitativa, que busque detalhar as dimensões do *flow* e, além disso, identificar a possível existência de novas dimensões do conceito. Outra possibilidade a ser explorada é desenhar um projeto transdisciplinar que integre, por exemplo, o campo do turismo, da psicologia e da saúde geral, por meio de um estudo que relacione as atividades desempenhadas como "turismo de aventura" e o papel destas na prevenção e no tratamento de doenças psicológicas, como depressão, fobias, drogadição, entre outras (campo da psicologia e da saúde como um todo).

Aliado a isso, estes estudos poderão contribuir também para a construção de um conhecimento que valorize a subjetividade e amplie os horizontes rumo à compreensão dos pressupostos levantados por Mihaly Csikszentmihalyi, quanto à vivência de momentos de grande significado pessoal.

REFERÊNCIAS

AMEND, M.; SILVA, J. C. G. L.; NIEFER, I. A.; MARTINS, G. A utilização da análise fatorial para a determinação das características do mercado ecoturístico. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 4, n. 10, p. 27-41, 2002.

- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas: SP – Papirus, 2003. (Coleção Turismo)
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BENI, Mario C. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.
- BURKAT, A.J.; MEDLIK, S. **Tourism: Past, present and future**. Londres: Heinemann, 1974.
- BURLAMACHI, P. F.; GARCIA, K. Destinos de ecoturismo no Rio Grande do Sul: atributos e motivações de escolha. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 9, n. 1, p. 55-68, 2007.
- CATLEY, D.; DUDA, J. L. (1997). Psychological antecedents of the frequency and intensity of flow in golfers. **International Journal of Sport Psychology**, 28 (4): 309-22.
- COOPER, Chris; FLETCHER, John, WANHILL, Stephen. GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo, princípios e prática**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- COSTA, Vera L de M. **Esporte de aventura e risco na montanha: um mergulho no imaginário**. São Paulo: Manole, 2000.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **A descoberta do fluxo a psicologia do envolvimento com a vida cotidiana**. Tradução Pedro Ribeiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **A psicologia da felicidade**. Tradução Denise M. Bolanho. São Paulo: Saraiva. 1992.
- DANTAS, L. M. R. **A dialética da aventura e do risco na prática do rafting: entre a reprodução e a criação da existência humana no turismo de aventura**. Dissertação de mestrado. Dissertação (Mestrado em Turismo). Balneário Camburiú: Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, 2008.
- DE LA TORRE, Oscar. **El turismo, fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GOELDNER, Charles R., RITCHIE, J.R.Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Tradução Roberto C. Costa. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- HAIR, JR. J.F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- JACSON, S. A. Assessing flow in physical activity: The flow scale-2 and Dispositional Flow Scale-2. **Journal of Sport & Exercise Psychology**, v. 24, p.133-150, 2002.
- JACSON, S. A. Development and validation of a scale to measure optimal experience: the flow state scale. **Journal of Sport & Exercise Psychology**, v. 18, p 17-35, 2002.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Tradução Contexto Traduções. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2001. Turismo.
- LABATE, Beatriz B. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. (Orgs). Campinas, SP: Papirus, 2000 (Coleção Turismo).
- PEARCE, Philip L. Motivações para viagens de lazer. In: GOELDNER, Charles R., RITCHIE, J.R.Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Tradução Roberto C. Costa. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- REIS, G. G. Bem estar espiritual e turismo: análise de relatos de peregrinos do caminho de Santiago de Compostela. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 9, n. 2, p. 233-248, 2007.
- SAMULSKI, Dietmar. **Psicologia do Esporte**. Barueri – SP: Manole, 2002.

SANTOS, Agatha. Construção social da pessoa no turismo. In **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. JR BANDUCCI, Álvaro; BARRETTO, Margarita (Orgs). 2. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2000. (Coleção Turismo)

STIGLIANO, B., V.; CÉSAR, P. A. B. Turismo de aventura: a busca de seu significado através da análise qualitativa de praticantes. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 5, n. 11, p. 41-50, 2002.

SWARBROOKE, John [*et al.*] **Turismo de aventura: conceitos e estudos de caso**. Tradução Marise P. Toledo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TORRES, M. R. L. **Características y Relaciones de "Flow", ansiedad y estado emocional com el rendimiento deportivo em deportistas de elite**. Tesi Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, 2006.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

UVINHA, Ricardo R. **Turismo de aventura: reflexões e tendências**. UVINHA, Ricardo (Orgs). São Paulo: Aleph, 2005. (Série Turismo) IN: Tendência para o turismo de aventura no cenário nacional.

VAZ, Gil N. **Marketing turístico receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 1999.

WESTGATE, C. E. Spiritual Wellness and depression. **Journal of Counseling and Development**, v. 75, p. 26-35, 1996.