

## **A POLÍTICA DE TURISMO NO CEARÁ E A CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**

Ireleno Porto Benevides\*

### **RESUMO:**

O desenvolvimento e a diversificação do turismo no Ceará assumem a feição de uma política pública, devido razões que socialmente justificam a ação governamental numa perspectiva estratégica e estruturante para criar condições de produção de territórios turísticos, apoiando-se em ações destinadas à segmentação econômica e à desconcentração espacial de seus produtos turísticos. O PRODETUR-CE e o PAT, caudatários das orientações do PRODETURIS, constituem dois programas operadores do planejamento de longo prazo da SETUR-CE, calcado numa concepção da produção social da atratividade turística. Tendo em vista que aqueles territórios impactados constituem frentes pioneiras da parcial modernização econômica e cultural, e considerando as especificidades sócio-culturais da população cearense, os padrões de qualidade exigidos pelos serviços turísticos sofrem constrangimentos, daí que esse trabalho produziu um quadro de referências visando subsidiar a compreensão de problemas, que devido àquelas especificidades, dificultam uma adequada qualificação das pessoas, necessária, contudo, aos níveis de excelência, requeridos para a consolidação do turismo no Ceará.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Capacitação; hospitalidade; planejamento; política pública; turistificação

### **ABSTRACT:**

The development and the diversification of tourism in the state of Ceará assume the feature of a public policy, due to reasons that justify, socially, a government action in a strategic and structuring perspective to create conditions to produce the touristic territories, ideally, considering the sustainability and depending on actions designated to the economic segmentation and to the spatial desconcentration of its touristic products. Prodetur-CE and several PATs, based on PRODETURIS' orientations are programs that operate the planning of long term in SETUR-CE, based on a conception of a social production of touristic attraction. Taking in consideration that those territories impactated are pioneer fronts of a partial economic and cultural modernization and considering the social and cultural specificities of the population of Ceará State, the patterns of quality required by touristic services suffer constraints; that's why this text produced a scene of references with the purpose of supporting the comprehension of problems that, due to those specificities, makes difficult an appropriate qualification of people, necessary to the levels of excellence required by the consolidation of tourism in Ceará State

### **KEY WORDS:**

Capacitating; hospitality; planning; public policy; touristification.

---

\* Poeta e professor da Universidade Federal do Ceará.

Doutorando em Geografia Humana na Universidade de São Paulo. E-mail: paulogon@globol.com.

## 1. Introdução

A viabilização do turismo no Ceará insere-se no contexto de políticas de desenvolvimento regional para o Nordeste. Este processo pode ser caracterizado por uma espécie de redescobrimto desta região como um dos locais privilegiados para a implantação de investimentos em turismo e hotelaria, bem como tem-se orientado pelas tendências decorrentes da globalização, que apontam para o crescimento do "setor de turismo"<sup>1</sup> na economia mundial e para a maior participação de áreas tropicais do planeta neste mercado, cuja segmentação crescente é alimentada pelas peculiaridades encontradas nessas áreas, em virtude de motivações e valores que alimentam a demanda turística, tais como o multiculturalismo e o ambientalismo.

Nesse processo, políticas públicas vêm assumindo decisiva participação, no papel tanto estratégico de planejamento a longo prazo, através de ações que orientem a organização e o desenvolvimento da atividade, bem como estruturante de investimentos diretos, principalmente em infraestrutura física, destinados à valorização de territórios considerados potencialmente turísticos. Isso leva a que no Nordeste o Estado tenha papel relevante na produção e na gestão de um padrão regional de turistificação, decorrente, em parte, da concepção do PRODETUR-NE (Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste).

Essa significativa participação na viabilização de atividades privadas, socialmente não essenciais, se justificaria pelas seguintes razões:

- o papel que o turismo tem como setor significativo e como vetor estruturante de refuncionalização da região litorânea, ou seja como fator de desenvolvimento regional;
- suas possibilidades de geração de emprego e renda, bem como seus chamados efeitos em cadeia, hipoteticamente estimuladores e dinamizadores do correlatas;
- as possibilidades de elevação de algumas condições materiais de vida das populações residentes nesses referidos territórios, em virtude da infraestrutura urbana, do saneamento e do sistema viário aí fixados, destinados a criar um ambiência favorável aos fluxos turísticos;

- as necessidades de administrar conflitos e resolver tensões entre espaço herdado e espaço projetado (SOJA, 1983), de modo a compatibilizar a manutenção da atratividade originária com os requisitos demandados para sua valorização de fato, ou seja, a produção de territórios turísticos, daí os princípios da sustentabilidade e da participação social, idealmente envolvendo as políticas públicas de turismo.

No Ceará, por uma ótica de política de desenvolvimento regional, o turismo tem assumido, nos vários planos de ação dos quatro últimos governos estaduais (1986-2002), a condição de um dos setores prioritários, pela sua atribuição como relevante para o desenvolvimento do Estado para a diversificação de sua base produtiva, bem como pela parcial modernização de algumas localidades do território cearense. Por conseguinte, nas diretrizes estratégicas de educação profissional do Estado do Ceará, definidas no Plano Estadual de Qualificação (PEQ/CE) – fundamentado na concepção do Plano Nacional de Qualificação do Trabalhador (PLANFOR) – conduzidas e coordenadas pela então Secretaria Estadual do Trabalho e Ação Social (SETAS-CE), o turismo tem-se constituído também como um dos setores alvo deste plano.

Ademais, diante das características da oferta de mão-de-obra local, a capacitação profissional – além da infraestrutura hoteleira e turística, do seu espaço complementar (SANCHEZ, 1991), referente à infra-estrutura física e aos serviços, e do marketing turístico – constitui o quarto requisito para o desenvolvimento e a consolidação do turismo, que, no Ceará, tem passado por significativos marcos de mudança em seu planejamento e gestão, conforme está panoramicamente apresentado neste trabalho no segmento 2, no qual procuramos elaborar um esboço de síntese interpretativa de que têm sido a política governamental de turismo no Ceará.

Como um programa público de qualificação profissional para o Ceará deve levar em conta as características qualitativas da população alvo, este trabalho apresenta no segmento 3 um quadro de referência que forneça elementos para preocupações mais amplas do que um mero aprendizado de tarefas. Uma maior acuidade sobre a natureza

dos serviços e das relações entre seus consumidores e seus produtores, em geral e turísticos em particular, em sociedades como a cearense, deve ser traduzida em orientações a respeito de conteúdos e formas de treinamento, voltados para superar profundos entraves e responder desafios, permeando o processo de qualificação. Esses desafios decorrem da consideração de que, muitas vezes, mais de que uma proposta de profissionalização, estas orientações devem se revestir de componentes para uma ampla mudança comportamental dos treinandos, como requisitos a uma profissionalização voltada para ambientes e culturas de trabalho, que, geralmente, não fazem parte do modo habitual de suas vidas.

A elaboração desse quadro de referência contou também com reflexões por nós desenvolvidas, como consultor, nos anos de 2000 e 2001, junto ao PEQ-CE. Visando contribuir para discutir problemas que decorrem de aspectos apontados no referido quadro, no final desse trabalho estão pontuadas orientações gerais voltadas para a gestão de projetos de capacitação profissional para o setor turístico, que devem perspassar seus conteúdos programáticos.

## **2. Uma Interpretação da Política Pública de Turismo no Ceará**

O padrão regional de turistificação do Nordeste litorâneo tem produzido diferentes desempenhos intrarregionais, demonstrando, assim, o predomínio específico do planejamento governamental e da iniciativa privada estaduais sobre as condições naturais, hipoteticamente favoráveis em quase toda a região.

Como exemplo disso a elaboração do PRODETURIS (Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral Cearense), em 1989, constitui, juntamente com o PRODETUR-CE (Programa de Desenvolvimento do Turismo no Ceará), um marco significativo do novo patamar qualitativo dessas políticas no Ceará, pois aquele forneceu paradigmas conceituais constantes neste, refletindo assim sua antecipada consonância com a concepção e as orientações do PRODETUR-NE, elaborado em 1992. O PRODETURIS constitui um documento resultante de viagens e estudos de campo, voltados para o mapeamento e a regionalização dos recursos

naturais, paisagísticos e culturais de todo o litoral cearense, como diagnóstico subsidiador do planejamento turístico. Esses programas constituem marcos referenciais para o planejamento estratégico da SETUR-CE, responsável pela configuração de um novo patamar qualitativo na trajetória das políticas governamentais e privadas voltadas para a promoção e o desenvolvimento do turismo.

Aquele patamar é demarcado pela passagem da antiga concepção naturalizante de recursos turísticos para as orientações estratégicas com a produção social, com a sustentabilidade e com a viabilização material, todas referentes à promoção da atratividade de um lugar turístico.

Um cotejo entre dados de uma pesquisa realizada em 1980, pela FGV-USP / EMBRATUR, sobre o potencial turístico nos vários estados do Nordeste, e o recente desempenho desse setor no Ceará corroboram isso, pois, enquanto ele obteve classificação secundária nesse ranking, seu desempenho efetivo o consolida como destino não só nordestino de excelência, atraindo diferentes demandas de todo o Brasil (BENEVIDES, 1998b).

Uma série de diretrizes espaciais, políticas e econômicas que balizam, segundo a SETUR-CE (1998), as ações territorial, institucional e de fomento, submetidas aos princípios da descentralização e do reordenamento espaciais, da agora, sobretudo, para a capacitação profissional e desenvolvimento institucional. O que singulariza, portanto, esse programa é uma série de ações destinadas a estruturar e articular programas setoriais não ligados imediatamente à construção de uma infra-estrutura de equipamentos de hoteleira e de lazer.

A significação que o turismo assume nas políticas governamentais do Ceará está associada à importância crescente que ele vem tendo contemporaneamente na produção e na "valorização do espaço" (COSTA e MORAES, 1993), principalmente em regiões não centrais do capitalismo atual<sup>1</sup>, e mais especificamente em lugares economicamente deprimidos ou estagnados pela perda de dinamismo de suas tradicionais atividades produtivas, mas que, provavelmente por isso mesmo, preserva condições para serem revitalizados pelo turismo.

A redescoberta desses lugares, como, por exemplo, está ocorrendo numa região de serra úmida no Ceará (o maciço de Baturité) guarda semelhança como o que URRY chama do processo de criação da "indústria de tradição" pelo olhar turístico (1996, 143), em consonância com o marketing do lugar, (GARCIA, 1997) voltado para captar e recriar algumas de suas "imagens depuradas pelo turismo" (BENEVIDES e GARCIA, 1997).

No Ceará estas possibilidades começam a ser contempladas pela Secretaria de Turismo (SETUR-CE), mediante a elaboração de PATs voltados para o levantamento de potencialidades de 22 municípios, todos fora da região litorânea contemplada na primeira fase do PRODETUR-CE, para posterior planejamento de seu desenvolvimento turístico. Todavia, as orientações que norteiam esses planos são caudatárias das concepções do PRODETUR-CE, além de estabelecerem sintonias com tendências de segmentação do mercado de produtos turísticos.

O PRODETUR-CE e os PATs têm em comum o fato de que dizem respeito à criação de uma ampla e diversificada ambiência favorável ao desenvolvimento da atividade turística nesses municípios, baseada em vários projetos voltados para o aproveitamento turístico de tradicionais potencialidades produtivas, arquitetônicas, paisagísticas, naturais e culturais desses lugares, que hierarquizadas em pequenas comunidades tradicionais, em virtude de a remanescente razão patrimonialista aí ser mais vigorosa. A tradução econômica desse novo conteúdo social deve partir, então, da orientação de projetos turísticos que contemplem tanto reduzidas escalas de operações dos equipamentos de hotelaria, lazer e restauração, criando oportunidades para empreendedores locais, bem como utilização, ao máximo possível, de insumos endogenamente produzidos ou aí existentes, principalmente o fator trabalho. Este constitui, contudo, um problemático desafio, pois as formas predominantes, pelas quais o turismo vem se desenvolvendo no Ceará, dificultam a propalada empregabilidade das populações tradicionais<sup>3</sup>

Quanto aos aspectos da matriz institucional, responsável pela coordenação de ações setoriais

de promoção do turismo, há que se ressaltar que é justamente essa matriz que articula tais ações numa verdadeira política pública de turismo. Por conseguinte, são as múltiplas faces componentes e produtoras do turismo que ensejam parecerias entre ações da SETUR-CE com outras secretarias estaduais, em virtude do papel articulador e integrador das atividades específicas e complementares à promoção do turismo cuja eficácia requer a coordenação governamental. Daí a noção de "*competitividade espacial sistêmica*" – haurido a partir de SANCHEZ (1991) – entre os lugares turístico, influenciando nas decisões de viagens em razão de repertórios de atrativos e condições que levam a eleição de um destino.

Essa noção de destino aliada à de competitividade espacial é muito importante operacionalmente para estratégias de desenvolvimento do setor, porquanto ações desarticuladas entre seus produtores e promotores individuais podem ter reduzido peso na elevação sistêmica dos padrões de qualidade e de competitividade de um lugar turístico. Daí a necessidade da coordenação dessas ações.

As referências municipais do PAT podem contudo extrapolar para uma escala microrregional. Poucos municípios cearenses têm isoladamente grande alavancagem turística, daí a preocupação com um planejamento integrando aqueles que abrigam corredores e roteiros turísticos temáticos. Tudo isso requer parcerias entre as esferas governamentais, bem como entre essas e o setor privado, para a consolidação de bases institucionais, espaciais e econômicas da promoção do turismo<sup>4</sup> Existem assim maiores possibilidades econômicas e políticas na referida escala, tendo em vista que só elevados padrões de excelência de atrativos, encontrados pontualmente, ensejariam o aproveitamento de potencialidades locais, em uma escala produtiva minimamente "rentável", que justifique sua desvinculação com outras potencialidades existentes em municípios vizinhos, o que é raro.

Em regiões como o Ceará, principalmente naquelas frentes pioneiras, o turismo não decorre de um desenvolvimento anterior mais amplo, porém contrariamente passa a ter atribuição de promotor do desenvolvimento, o que requer entre

outras coisas, planejamento e profissionalização quanto às ações relativas a instalação da infraestrutura física, aos agressivos aparatos promocionais, bem como aos programas de capacitação profissional, em virtude das cadeias internacionais que estão progressivamente instalando-se no Ceará. Essas operam, por um homogêneo padrão de funcionamento em dimensões mundiais, suas unidades situadas, em diversas regiões com diferentes estágios de desenvolvimento tecnológico e organizacional, refletindo assim a globalização no setor hoteleiro. Esse padrão condiciona o perfil de sua demanda por mão-de-obra e, por conseguinte, os requisitos para a qualificação das pessoas a serem empregadas.

Face às características de grande parte da população local, verifica-se aqui uma inversão do que ocorre na estrutura ocupacional das redes hoteleiras em países centrais. Nestes, têm-se os níveis de cúpula e mesmo intermediários ocupados por funcionários de origem local e os níveis mais operacionais por imigrantes (URRY, 1996). No Nordeste, em geral, o contrário tende a predominar. Essa inversão, contudo, não pode levar a que se infira que a mão-de-obra local seja inerentemente incapaz de responder positivamente à inerentes a ela que respondem por isso, mas o contexto sócio-cultural em que ela está inserida.

Tendo em vista que de fato ocorrem semelhanças entre os destinos turísticos das capitais do Nordeste, as estratégias mercadológicas podem constituir instrumentos para condicionar as vantagens competitivas, o que pode levar a inserir nisso o importante papel da capacitação profissional. Seminários realizados para avaliar o PRODETUR-NE I consideram como um dos problemas-chave para a consolidação do setor turístico no Nordeste a questão da capacitação de mão-de-obra, ainda deficiente e insatisfatória, o que tem levado a que as propostas do PRODETUR-NE II se concentrem nessa área.

A sustentabilidade no turismo, considerada pela sua dimensão social – contudo tantas vezes relegada pelo viés ambientalista –, deve ter como um de seus pressupostos categóricos a efetiva capacitação das pessoas aí alocadas, como forma de elevar a qualidade dos serviços oferecidos. Isso requer que se instaure e se consolide uma estrutura

de hospitalidade profissionalizada, superadora da ideologia do povo hospitaleiro, bom e acolhedor.

### **3. Referências sobre especificidades da capacitação profissional para o turismo no Ceará**

As condições e as características inerentes à produção de serviços respondem por uma série de requisitos compatíveis com o processo de capacitação da sua mão-de-obra. Quanto aos turísticos, algumas de suas características singularizam ainda mais estes requisitos. A impossibilidade de armazenar serviços, em virtude de sua intangibilidade, contingencia a contigüidade espacial e a simultaneidade temporal entre os atos de consumir e de produzir, inviabilizando, com isso, práticas de experimentos de amostras de seus produtos, bem como das especulações dos mesmos, mas, no máximo, de seus preços, o que é típico de um consumo sazonal, como o turístico em algumas localidades.

Essa sazonalidade é assim responsável por aquilo que os economistas chamam de flutuação no ritmo de atividade econômica, com consequências diretas sobre as condições de emprego. Assim, subjacente ao discurso administrativo pós-moderno da flexibilização, o que, de fato, se verifica é que muitas ocupações no turismo, na verdade, estão estruturalmente submetidas às condições de instabilidade e de precarização, levando assim a OURIQUES denominá-lo de "*indústria do desemprego*" (1998, 91). Daí que programas de capacitação profissional para essas atividades devem encarar, por outra ótica, essa flexibilização, ou seja, pelas possibilidades de reais alternativas de trabalho, nos momentos de grande redução daquele ritmo, como se verifica, por exemplo, no litoral catarinense.

Outra característica refere-se à "*fixidez espacial*" (URRY, 1996) de sua oferta, associando assim o ato de consumir ao ato de viajar. Considerando que os modos de operação dos equipamentos de hotelaria do Nordeste, no "*espelho da globalização*" (CAVALCANTE, 1997), tendem a obedecer padrões globais hegemônicos, ou seja, "*a unicidade técnica*" (SANTOS, 1996) em escala mundial. Tal fixidez provoca o transplante de processos organizacionais e tecnológicos, que

são alheios às características da dotação relativa dos fatores locais principalmente nas já referidas frentes. Isso fica expresso no fato de que as peculiaridades da mão-de-obra nativa constituam critério irrelevante nas decisões locacionais dos investimentos turísticos, embora não nos discursos da sua "empregabilidade". Contudo, é muitas vezes por conta dessas características que se torna problemática a consecução das condições de excelência destes produtos.

Uma terceira característica diz respeito ao fato de que o turismo compõe um conjunto de atividades econômicas referenciadas pela espacialidade, o que significa que o consumo de serviços e produtos turísticos não possa desacoplar-se dos ambientes em que eles são gerados. Além disso, o espaço é um componente significativo e o suporte básico na produção da atratividade turística, pelo fato de que ele é a *"única prática social que elementarmente consome espaço"* (CRUZ, 2001).

Considerando o espaço não somente em sua dimensão física e material, mas também simbólica, é que características da população local muitas vezes tendem a ser representadas como integrantes do elenco de fatores ensejadores da atratividade, conforme é tão bem reverberado na ideologia da hospitalidade cearense e mesmo reelaborado em alguns discursos acadêmicos, que a apontam como "potencial maior" (CRUZ, 1996)<sup>5</sup> Todavia, essa hospitalidade, quando transposta como integrando inerentemente a qualidade dos recursos turísticos, desconsidera principalmente o quanto ela pode, ao contrário, atuar negativamente. Destarte, foram justamente essa ideologia e a concepção naturalizante de atratividade turística que estiveram no cerne das iniciais concepções de promoções do turismo no Ceará (BENEVIDES, 1998), o que remanesce em algumas mentalidades amadoras e românticas.

Além disso, há que elementarmente se considerar que a hospitalidade, enquanto condição favorável para as motivações de viagens, presta-se mais aos casos de práticas turísticas que têm como meios de hospedagem residências de amigos e parentes. Isto se torna diferente, quando esses meios se baseiam em hotéis e pousadas, para os quais a "hospitalidade profissional" (LIMA,

2002) de suas estruturas de atendimento é imprescindível, pois viaja-se, obvia e principalmente, para não se sentir em casa.

A qualidade dos serviços, principalmente pessoais que estão presentes no turismo – mormente face as tendências crescentes da segmentação de seu mercado (ANSARAH, 1999) e dos chamados pós-turismos (URRY, 1996, 131) – depende, por conseguinte, da qualidade da interação estabelecida entre seus consumidores e produtores, a qual participa do processo de valorização dos serviços adquiridos. Na oferta desses serviços vêm sempre embutidos os atributos comportamentais e pessoais, assim como a experiência social dos trabalhadores aí alocados, em virtude do grau de envolvimento destes com os consumidores. Contudo, em regiões com baixos níveis de desenvolvimento econômico e com diferenças culturais significativas entre consumidores e prestadores de serviços, ambos turísticos, a qualidade dessa interação é muito problemática, justamente por conta das diferentes experiências sociais destes dois sujeitos.

Quanto à qualidade dessa referida interação, tomemos as considerações de MOELLER (1992), para quem o grau de valorização que um consumidor confere aos serviços adquiridos é influenciado pela sua qualidade subjetiva e objetiva, sendo esta última relativa às condições técnicas e aos dispositivos organizacionais e ambientais em que o trabalho de prestação de serviços é realizado, o que pode ser racionalizado e reproduzido mecanicamente. Contudo, capacitar pessoas nesse "setor" requer muito mais que procedimentos racionais, objetivos e manuais. Requer principalmente o desenvolvimento daquelas qualidades e de atitudes pessoais, tais como envolvimento, posturas, flexibilidade, comprometimento com a satisfação do cliente, compreensão de suas características e percepção de suas expectativas. Por conseguinte, o prestador de serviços deve ter sensibilidade e discernimento para lidar com as variáveis comportamentais que podem interferir naquela interação (ROCHA, 2000), o que aliás é arduamente bem feito no mercado do turismo sexual (BENEVIDES, 2002).

Esses requisitos são praticamente desprezíveis no caso da produção de mercadorias corpóreas, em virtude de sua não "fixidez espacial", ao contrário do que se verifica nos serviços. Assim, parafraseando NIGRI, pode-se dizer que o valor da mercadoria-serviço leva em conta sobretudo as capacidades relacionais, pois um "serviço é também uma composição de fatores sociais pertencentes ao seu produtor" (ROCHA, 2000). Para NIGRI, aquelas qualidades objetivas e aquelas variáveis comportamentais correspondem a uma tendência de "feminização do trabalho" (1998)<sup>6</sup>

Em última instância essa feminização seria então uma extensão, para o mundo da produção social, dos atributos tradicionalmente conferidos e desenvolvidos pelas mulheres nos espaços domésticos de realização de suas tarefas. Não mais inscrita nos quadros de dominação tradicional, patriarcal, e muitas vezes exacerbada nas estruturas patrimonialistas – ambas tomadas aqui como categorias weberianas (WEBER, 1991) – contemporaneamente essa feminização não pode ser confundida com serviçalismo, como de fato tende a acontecer em muitos contextos do turismo em regiões do terceiro mundo. Para tanto, duas referências desenvolvem um argumento crítico a essa tendência.

Recorrendo a CRICK (1988,46), principalmente em suas alusões tácitas ao turismo sexual, URRY argumenta que *...boa parte da mão-de-obra exigida pelos serviços relacionados com o turismo é relativamente mal preparada e poderá muito bem reproduzir o caráter servil do anterior regime colonial, aquilo que um crítico denomina uma formação especializada em bajular*" (1996, 94). Por seu turno, apoiando-se em HALL (1994), CASTRO argumenta que, *...em muitos países em desenvolvimento, o turismo assume a forma de uma situação colonial, ou seja, o imperialismo do lazer e representante na atualidade da face hedonística do neo-colonialismo*" (1998, 25).

Essas duas referências interpretativas se orientam para apoiar nosso argumento crítico à ideologia de hospitalidade cearense aplicada às representações sociais da receptividade ao turista – mesmo porque suas raízes históricas remontam à formação colonialista do Ceará (GIRÃO, 1971) – como relativa atualização desse serviçalismo

colonial, que acaba por secundarizar o peso da profissionalização em turismo. Além disso, essa hospitalidade tem sua demarcação histórico-espacial que remonta às formas tradicionais de acolhida, envolvendo, de um lado, populações rurais nativas e, de outro, viajantes e forasteiros, que passavam por estes ermos territórios ao encontro de um rancho passageiro, um pernoite e um repouso para logo depois seguir viagem<sup>7</sup>

Contrariamente então, são as tendências e os requisitos contemporâneos que devem orientar a capacitação de pessoas para o turismo, mesmo por que suas práticas são significativamente diferentes dessas antigas viagens. A intolerância para com incômodos e improvisações e o desfrute, sem vicissitudes, do lazer ensejam a que a hospitalidade amadora e romântica seja submetida à capacitação profissionalizada, que tem que ser estratégica para a qualidade dos serviços turísticos.

Face a esse espectro, essa capacitação não pode restringir-se à adequação do trabalhador ao mero aprendizado de uma tarefa. Deve perpassar, portanto, no treinamento, a necessidade de que seja contemplada a assimilação de padrões de sociabilidade compatíveis com o universo dos consumidores, o que se torna fundamental para que aquelas referidas capacidades relacionais se sustentarem satisfatoriamente.

Isto posto, em um programa de recursos humanos para o turismo há de se considerar que o treinamento deve ir além da habilitação taylorista para o desempenho satisfatório de tarefas pois elas não se circunscrevem à engenharia dos ambientes fordistas de trabalho. Isso porque a ambiência em que se desenvolve muito dos serviços turísticos é caracterizada por *...sistemas de alto contato, no qual existe considerável envolvimento do cliente com o serviço. Como resultado, torna-se difícil racionalizar o sistema, em parte porque o cliente poderá provocar uma mudança no sistema de operação*" (URRY, 1996).

Tendo em vista, portanto, aquelas razões dos consumidores, ainda mais flexíveis para os turistas, principalmente quando se leva em conta a diversidade cultural entre eles<sup>8</sup>, o aprendizado deve também flexibilizar-se, buscando compatibilizar a tarefa padrão, tayloristicamente conotada, com os "desvios" dos clientes. Por conseguinte, o

envolvimento referido torna-se difícil, quando códigos rigidamente prescritivos de procedimentos invariáveis orientam o comportamento profissional dos trabalhadores em serviços. Contrariamente, deve ser adaptado a diferentes tipos de clientes. Exemplificando-se, a elaboração de um cardápio, seguindo uma tipologia de preparação, não significa que esta não possa sofrer alguma alteração, principalmente em guarnições complementares, para satisfazer gostos e preferências especiais. É essa satisfação aquilo que pode tornar-se tão importante para a fidelização da clientela. Tal exemplo pode assim corroborar a consideração de que *"...alguns serviços exigem um envolvimento emocional por parte de seus produtores. Nestes, o trabalho de encantamento do cliente se apoia num atendimento cada vez mais personalizado e autêntico"* (ROCHA, 2000). Em síntese, aí as relações entre produtores e consumidores são perspassadas por um alto grau de flexibilização.

Um programa de capacitação – inscrito num contexto de preocupações mais amplas para com o desenvolvimento de uma cultura da excelência do trabalho em ambientes turísticos - deve buscar mecanismos e procedimentos para "introduzir" os treinandos no universo dos consumidores de turismo. Isso requer uma pedagogia flexível e mais ampla que a mera profissionalização, voltando-se, portanto, para o mundo das relações e dos modos de comportamento presentes nas práticas turísticas, ou seja para o universo cultural, ou até mesmo para o imaginário do turista. Tal pretensão tende a perpassar, em alguns casos, uma parcial ressocialização desses prestadores de serviços.

Indícios dessas preocupações orientam as prescrições do PEQ-CE, voltadas para contemplar uma capacitação não restrita à profissionalização, apreendida através da aquisição de habilidades específicas a uma ocupação. Por isso são consideradas também as chamadas habilidades básicas e de gestão, voltadas para situar os trabalhadores, tanto no contexto em que se inserem sua ocupação e sua condução no mercado, geral, e no ambiente, particular, de trabalho, bem como na sua participação na sociedade inclusiva.

A tradução dessas preocupações em conteúdos programáticos, embora de difícil

operacionalização, precisa levar em conta sua adequação aos serviços turísticos vigentes. Isso faz com que a demanda de mão-de-obra nas empresas do trade forneça as referências predominantes para elaboração desses conteúdos, pois as características sócio-culturais dos treinandos circunscritas no universo da cultura patrimonialista constituem variáveis secundárias. Inobstante, muitas vezes é esse universo que continua orientando condutas de patrões e de empregados no mundo das organizações.

Exemplificando alguns dos traços dessa cultura, poder-se-ia falar nos direitos do consumidor e no que isso se rebate sobre as exigências de qualidade. Contudo, dentro do universo patrimonialista, os serviços tendem a ser representados por seus prestadores como uma espécie de favor, o que leva a atitudes muitas vezes de não-presteza e de não-reconsideração, quando sua qualidade é reclamada pelos consumidores a estes prestadores, para as quais também concorre a falta de treinamento. Essa cultura patrimonialista tem também se refletido numa certa "lógica dilapidatória"<sup>9</sup> na condução de negócios e num certo empirismo, imediatismo e improvisação com que são tocadas as atividades, principalmente de prestação de serviços.

Esse quadro não se compatibiliza com os requisitos básicos para a gestão de negócios turísticos – atividades mais afeitas às exigências de excelência e alta qualidade (TRIGO, 1998). Portanto, essa incompatibilidade reflete também o fosso, em geral, que separa exigentes consumidores e trabalhadores potenciais e efetivos, submetidos estes a hábitos e posturas simplórios, relações informais e níveis irrisórios de consumo. Além disso, poder-se-ia dizer – em termos weberianos – que no Ceará persistem traços patrimonialistas nas relações de trabalho, que dificultam a plena constituição de uma cultura empre-sarial objetiva e racionalmente capitalista, não só nos serviços, o que leva a produzir efeitos negativos sobre a capacitação profissionalizante.

Se por um lado as características sócio-culturais dos treinandos constituem variáveis dependentes, por outro considerem-se observações do OMT (1997), que, dentre as três dimensões componentes de uma ação de capacitação profissional para o turismo, salienta

aquela referente à dimensão da variedade cultural e institucional do espaço turístico, que pode diferentemente influir no processo de aprendizagem, bem como na interação entre populações hospedeiras e visitantes. Assim, os hábitos e comportamentos locais podem interferir negativamente neste processo, principalmente quando a vivência pessoal do prestador de serviços seja muito diferente daquela encontrada no ambiente originário do turista.

Quanto a isso, uma qualificação profissional para o turismo deve concreta e operacionalmente enfrentar duas situações que desafiam sua exequibilidade. A primeira refere-se a inerentes limitações que um programa de capacitação – por mais bem intencionado e eficiente possível – tem. Isso porque muitos obstáculos e déficits que aparecem ao longo de ações de capacitação não podem ser respectivamente superados ou supridos plenamente, porquanto extrapolam ao âmbito e à competência das ações do trade turístico. Esses problemas setorializados são assim sintomas de estrangimentos estruturais mais amplos referentes ao contexto geral de subdesenvolvimento.

Desse modo, as dificuldades daquela introdução ressocializadora não dizem respeito somente a soluções competentes por técnicas e processos de aprendizagem profissional. Isso porque é o processo social mais amplo que enseja mecanismos de estratificação e de restrita circulação sociais, que objetivamente constroem e às vezes impediam que pessoas recrutadas como trabalhadoras para o turismo participassem do universo de seus consumidores, antes de se inserirem aí como produtores<sup>10</sup>

Concretamente, o grau de pobreza e os baixos níveis de escolaridade da maioria da população cearense respondem pelo fato de que só residualmente ela possa participar dos valores, das formas de consumo e dos padrões de sociabilidade, todos compatíveis com a modernidade. O extremo oposto a isso está nos turistas, cujas referências comportamentais e culturais se sintonizam mais com a chamada pós-modernidade.

Especificando isso em termos de preocupações orientadoras de ações de treinamento, considere-se o desenvolvimento de serviços de governança, voltados para arrumação

e limpeza de camas, quartos e banheiros. Aí devem ser levados em conta conteúdos programáticos que sensibilizem os treinandos, a fim de que as péssimas condições de habitação e de saneamento básico em que muitos vivem, por exemplo, não os descurem da necessidade de higiene pessoal e de ordem e limpeza domésticas, como requisito para compatibilizar a qualidade de suas vidas e de seus serviços, ou em outras palavras, sua postura pessoal e profissional diante da sua existência e da sua ocupação. Mas isso é plenamente possível? É possível o treinamento deletar esses problemas de raiz?

Um programa dessa natureza, por conseguinte, deve enfrentar o desafio de propor uma compatibilização eficaz - como de resto é toda educação, que vislumbre ampliar habilidades e possibilidades relacionais entre prestação de serviços para consumidores circunscritos aos quadros de referência da pós-modernidade e características dos recursos humanos aí empregados, compatíveis com horizontes culturais e materiais ainda marginalmente ligados à modernidade. Em síntese, o desafio de compactar tempos históricos e espaços sociais tão díspares num mesmo ambiente de produção e de consumo.

Voltando assim a um outro exercício de exemplificação, pode-se argumentar que não se torna tão problemático treinar uma pessoa para serviços de bar e restaurante, nas tarefas de garçom. Mas o contrário pode vir a ocorrer, no que se refere à aquisição de uma postura e de uma compostura relativas ao exercício e ao ambiente de sua função profissional. Isso porque aquela difícil compactação pode se traduzir numa confusão entre profissionalismo e polidez distante no atendimento com serviçalismo amador, levando a indiscrição e a proximidade “inconvenientes”, como tacitamente parece resvalar muitas vezes das tentativas de indevida contemporização do mito da hospitalidade cearense, enquanto recurso turístico intangível.

Por fim, a outra situação refere-se ao argumento de que contrariamente a muitas outras formas de serviços que podem encobrir, com o véu monetário, as desigualdades sociais e, com a rotina comum, as diferenças reais – os serviços turísticos põem mais a nu e diretamente esses paradoxos. Isso porque agudizam,

no âmbito da percepção imediata, as diversas evidências quotidianas entre aqueles que trabalham e suam num mesmo ambiente em que outros ociosa e tranqüilamente despendem seu tempo e seu dinheiro em descanso, ócio, contemplações e lazer.

No nível fenomênico, enquanto a rotina do turista é marcada pelo "extraordinário", pelo prazer, pela liberdade, a dos produtores de serviços turísticos é conformada pelo "ordinário"<sup>11</sup> pelo trabalho e pelo imperativo da necessidade de sobrevivência, através do desempenho de tarefas geralmente pouco enriquecidas e quase nunca enriquecedoras, portanto, de baixa motivação (HAMPTON, 1992, cap 2).

Essa aparente oposição ideológica entre mundo do trabalho e do turismo / lazer (LUCHIARI, 1998) requer acuidade para que sejam tecnicamente contemplados alguns requisitos, tais como "leveza", simpatia, discrição, prestimosidade, atenção, formalidade e "bons modos", muitas vezes de difícil conjugação na prestação de um serviço. Portanto, em vez de características pessoais, de formas espontâneas de comportamento, esses requisitos devem ser considerados e internalizados num programa de capacitação, como atributos objetivamente adquiridos em um processo posto que são necessários para que se desenvolvam satisfatórias capacidades relacionais nos serviços, contribuindo, deste modo, para a elevação de sua qualidade, através da hospitalidade profissionalizada.

#### 4. Considerações Finais

A inserção de um programa de capacitação de pessoas para o trabalho no "setor de turismo" no Ceará, no contexto de políticas públicas, decorre de:

a) o papel coordenador e articulador que as instâncias governamentais devem ter, por conta de condições institucionais propícias ao estabelecimento de uma visão sistêmica, o que no caso em questão significa uma mais ampla compreensão e relativa interdependência contraposta às ações isoladas de integrantes do trade turístico;

b) a compreensão da promoção da capacitação profissional de uma população -

principalmente de seus segmentos mais carentes - como um instrumento de políticas sociais, que exigem responsabilidades governamentais;

c) a significação que o turismo vem crescentemente assumindo na economia e na cultura do Estado do Ceará.

Muitas das considerações tecidas no segmento 3 são de difícil tradução operacional. Visavam precipuamente situar o contexto problemático que situa os alcances e os limites, tanto de políticas públicas que privilegiam setores elegíveis como promotores do desenvolvimento, assim também de específicos esforços de treinamento, cuja plena eficácia extrapola uma bem concebida elaboração técnica de seus conteúdos programáticos. Nesse sentido, elas buscaram estabelecer nexos compreensivos sobre esse contexto e particularmente considerar criticamente a ideologia da hospitalidade cearense.

Todavia, numa perspectiva operacional, todos esses cursos devem ter em sua execução os seguintes requisitos comuns:

a) integração entre as habilidades, em consonância com as recomendações de uma nova educação para o trabalho, conforme proposta do PLANFOR;

b) adaptação dos conteúdos às formas de linguagem e às técnicas de transmissão, que os tornem mais acessíveis aos treinandos;

c) compatibilização das cargas horárias entre aulas práticas e teóricas, preocupando-se principalmente com a operacionalidade dos cursos;

d) disponibilização de instalações, equipamentos, utensílios e recursos materiais, bem como instrucionais e didáticos, a fim de fornecer suportes e de viabilizar as aulas práticas;

e) associar aulas práticas com posteriores estágios em unidades do "trade";

f) introduzir, em cursos que estão ligados às tarefas da chamada linha de frente, noções de sensibilização turística, voltadas para a compreensão da ambiência e do contexto relacional em que o trabalho do treinando se realizará.

Além disso, há que se discutir também como contemplar conteúdos programáticos que façam face as possibilidades de conhecimentos e

informações que extrapolem os meros requisitos para eficientes aprendizado e desempenho profissionais. Em outras palavras, há de se enfrentar o desafio de habilitar treinandos a enfrentar, interpretar e flexibilizar-se, diante de situações de mudança e de instabilidade hoje vividas no “novo capitalismo”, o que tende a produzir conseqüências sobre o comportamento das pessoas nos ambientes de trabalho, tais como dificuldades de laços profundos e duradouros de solidariedade (SENNETT, 2001), identidades mutantes (BAUMAN, 1998), e ansiedades (PAHL, 1997).

Por seu turno, algumas considerações tecidas no segmento 3 desta proposta podem ser traduzidas em diretrizes que orientem ações voltadas para o desenvolvimento e gestão de pessoas. Essas orientações são expressas dos seguintes modos:

a) concretizar algumas dessas considerações em tópicos integrantes de conteúdos programáticos destinados a responder a algumas especificidades dos serviços turísticos, principalmente levando em conta as características de grande parcela da população demandante de qualificação;

b) sensibilizar os empresários do “trade” para os problemas de adequação dos treinandos aos ambientes e às rotinas de trabalho, por conta do já referido fosso social e cultural entre consumidores e produtores destes serviços;

c) estabelecer pressupostos gerais que difusamente orientem a postura dos instrutores ao longo da realização dos vários cursos;

d) compor um capítulo de um programa de ações que orientem a supervisão, o acompanhamento e a avaliação da gestão de pessoas em turismo.

Extrapolando essas orientações restritas a preocupações quanto à adequação de conteúdos programáticos que objetivem contemplar esses pressupostos, a eficácia de ações de capacitação profissional para o turismo passa pela superação de traços de uma cultura patrimonialista perspassando muitas práticas na condução de negócios em geral, bem como turísticos. A recorrência a algumas exemplificações, principalmente ao mito da hospitalidade cearense, foi tomada como recurso para realçar o quanto as exigências de profissionalização não são devidamente consideradas e comungadas por todas as empresas de hotelaria e hospedagem (ROCHA, 2001), ressaltando assim a permanência de traços de uma cultura organizacional (VALE, 1995), problemáticos para o desenvolvimento dos serviços turísticos. Daí a necessidade de mudanças, para as quais as considerações contidas no segmento 3 objetivam contribuir para que se produza um quadro de referências sobre as especificidades da capacitação de pessoas e das relações de trabalho no turismo cearense, de modo a orientar eficazmente um plano de qualificação para o trabalho no “setor de turismo”

## Notas

<sup>1</sup> Estamos aqui simplificadaamente chamando de setor de turismo, como setor econômico, o que na verdade deve ser entendido como um prática socio-espacial, que articula diversas atividades econômicas, que tem nos turistas os seus consumidores predominantes porem não exclusivos posto que turismo, enquanto atividade econômica, a rigor, não é visto na realidade empírica.

<sup>2</sup> Citando Christaller, EUFRÁSIO menciona isso, como uma tendência de “busca da periferia capitalista pela atividade turística” (1996,192)

<sup>3</sup> Constitui uma aplicação do conceito de seletividade espacial, para designar uma das modalidades das

práticas espaciais decorrentes “da consciência que o Homem tem da diferenciação espacial”, resultando assim na forma seletiva através da qual os homens e as mulheres agem no espaço, considerando as “localizações seletivas” (CORREA, 1995, 35-36) dos recursos e potencialidades desigualmente distribuídos num território, numa superfície. Esse conceito ao nosso juízo busca compatibilizar as idéias de invenção cultural da atividade com imanes localizações seletivas.

<sup>4</sup> Em Jericoacoara, parcelas significativas e provavelmente majoritárias da mão-de-obra empregada nas atividades turísticas não são nativas, o que tam-

bém ocorre em Canoa Quebrada.

<sup>5</sup> Um programa de capacitação profissional deve também abranger, em alguns casos, uma escala para-municipal, como uma unidade receptora de treinamento, tendo em vista que algumas situações locais podem fornecer condições desfavoráveis a uma escala mínima, que viabilize os custos e os benefícios de ações localizadas para a referida capacitação.

<sup>6</sup> Se a noção de potencialidade é problemática na análise do turismo e de hospitalidade tradicional ainda é bem mais.

<sup>7</sup> Os modos pós-fordistas de organização do trabalho em geral e principalmente nos serviços – destacando-se ainda mais aqueles **face to face** – têm levado a que sejam conferidos grandes papel e relevância a **ânima feminina**, daí URRY aludir a isso como “trabalho emocional” (1996, 100). Este fenômeno se expressa também quantitativamente pelo incremento da participação de mulheres na força de trabalho total empregada, bem como e principalmente, em suas dimensões subjetivas, no aumento de requisitos e atributos comportamentais tradicionalmente representados como mais afeitos às mulheres, daí a alusão de NIGRI, para o mundo do trabalho, do “tornar-se mulher”, formulado por GUATTARI (1984).

<sup>8</sup> A contrapartida era que estes forasteiros traziam para esses mundos remotos os ares do mundo da Europa e da corte do Rio de Janeiro; eram mensageiros das novidades.

<sup>9</sup> Refirimo-nos às mais diferentes nacionalidades que podem conviver num mesmo lugar turístico.

<sup>10</sup> Refere-se a uma formulação teórica elaborada por Fontenelle (1982) para designar a organização das estruturas produtivas de matriz colonial,

nas quais a ação espoliativa se fazia pela extração máxima e a curto prazo da riqueza sem se preocupar com a reconstituição / recomposição dos elementos/ fatores submetidos a essa ação. A dialipitação, que disso resulta, consiste, assim, a longo prazo, nas possibilidades de exaurir as potencialidades produtivas desses elementos/fatores. A lógica patrimonial-empresarial dessa ação se expressa numa forma de gestão que tem por fim uma lucratividade orientada predominantemente pela não elevação da produtividade, pela não sintonia com as expectativas do consumidor e pela não melhoria da capacitação profissional. O monopólio, a reposição de braços através do tráfico, e as vastas reservas de terras virgens, proporcionadas pelo latifúndio, conferiram a esta ação espoliativa uma certa lógica, uma racionalidade econômica. É possível então essa lógica remanescer em algumas práticas turísticas, considerando seus horizontes e o perfil de seus consumidores?

<sup>11</sup> Fica interessante, a partir dessa passagem do texto, ressaltar que nas práticas de turismo sexual, por nós denominadas de artesanais em contraposição as fordistas na Europa (BENEVIDES e GONDIN, 1998), as “nativas” as vêm como possibilidade de ingressarem no universo do consumo dos turistas, ou seja é em torno dessas possibilidades de concretização que se concretizam também estes intercursos sexuais e afetivos. No bojo disso, essas nativas oferecem outros pequenos “serviços” não típicos das práticas tradicionais da prostituição fordista.

<sup>12</sup> Esses termos foram tomados de empréstimos a Urry segundo o qual “o turismo resulta de uma dimensão binária básica entre ordinário/quotidiano e o extraordinário” (1996, 28)

## Bibliografia

ANSARAH, Maria Gomes dos Reis (org.). *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo : Furtura, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro. Zahar, 1998.

BENEVIDES I. P e GARCIA, Fernanda. E. S. “Imagens urbanas depuradas pelo turismo: Curitiba e Fortaleza” In: RODRIGUES, A (org.) *Turismo,*

*Globalização e Modernidade*. São Paulo Hucitec 1977

BENEVIDES, Ireleno Porto. *Turismo e Prodetur: dimensões e olhares em parceria*. Fortaleza: UFC, 1998a.

\_\_\_\_\_ “Planejamento governamental do turismo, meio ambiente construído e desenvolvido no Nordeste” IN: LIMA, Luís Cruz (Org.) *Da cidade*

*ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico.* Fortaleza : FUNECE, 1998b.

\_\_\_\_\_. *Turismo sexual. Imaginário ocidental e generosidade tropical.* Fortaleza: UFC, 2002 (mimeo).

CASTRO, Iná Elias de. "Turismo e ética" IN: CORTOLANO, Luzia Neide Meneses T (org.) *Turismo com ética.* Fortaleza : UECE, 1998.

CAVALCANTE, Keyla Brandão et alli. *Hotelaria no Nordeste: no espelho da globalização.* Rev. Econ. do Nordeste. Fortaleza, v. 28, m. 1. jan-mai, 1997.

CORREA, Roberto. "Espaço: um conceito-chave em geografia" IN: Correa, R, Gomes, Paulo C. da C. e CASTRO, Ina (orgs). *Geografia: conceitos e temas.* Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1995.

COSTA, Wanderley Messias da e MORAES, Antônio Carlos Robert. *A valorização do espaço.* São Paulo : Hucitec, 1993, 3 ed.

CRICK, M. *Sun, sex, sights, savings and servility Criticism, Heresy and Interpretation.* Social Analysis 1:37-76, 1988.

CRUZ, Rita de Cássia A. da C. "Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais" In: DIAS, Célia. *Hospitalidade: reflexões e perspectivas.* São Paulo: manole, 2002 (mimeo)

EUFRASIO, Mário A. "O turismo nos lugares centrais e o turismo ambiental na obra de Christaller" In: LEMOS, Amália I.G. de (org). *Turismo: impactos socioambientais.* São Paulo. Hucitec, 1996.

FONTENELLE, L. F Raposo. *Um mundo dominado: as matrizes coloniais da submissão na identidade social do povo brasileiro.* Fortaleza, UFC, 1982

GARCIA, Fernandes Ester Sanchez. *Cidade espetáculo: política, planejamento e city - marketing.* Curitiba : Palavra, 1997

GIRÃO, Raimundo. *Pequena história do Ceará.* Fortaleza: Imprensa Universitária, 1971, 3ed.

GORMESEN. E. El turismo internacional como nuevo "frento prioneiro" en los países tropicales. IN: HIERNAUX, Nicolas Daniel (comp.). *Teoria e*

*praxis del espacio turístico.* México. Univ. Auton. Metropolitana, 1989.

GUATTARI, Félix. *Revolução molecular: pulsões políticas do desejo.* Brasiliense. São Paulo, 1984.

GUERRIER, Yvonne. *Comportamento Organizacional em Hotéis e Restaurantes: Uma perspectiva internacional.* São Paulo: Futura, 2000

HALL, Colin Michael. *Tourism and politcs.* Nova York: Wiley, 1994.

HAMPTON, David. *Administração Contemporânea.* São Paulo. McGraw-Hill. 1992. 3 ed.

LIMA, Luís Cruz. "O planejamento regional ajuda o turismo?" IN YAZIGI, E., CARLOS, Ana F. A. e CRUZ, Rita de C. A. da. *Turismo: espaço, paisagem e cultura.* São Paulo, Hucitec, 1998.

LUCHIARI, Maria Tereza. "Urbanização turística: um novo nexo entre o lugar e o mundo" IN: LIMA, Luís Cruz (org.) *De cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico.* Fortaleza : UECE, 1998.

MOLLER, C. *O lado humano da qualidade: maximizando a qualidade do produto e serviços através do desenvolvimento de pessoas* São Paulo: Pioneira 1992.

NIGRI, Antônio. *A feminização do trabalho.* Folha de São Paulo. Caderno MAIS!. 14/06/1998

OMT (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DEL TURISMO). *El capital humano in la industria turística del siglo XXI.* OMT, 1997

OURIQUES, Helton Ricardo. *Turismo em Florianópolis: uma crítica à indústria pós-moderna.* Florianópolis : EDUFSC, 1998.

PALH, Ray. *Depois do sucesso: ansiedade e identidade fin-de-siecle.* São Paulo : UNESP, 1997

ROCHA, Elayne Cristina S. *A expansão e o desenvolvimento do turismo em Fortaleza, e seus reflexos na capacitação de mão-de-obra* (Monografia de bacharelado em administração-UFC)Fortaleza. UFC.2000 (mimeo)

SANCHEZ, J. Eugeni. *Espacio, economia y sociedad.* Madri: Siglo Vinteuno, 1991

- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro : Record, 2001.
- SETAS-CE. Plano Estadual de Qualificação Profissional. PEQ-CE 2000. *Capacitando a População para o Desenvolvimento Sustentável no Ceará*. Fortaleza, 2000.
- SETUR. *O Turismo: Uma Política Estratégica para o Desenvolvimento Sustentável no Ceará. – 1995 a 2020*. Fortaleza, SETUR, 1998
- SOJA, Edward W. *A interpretação materialista da espacialidade*. Rio de Janeiro : UFRJ / CCMN, 1983.
- TRIGO, Luís G. de G. *A Sociedade pós-industrial e o profissional em Turismo*. Campinas:Papirus 1998.
- URRY, John. *O olhar do turista. : lazer e viagem nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Nobel-SESC, 1996.
- VALE, Camila Abreu. *A emergência e o desenvolvimento do turismo no Ceará e seus reflexos na cultura organizacional das empresas hoteleiras em Fortaleza*. (Monografia de bacharelado em Administração – UFC) Fortaleza, UFC. 1995. (mimeo).
- WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília : UnB, 1991.

Texto aceito em março de 2003.

