

Publicado no Brasil pela Editora Senac São Paulo no ano de 2001, o livro ganha sua versão para o português por meio da tradução cuidadosa realizada por Anna Maria Capovilla, Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado.

Os artigos são divididos em seis grandes eixos temáticos, que salientam os pontos de vista de destacados educadores e profissionais que se dedicam a disciplinas como antropologia, economia, ciência do meio ambiente, geografia, marketing, ciências políticas, psicologia, administração pública, sociologia e planejamento urbano. Antecedendo cada uma das partes encontramos um texto introdutório que abarca, de maneira sucinta, o conteúdo que será abordado em cada artigo.

A primeira parte, denominada *Esclarecimento e Propósito: questões de compreensão*, abrange quatro artigos: *Significado, âmbito e dimensão do turismo* – William F. Theobald; *O que são viagens e turismo: constituem de fato um setor?* – Thomas Lea Davidson; *“Não há empreendimento como os empreendimentos de outrora”: o turismo, a indústria da nostalgia do futuro* – Graham M. S. Dann; e *O turismo e a paz mundial* – Turgut Var e John Ap.

A segunda parte, *Resultados e Resíduos: a questão dos impactos*, apresenta cinco trabalhos: *Os impactos positivos e negativos do turismo* – Brian Archer e Chris Cooper; *Contato direto: os efeitos do turismo nas sociedades do passado e nas atuais* – Edmund Swinglehurst; *A difícil relação entre o turismo e a população nativa: a experiência da Austrália* – David Mercer; *A relação entre residentes e turistas: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão* – Philip L. Pearce; e *Turismo alternativo: uma análise comparativa do seu significado e do impacto por ele causado* – Donald Macleod.

Sob o título *Mudança de Direção: questões de planejamento e de desenvolvimento*, a terceira parte contém mais cinco textos. São eles: *Turismo e desenvolvimento sustentado* – Peter E. Murphy; *Oportunidades para o turismo ecológico nos países em desenvolvimento* – Donald E. Hawkins e Maryam M. Kahn; *Empreendimentos privados no terceiro mundo: empresas de turismo em pequena escala* – Valene L. Smith; *Desenvolvimento do turismo: as perspectivas na América Latina* – Regina G. Schlüter; e *Questões de gerenciamento da capacidade de carga turística* – Peter W. Williams e Alison Gill.

A quarta parte, sob o título *Lugares e Produtos: questões de marketing e de consumidor*, abarca os trabalhos: *Por que a preservação do destino tem sentido econômico* – Stanley C. Plog; *Estilos de viagem* – Gordon D. Taylor; *Análise do comportamento do turista com tipologias de estilo de vida e de férias* – Josef Mazanec, Andréas H. Zins e Sara Dolnicar; *Desenvolvimento de abordagens estratégicas ao marketing de destino turístico: a experiência da Austrália* – Bill Faulkner; e *Produtos homogêneos: futuro das estâncias turísticas estabelecidas* – Michael Morgan.

A quinta parte, *Burocracia e Procedimento: problemas geopolíticos e políticos*, baseia-se nos artigos: *O papel dos incentivos governamentais* – Stephen Wanhill; *Selecionando instrumentos de política para o turismo sustentado* – Bill Bramwell; *A abertura dos antigos países comunistas da Europa para o turismo receptivo* – Stephen F. Witt; e *Explorando o papel político do gênero na pesquisa de turismo* – Linda K. Richter.

Por último, temos *Pessoas, Lugares, Coisas: saídas alternativas*, enfocando mais quatro temas: *O evento turístico e o dilema da autenticidade* – Donald Getz; *A sinergia entre compras e turismo* – Myriam Jansen-Verbeke; *A globalização e os problemas educacionais do turismo emergente* – Frank M. Go; e *A ajuda, o governo e os estudos de turismo em países menos desenvolvidos: o caminho da confusão para a cooperação em Fiji* – David Harrison.

Os artigos, apesar de priorizarem assuntos específicos relacionados ao turismo em determinadas regiões do mundo, proporcionam, em conjunto, uma visão global deste fenômeno enquanto objeto de estudo, fazendo jus ao título atribuído. Segundo Luiz Gonzaga Godoi Trigo¹, “o valor do livro está em sua visão ampla e global; na diversidade dos autores; na seriedade e profundidade das pesquisas apresentadas; na possibilidade de o leitor brasileiro ter contato com o modo como algumas questões turísticas relevantes e atuais são tratadas ao redor do mundo; e, finalmente, para enriquecer as nossas possibilidades de pesquisa acadêmica ou empresarial”.

Reunindo as reflexões contemporâneas de pesquisadores renomados sobre os efeitos do turismo na sociedade, cada artigo explora as questões, os pressupostos e os valores da atividade turística de maneira clara e bem articulada, rompendo, muitas vezes, com os paradigmas mais conservadores existentes na área. Dentre os artigos mais proeminentes, destacam-se os seguintes: *O Que são Viagens e Turismo: constituem de fato um setor?*; *Turismo e Desenvolvimento Sustentado*; *Desenvolvimento do Turismo: as perspectivas da América Latina*; *Questões de Gerenciamento da Capacidade de Carga Turística* e *Por Que a Preservação do Destino Tem Sentido Econômico*.

Não obstante, sua leitura é imprescindível aos estudantes, pesquisadores e docentes brasileiros interessados no estudo do turismo em sua acepção multidisciplinar contemporânea.

Cristina Marques Gomes



MOLINA, Sergio. 2003

O Pós-Turismo

São Paulo: Aleph. 136 p.

Neste texto inovador, Molina desenvolve um novo modelo para o estudo da evolução do turismo, que implica um novo paradigma, ou seja, um modelo que utiliza novos valores, metodologias e técnicas. Para o autor, este modelo decorre das grandes transformações na sociedade nas últimas décadas, que modificaram a estrutura e o funcionamento

1. Bacharel em Turismo, licenciado em Filosofia e doutor em Educação pela Unicamp. Gerente do centro de educação em Turismo e Hotelaria do Senac-SP, professor titular da PUC-Campinas, professor convidado da Univali-SC e autor de diversos livros.

do turismo, a partir do ponto de vista da administração. Dessa forma, ele analisa, em cinco capítulos, as diferentes fases do turismo, divididas em categorias de acordo com seus conceitos e práticas diferenciados, enfatizando as características, forças e comportamentos atuais e futuros.

O primeiro capítulo retrata as etapas do desenvolvimento do turismo que, segundo o autor, são: pré-turismo, turismo industrial, turismo pós-industrial e pós-turismo. A fase do pré-turismo, marcada pelas viagens do *Grand Tour*, caracteriza-se por ofertas de produtos e empresas com pouca utilização de tecnologia, inexistência de sistemas administrativos e de capacitação profissional.

Para ele, a fase do turismo industrial é dividida em primitivo e maduro. O turismo industrial primitivo, que se inicia no século XIX e se estende à II Guerra Mundial, é marcado pela existência de estrutura organizacional elementar e pouca diversificação dos serviços oferecidos. Thomas Cook é o símbolo deste período. Já o turismo industrial maduro se desenvolve a partir da década de 1950, mostrando seu grande crescimento nas décadas posteriores, e funcionando como indústria. Nesta fase o turismo se converte em fenômeno de deslocamento massivo, gerando grandes conseqüências sociais, políticas, culturais, econômicas e ambientais.

No turismo pós-industrial, que começa nos anos 80, surgem novas tendências e instalam-se novos requisitos competitivos: a diferenciação dos produtos e serviços, a alta segmentação de mercado, o início da personalização dos serviços e a preocupação com as questões ecológicas.

O pós-turismo constitui uma categoria histórica emergente, na qual a informação e a tecnologia são utilizadas de forma intensiva, gerando produtos competitivos com capacidade crescente de inserção no mercado. Os produtos pós-turísticos, então, têm mais valor agregado e, por isso, seu posicionamento estratégico é diferenciado. Para fundamentar essa idéia, o autor analisa as mudanças qualitativas ocorridas no século XX, bem como o novo mercado turístico, que se instala no início do século XXI, e as forças condicionantes do mesmo. As especificidades das empresas pós-turísticas, como valorização do capital humano, desenvolvimento de novos produtos e serviços e comprometimento com meio ambiente e cultura, também são abordadas neste capítulo.

No capítulo 2, o autor aprofunda as discussões sobre o pós-turismo, como suas forças geradoras, as chaves e os acessos a novas realidades, o código do pós-turismo e suas características fundamentais, dentre as quais se destacam: pouco contato com moradores locais, contato com cenários naturais, readaptados por meio da tecnologia, determinação do destino pós-turístico em função de outros determinantes, além de recursos naturais e culturais disponíveis. Portanto, o pós-turismo nasce em países com maior grau de desenvolvimento socioeconômico, com excedente de capital financeiro, além de recursos humanos qualificados.

No capítulo 3, há o enfoque de as empresas pós-turísticas, caracterizando suas tecnologias, estratégias, funções, alianças e fusões. Enfim, trata das novas configurações das organizações pós-turísticas e seu novo papel. Neste contexto, o autor analisa a experiência da Walt Disney e de Las Vegas, tidos como casos bem-sucedidos e representativos do pós-turismo.

No capítulo 4, Molina faz uma revisão dos papéis institucionais e sociais no pós-turismo, incluindo a necessidade de adaptação ao novo paradigma, sua importância no

mercado, suas funções de promoção, formação e capacitação, além de listar as competências básicas e diferenciais dessas organizações.

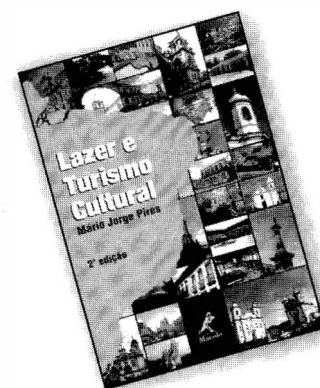
No capítulo 5, ele discute as características dos mercados, destacando tendência de mudanças contínuas e suas implicações, a necessidade do planejamento, de acordo com cenários prospectivos, instrumentando ações para compreender sua lógica emergente, diminuir riscos e beneficiar-se de suas tendências. Interessante também é sua abordagem sobre as novas formas de segmentar mercados e sua análise do consumidor pós-moderno, que é regido por influências como a representação, o espetáculo e o símbolo, justificando a tendência de tematização de hotéis, restaurantes, destinos, parques, eventos, etc.

Para Molina, o pós-turismo se desenvolve a partir da interpretação das tendências da demanda, e, principalmente, assumindo que o consumo no turismo é aquisição algo simbólico-concreto, suportado por recursos tecnológicos e materiais de alta qualidade e eficiência. Então, o pós-turismo compreende uma cultura em si, com seu próprio discurso e práxis e contribui para que as cidades, atualmente centros de turismo industrial, tornem-se “ludópolis”, ou seja, centros lúdicos de entretenimento e lazer,

Além de inovadora, a grande contribuição dessa obra foi agregar tendências globais de diversas áreas como gestão, marketing, recursos humanos e adaptá-las ao turismo, visando desenhar o futuro dessa atividade. O autor se baseia numa seqüência lógica de fatos, preocupando-se em contemplar o pós-turismo nas esferas pública e privada.

Porém, comprovada sua existência, esse pós-turismo parece uma realidade bastante distante dos países em desenvolvimento, onde ainda se deseja o turismo básico, já que a grande maioria nunca teve acesso ao turismo massivo, característico do turismo industrial.

Marta Poggi e Borges



PIRES, Mário Jorge. 2001
Lazer e turismo cultural
São Paulo: Manole. 130 p.

Este livro representa a síntese de 15 anos de pesquisas e reflexões de Mário Jorge Pires sobre os múltiplos aspectos que abrangem a temática do lazer e do turismo cultural. O autor é coordenador do Curso de Graduação de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), membro do Comtur — Conselho Municipal de Turismo, articulista de Cadernos de Turismo na grande imprensa e professor dou-