

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

A sociedade humana, mais sedentária em tempos remotos, hoje, está em movimento. Uma mobilidade frenética, associada, em grande parte, às oportunidades mais frequentes de viajar e fugir do cotidiano, toma conta da maioria dos habitantes das nações industriais. Saídas em finais de semana, em feriados prolongados e longas viagens nas férias promovem a vivência de experiências muitas vezes inéditas, além de propiciar o contato com pessoas diferentes.

Jost Krippendorf. *Sociologia do Turismo*.  
São Paulo: ALEPH, 2001, p.14 (com adaptações).

Considerando o texto acima e aspectos a ele relacionados, julgue os itens a seguir.

- 51 Não só os profissionais do turismo, mas também os turistas devem conhecer o significado de sinais e gestos típicos de determinadas culturas, para que se evitem mal-entendidos.
- 52 Estresse, esgotamento físico e psíquico, e tédio são sintomas acumulados na vida cotidiana para os quais a viagem turística é considerada uma espécie de antídoto, pois, em geral, constitui um momento para a desconexão dessa realidade específica e para a recomposição das energias.
- 53 O contato dos turistas com as sociedades das localidades receptoras gera trocas culturais, que podem acontecer de diversas formas e este pode gerar mudanças na maneira de ser tanto dos turistas quanto das comunidades locais.
- 54 Entre os estudos e pesquisas em sociologia que têm como objeto de investigação o turista, destacam-se os de Eric Cohen, autor de uma tipologia muito utilizada por estudiosos do turismo na América Latina segundo a qual os turistas dividem-se em duas categorias: os peregrinos modernos e os buscadores de prazer.
- 55 Com participação importante na geração do fluxo de turismo internacional, o denominado turismo cultural caracteriza-se pelo movimento de pessoas que, por motivações culturais, buscam obter conhecimento de diferentes formas, por exemplo, participando de festivais e eventos culturais ou visitando sítios arqueológicos e museus. Excluem-se, contudo, as viagens de peregrinação dessa modalidade de turismo.

O recém-elaborado Sistema de Classificação de Meios de Hospedagem, resultado de uma parceria entre o Ministério do Turismo, o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO), a Sociedade Brasileira de Metrologia e a sociedade civil, constitui instrumento oficial de divulgação de informações claras e objetivas sobre hospedagem, que tanto auxilia os turistas quanto torna mais justa a concorrência entre os meios de hospedagem brasileiros.

Considerando o texto acima, julgue os próximos itens, a respeito de hotelaria.

- 56 A opção comercial de hospedagem designada “Cama e Café”, que se caracteriza pela prestação de serviço de café da manhã somente, pode ser oferecida em residências que disponham de, no máximo, três unidades habitacionais destinadas a uso turístico.
- 57 Podem compor a área operacional de hospedagem de um hotel os setores de recepção, portaria social, auditoria noturna, reservas, governança e segurança.
- 58 Nos processos de avaliação para a manutenção da classificação de um meio de hospedagem na categoria quatro ou cinco estrelas, a visita de um “cliente oculto” ao local constitui um dos expedientes utilizados para verificar se os serviços oferecidos 24 horas pelo estabelecimento estão, de fato, disponíveis durante todo esse período.
- 59 Conforme disposto no Sistema de Classificação de Meios de Hospedagem, os requisitos aos quais um meio de hospedagem deve atender dividem-se em mandatórios e eletivos. Cinquenta por cento dos requisitos eletivos correspondentes à categoria a que pertence o meio de hospedagem devem ser, necessariamente, atendidos por ele.
- 60 A estrutura física de um meio de hospedagem, juntamente com a prestação de bons serviços de atendimento, tem papel importante na satisfação das exigências de hospitalidade dos usuários do estabelecimento — turistas ou visitantes.

O transporte tornou-se elemento essencial na composição do produto turístico por dois principais motivos: é o meio que permite alcançar o destino e se locomover nele. À medida que o transporte integre também o lazer, a viagem em si se tornará tão importante quanto os produtos e serviços disponíveis no local de destino.

Cris Cooper. *Turismo, princípios e prática*.  
Porto Alegre: Bookman, 2001 (com adaptações).

Tendo o texto acima como motivador e com relação a sistemas de transporte, julgue os itens que se seguem.

- 61 Conforme disposto na Lei Geral do Turismo, é obrigatório o cadastramento dos prestadores de serviços turísticos, em especial os de serviços de transporte aéreo, no Ministério do Turismo.
- 62 Ao passarem a operar no mercado brasileiro, as companhias aéreas de baixo custo conquistaram boa parte da demanda de passageiros, tanto das empresas aéreas tradicionais quanto das empresas de transporte rodoviário interestadual, o que fez aumentar a competitividade no setor de transportes.
- 63 Cabe à ANTT autorizar o transporte rodoviário de passageiros realizado por empresas de turismo com a finalidade de turismo.
- 64 Os serviços de transportes incluídos em um pacote turístico podem ter suas características individuais alteradas pela operadora responsável pela organização dos serviços.
- 65 A Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) tem a missão de garantir aos usuários adequada prestação dos serviços de transporte terrestre e exploração de infraestrutura rodoviária e ferroviária outorgada.

Julgue os próximos itens, referentes a museologia.

- 66 O museu a céu aberto, experiência recente na realidade brasileira, ao se tornar lugar de lazer passa a fazer parte dos produtos e serviços relacionados ao turismo, no qual a dimensão cultural e patrimonial é valorizada por meio da visitação a monumentos, casas, igrejas e sítios arqueológicos.
- 67 No Brasil, a visitação informal a sítios arqueológicos com a finalidade de turismo tem contribuído para a preservação desses espaços, não havendo registros de impactos ou danos a esses locais decorrentes dessa modalidade de visitação.
- 68 Os museus, por conservarem conjuntos e coleções de valor histórico, artístico ou de qualquer outra natureza cultural são espaços que em muito contribuem ao incentivo do turismo cultural.

Conforme orientação da Organização Mundial do Turismo, o turista deve respeitar as tradições e as práticas sociais e culturais do lugar que visita, atitude que lhe proporcionará uma experiência transformadora, e mais respeito e acolhimento da parte das populações locais.

Guia Prático do Turista e Viajante Responsável.  
Internet: <www.unwto.org> (com adaptações).

Considerando o texto acima e os aspectos a ele relacionados, julgue os itens a seguir.

- 69 A influência da cultura industrializada, especialmente da que é propagada pelos veículos de comunicação de massa, contribui para a manutenção da cultura tradicional e popular, de que se beneficia a atividade turística.
- 70 Atividades relacionadas à cultura popular como a culinária e a música são experiências que não contribuem para a intensificação do turismo cultural tanto quanto a visita a um monumento.
- 71 Uma das grandes contribuições para o turismo capixaba foi o registro do ofício das paneleiras de goiabeiras, uma prática artesanal de confecção de panelas de barro, como patrimônio imaterial na categoria denominada formas de expressão.
- 72 Os habitantes de regiões turísticas devem ter consciência do valor da cultura tradicional e popular, ainda que não existam recomendações institucionais explícitas para a sua conservação.
- 73 Segundo o Código de Ética Mundial para o Turismo, a atividade turística em cada país deve garantir a sobrevivência e o progresso da produção cultural e artesanal tradicional do local.

As agências de viagens constituem canais de distribuição de serviços turísticos de uma localidade, atuando, portanto, na intermediação entre a oferta desses serviços e a demanda dos usuários finais, os turistas.

Agência de viagem. In: Marília Gomes dos Reis Ansarah (Org.).  
São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001, p.40 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência inicial e a respeito de agências de viagem, julgue os itens seguintes.

- 74 A operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, do Brasil para o exterior, é privativa das empresas classificadas como agências de viagens.
- 75 Em contratos elaborados por agências de turismo, é desnecessário informar as empresas e os empreendimentos prestadores de serviços no Brasil incluídos no pacote de viagem.
- 76 Para que esteja habilitada a prestar serviços, uma agência de turismo deve atender a requisitos de registro e funcionamento que permitam classificá-la nas categorias agência de viagens e turismo e agência de viagens.

Em turismo, a ciência estatística propicia a extração de informações que facilitam a tomada de decisões no processo de planejamento turístico, por exemplo. Com relação à estatística aplicada ao turismo, julgue os itens seguintes.

- 77 Entre os fatores que dificultam a aplicação de modelos estatísticos ao turismo, destacam-se a quantidade considerável de variáveis do fenômeno turístico, como as relativas à demanda e à oferta, e a existência de dados somente sobre as pequenas localidades.
- 78 A conta satélite de turismo, instrumento estatístico para a mensuração de bens e serviços associados ao setor, destina-se a suprir a carência de informações sobre o papel crescente do turismo nas economias nacionais do mundo.
- 79 A tomada de conhecimento de dados turísticos confiáveis interessa somente ao setor governamental, responsável pelo planejamento do turismo na esfera federal, na estadual e na municipal.

Criar um produto turístico não é apenas acrescentar hospedagem, transporte e alimentação a um atrativo, mas também desenvolver uma imagem associada a esse produto, a partir da criação de uma identidade e da adoção de um posicionamento adequado ao perfil do público que se deseja atingir.

Internet: <www.turismo.gov.br> (com adaptações).

Tendo como referência inicial o texto acima e com relação à publicidade de turismo, julgue os itens subsequentes.

- 80 O uso da rede mundial de computadores na promoção e comercialização de produto ou serviço turístico facilita a aproximação de fornecedores, distribuidores e clientes.
- 81 O uso dos espaços publicitários oferecidos em revistas de turismo impressas ou eletrônicas de ampla circulação contribui para a comunicação em grande escala tornando a marca, o serviço ou o produto amplamente conhecido.
- 82 A mala direta, um dos meios utilizados para a divulgação de produtos turísticos, destina-se exclusivamente à imprensa escrita e eletrônica.

Acerca de técnicas de relações públicas e eventos em turismo, julgue os seguintes itens.

- 83 Entre as ações de relações públicas necessárias à divulgação de um evento de turismo, destaca-se a criação de uma situação de interesse jornalístico, o que requer a compra de espaços para a sua divulgação em qualquer tipo de meio de comunicação.
- 84 A organização de eventos é uma das estratégias utilizadas no desenvolvimento do turismo em uma cidade ou região, especialmente nos períodos de baixa temporada, quando é necessário reverter os efeitos da ociosidade da oferta de produtos e serviços.
- 85 As técnicas de relações públicas são indicadas apenas para as empresas de turismo que buscam melhor administrar o seu relacionamento com o público usuário externo.

O turismo, um campo de estudo abrangente, complexo e pluricausal, é o resultado dos somatórios de recursos culturais, sociais, econômicos e naturais do meio ambiente e consiste em um eficiente meio de promover a difusão de informação sobre determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais.

Mario Carlos Beni. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC, 2001 (com adaptações).

Com base na definição acima, julgue os itens a seguir, relativos à conceituação e à organização do turismo.

- 86 O modelo de gestão pública centralizada, embora participativa, concebido pelo PNT e implementado pelo Ministério do Turismo, como base na sua atuação, é responsável pela integração das diversas instâncias da gestão pública e da iniciativa privada.
- 87 O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo e inferior a um ano, com diversas finalidades, tais como lazer e negócios.
- 88 As agências de turismo são empresas de serviços que formatam, operam e comercializam os pacotes turísticos, formados por transporte, alojamentos e serviços adicionais oferecidos ao consumidor.
- 89 A Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO), com sede em Madrid, é uma agência especializada das Nações Unidas e um fórum global para o debate de questões relacionadas à política de turismo, composto por membros efetivos e membros afiliados, que representam associações do setor, instituições de educação e empresas.
- 90 O Plano Nacional do Turismo (PNT) dos anos de 2007 a 2010, comparado aos planos anteriores, avançou em relação à perspectiva de expansão e fortalecimento do mercado interno, em especial, à ênfase que atribuiu à função social do turismo, traduzindo as contribuições do turismo ao Programa de Aceleração do Crescimento dos anos de 2007 e 2010, alinhado às suas respectivas ações.

Segundo Ander-Egg, pesquisa é um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento. Com base nessa definição, julgue itens que se seguem, referentes à metodologia de pesquisa em turismo.

- 91 No estudo do turismo, estabelece-se grande interação com as diversas disciplinas das áreas de ciências humanas e sociais, em detrimento das áreas de ciências exatas e naturais, que são secundarizadas.
- 92 As pesquisas aplicadas em turismo, mesmo as realizadas sem rigor metodológico, são utilizadas no âmbito acadêmico, bem como em empresas de consultoria, órgãos governamentais e organizações do terceiro setor.
- 93 Com o aumento de estudos e pesquisas sobre o turismo enquanto área de conhecimento, a descrição de fenômenos perdeu relativa importância no estabelecimento das relações causais entre variáveis do turismo.

A análise estrutural do turismo pressupõe a realização de observação metódica e sistêmica do campo da sua abrangência. Com relação à dimensão dinâmica do turismo e à sua análise estrutural, julgue os itens seguintes.

- 94 De acordo com o pensamento sistêmico, os elementos básicos presentes no conceito de atividade turística, que devem ser considerados conjuntamente, correspondem a demanda, oferta, espaço geográfico e operadores de mercado.
- 95 O turismo pode ser compreendido como um sistema aberto justamente porque promove trocas de energia com os demais componentes que se encontram no macrossistema.
- 96 A segmentação turística encontra-se fora do sistema de turismo, visto que faz parte de uma estratégia de *marketing*, situando-se, nessa forma, no campo da administração.
- 97 No SISTUR, o processo de controle de rendimento é realizado por meio do subsistema da superestrutura, que, em essência, consiste no instrumento de administração do sistema global.
- 98 O conjunto referente à organização estrutural do turismo, que compõe o SISTUR, é formado pelos subsistemas do mercado, da oferta, da produção, da distribuição, da demanda e do consumo.
- 99 O sistema de turismo apresenta inúmeras inter-relações entre seus componentes, o que impede seu relacionamento com o ambiente externo.

O turismo, multidisciplinar por excelência, envolve diversas áreas do saber, que produzem conhecimentos teóricos e técnicos. Entre esses conhecimentos, destacam-se os conteúdos referentes ao patrimônio histórico e natural e às disciplinas de geografia, história e cultura. Considerando essas informações, julgue os itens subsecutivos, referentes a turismo, meio ambiente e patrimônio cultural.

- 100 A busca por desenvolvimento sustentável tem o fim primeiro de assegurar o crescimento econômico ao longo do tempo e para as futuras gerações.
- 101 Define-se turismo cultural como uma prática turística cujo principal objetivo é promover a divulgação de monumentos e de sítios históricos e artísticos e contribuir para sua manutenção e proteção, por meio da geração de benefícios sócio-culturais e econômicos à população local.
- 102 O patrimônio histórico e arquitetônico, assumido pelo poder público como objeto de políticas públicas voltadas ao solucionamento de problemas sociais, atende satisfatoriamente aos interesses da indústria turística.

Em relação aos fundamentos geográficos do turismo, julgue os itens subsequentes.

- 103 Entre as contribuições do turismo para o território, destaca-se a implementação de nova dinâmica, que, em geral, altera a configuração do espaço físico, melhorando-o, mediante a estruturação de atrativos e serviços turísticos.
- 104 O desenvolvimento territorial a partir do incremento da atividade turística defronta-se com diversas dificuldades, tais como as de caráter geopolítico. Um atrativo turístico situado em regiões administrativas distintas, por exemplo, pode evidenciar o descompasso entre as regiões, em relação à oferta de infraestrutura adequada, caso o turismo não seja prioridade de política pública em alguma das regiões administrativas.

João, gestor público da área de turismo, deve elaborar parecer fundamentado em princípios de desenvolvimento sustentável posicionando-se quanto à instalação, no litoral de um estado brasileiro, de um grande *resort* internacional, privado, que disporá de estrutura de turismo, hospedagem, lazer e entretenimento.

Considerando a situação hipotética acima, julgue os itens a seguir.

- 105 Ao elaborar seu parecer, João deve considerar o número de empregos que serão gerados para a comunidade local com a instalação do *resort* bem como a faixa de renda dos moradores beneficiados com as ofertas de emprego.
- 106 João deve ter conhecimento das divisas geradas pelo empreendimento que serão enviadas ao exterior.
- 107 João deve analisar o plano de *marketing* do investimento para elaborar o parecer.
- 108 Para a elaboração do parecer, João deve ter conhecimento da rentabilidade estimada do empreendimento e do prazo de retorno do investimento.

Com relação à legislação sobre o turismo, julgue os próximos itens.

- 109 Entre as destinações previstas para os recursos do fundo geral do turismo (FUNGETUR), inclui-se o financiamento de planos, projetos, ações e empreendimentos que priorizem as regiões de menor desenvolvimento socioeconômico.
- 110 A Secretaria de Estado do Turismo (SETUR) tem por finalidade planejar, coordenar, fomentar e fiscalizar o desenvolvimento do turismo, objetivando a melhoria da qualidade de vida das comunidades, a geração de emprego e renda e a divulgação em nível estadual, nacional e internacional do potencial turístico do estado do Espírito Santo.

O *marketing* turístico corresponde à promoção da adaptação, de forma sistemática e coordenada, da política das empresas privadas e estatais de turismo às necessidades de determinados grupos de consumidores.

K. Krippendorff. *Content analysis*. Beverly Hills: Sage, 1980 (tradução livre).

Com base no texto acima, julgue os próximos itens, a respeito de *marketing* turístico.

- 111 A Empresa Brasileira de Turismo, autarquia do Ministério do Turismo, é responsável pela execução da política nacional de turismo no que se refere a promoção, *marketing* e apoio à comercialização de destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado nacional e no internacional.
- 112 Embora o turismo constitua atividade econômica do setor terciário, os seus produtos não são tangíveis nem podem ser estocados e gerenciados.
- 113 Em face das mudanças estruturais em um mercado altamente competitivo e dinâmico, as pequenas e médias empresas do setor hoteleiro devem incluir em seu planejamento de *marketing* a utilização de linhas de financiamento para a ampliação de instalações, a fim de, a longo prazo, poderem competir em igualdade de condições com as grandes redes de hotelaria.
- 114 A segmentação do mercado turístico, que consiste no agrupamento de consumidores com comportamentos de compra semelhantes, tem como objetivo maximizar os resultados positivos das estratégias de *marketing* desenvolvidas.
- 115 As ações estratégicas a serem adotadas tanto pelas empresas turísticas quanto pelos gestores de localidade turística, com o intuito de atender às demandas do mercado consumidor, dizem respeito a produto, preço, diferenciação, segmentação, promoção, distribuição e sazonalidade.

A respeito do planejamento e da organização do turismo, julgue os itens a seguir.

- 116 De acordo com o programa de regionalização adotado no Brasil, concebido para que se mapeassem os municípios do país com potencial turístico, a gestão das políticas públicas de inclusão das comunidades locais desses municípios nas atividades turísticas está a cargo do governo federal.
- 117 O primeiro plano de desenvolvimento do turismo do estado do Espírito Santo, elaborado em 2003, orientou as ações da SETUR voltadas às atividades do turismo capixaba no período de 2004 a 2005, posteriormente estendido até o ano de 2025.
- 118 A atividade turística, embora considerada importante para o desenvolvimento sustentável do estado do Espírito Santo, não se inclui na agenda econômica e política desse estado, por ainda ser vista como residual ou simples consequência de fatos e fenômenos.
- 119 Conforme dispõe a atual legislação brasileira sobre turismo, cabe ao poder público atuar, mediante apoio técnico, logístico e financeiro, na consolidação do turismo como importante fator de desenvolvimento sustentável, de distribuição de renda, de geração de emprego e de conservação do patrimônio natural, cultural e turístico brasileiro.
- 120 As instâncias de governança macrorregionais, órgãos colegiados compostos por integrantes do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada que tratam de assuntos relacionados ao desenvolvimento do turismo em áreas de abrangência macrorregional, que ultrapassam os limites territoriais dos estados, propiciam o desenvolvimento compartilhado e integrado do setor de turismo.