

# A URBANIZAÇÃO E A HUMANIZAÇÃO DA HOSPITALIDADE

**Claudio Alexandre de Souza**  
**Joana D' Arc da Silva Rodrigues**

**RESUMO:** Os centros urbanos, permeados por toda espécie de carências e excessos, pela falta de estrutura básica e planejamento adequado, acabam por revelar toda uma síntese de tensões sociais ali vivenciadas, evidenciando um amálgama inteligível no viver diário de seus cidadãos. A humanidade tende cada vez mais a ocupar estes espaços urbanos, numa concentração de núcleos de violência e neuroses, que maximizam o irracionalismo em detrimento do uso da inteligência para resolver problemas sociais e de revitalização no meio no qual se está inserido. A forma e a ordenação destes espaços urbanos, desempenham papel fundamental na consolidação das cidades como produtos turísticos de grande interesse. O presente trabalho consiste em um estudo bibliográfico que leva a uma análise da tríade: planejamento - qualidade de vida urbana - turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** turismo; planejamento; urbanização; humanização; tecnologia.

## **Considerações iniciais**

O crescente processo de urbanização, decorrido principalmente no último século, trouxe consigo uma interminável e acentuada deterioração da qualidade de vida humana.

Um constante agitação, onde as pessoas se amontoam em espaços físicos reduzidos e densos, num ir e vir desgovernado, introspectivo e individualizado, muitas vezes com um estado de espírito confuso, perplexo, diante da insegurança e indefinição em relação ao futuro.

A busca do ter em detrimento do ser, alimentada pelo consumismo exacerbado e capitalista, leva a uma supervalorização do trabalho e a exclusão do lazer no dia a dia das pessoas.

A exaustão por esta dinâmica de uma busca competitiva e incessante e da assimilação de novas necessidades a cada dia, levam ao tédio e ao fastio pela repetição dos afazeres monótonos e estressantes, onde o lúdico vai perdendo seu lugar em favor da falácia do interesse imediatista do lucro.

A falta de um conhecimento produtivo onde se integre a ética pessoal e social, e que o saber pensar se transforme num melhor agir, banaliza as ações do dia a dia.

A consciência da existência do outro em todas as suas dimensões, perde-se no egocentrismo, no etnocentrismo e na indiferença, submetendo as pessoas a um presente efêmero, sem história, e que logo, é substituído por novos modismos da mídia, numa freqüente comercialização dos sentimentos e desejos humanos.

Todos os aspectos, objetivos ou subjetivos, percepções ou sensações que uma cidade revela ou desperta, influenciam de forma decisiva na atividade turística. O ambiente urbano é um amálgama de posições e contraposições, de excessos e de carências que determinam a sua atratividade ou repulsa, de acordo com os olhos de quem a percebe.

Assim, a verificação da qualidade de vida da população local, torna-se o termômetro para a efetivação do desenvolvimento sustentável do município como pólo turístico competitivo e atraente, que ofereça ao visitante o bem estar necessário em sua estada.

Se as condições de vida do cidadão local não forem adequadas, e não houver um retorno satisfatório resultante da atividade turística, a receptividade poderá ser comprometida. De acordo com a Comissão Européia para um Turismo Urbano de Qualidade (RESUMO, 2000), “o fator humano é uma das chaves do sucesso de um destino turístico urbano. É da qualidade dos contatos humanos que o visitante se recordará mais freqüentemente e de que falará àqueles que o rodeiam”.

Este trabalho é resultado de pesquisa bibliográfica, onde o embasamento teórico apoiou-se em obras de referência adequada ao tema proposto e a análise dos fatos observados no viver diário das pessoas dentro do espaço urbano.

Justifica-se na necessidade de argumentar um melhor planejamento dos espaços urbanos que levem a uma melhor qualidade de vida da população local e turística. Num ambiente tão eclético, contraditório e competitivo, principalmente nos grandes centros, a velocidade e o uso de novas tecnologias são fundamentais ao desenvolvimento urbano e humano.

Estes mesmos fatores, levam também a degeneração e robotização das ações humanas, onde o uso inadequado de ferramentas tecnológicas, muitas vezes instrumentalizam as relações pessoais e interpessoais, tanto na prestação de serviços, como no turismo, principalmente o receptivo, interferindo na própria hospitalidade e no viver diário das pessoas.

O referencial teórico aqui discorrido, nos remete diretamente a toda essa realidade recrudescida pela violência, indiferença, passividade e inércia diante do turbilhão de acontecimentos do dia a dia urbano, não se fazendo distinção de conceitos ou ideologias próprias, mas na universalidade latente das necessidades básicas e lúdicas do ser humano.

### **Espaço urbano: atração e repulsão.**

Os espaços urbanos mal planejados e semi-estruturados, confinam o homem em cubículos

emaranhados uns aos outros, onde a privacidade e a expressão cultural vão se perdendo na uniformidade urbana. Frequentemente, estas moradias distam quilômetros de seu local de trabalho, quase sempre de jornada dupla, onde o deslocamento diário exige esforços constantes e, conseqüente, baixo padrão de vida da maioria da população.

Sem opções de um viver melhor e integrado a esta massificação crescente, as pessoas passam suas horas livres diante de aparelhos eletrônicos, num lazer passivo, desencadeando um distanciamento cada vez maior de si mesmo, dos outros e da natureza.

Marcellino (2000: 59) argumenta que a “proximidade física não elimina o distanciamento social, nem tampouco facilita os contatos humanos não funcionais. Os homens vivem cada vez mais em amontoados mais monstruosos, mas estão isolados uns dos outros”.

Os valores pessoais e culturais cederam lugar aos valores utilitaristas, onde o ser humano é visto pela sua utilidade social e pelo que representa enquanto produção econômica, faltando sensibilidade sociológica no viver diário.

A expressão do “eu” e dos valores próprios é devorado pelo domínio da funcionalidade da revolução tecnológica, onde a superação dos conflitos limita-se a favorecer ao ajustamento do sistema social vigente, numa constante violação do espaço pessoal.

Os trabalhadores são contratados ou demitidos com base no conhecimento que detêm e na sua utilidade enquanto produção, colocando os valores sociais, morais e pessoais como fatores exógenos ao mundo comercial, empresarial e industrial.

Os espaços de trabalho, de serviços ou produção apresentam ambientes físicos organizacionais reduzidos, que obrigam a seus funcionários a verdadeiras ginásticas para adequação entre espaço e mobilidade física, onde a condição humana se torna um simples detalhe de economia arquitetônica, ocasionado um desgaste físico e mental do próprio ser.

As visitas familiares, animosidade entre os vizinhos, as conversas prolongadas nos portões, o cumprimento efusivo foram sucedidos pela indiferença, passividade, e uma falsa racionalidade que conduziram a uma tensão cotidiana de estresse constante pela perda de valores e ligações afetivas. A cooperação foi sub-julgada pela competição.

A imposição de padrões comportamentais segundo as regras de uma sociedade que muitas vezes se apresenta burocratizada e corrompida em seus valores morais e éticos, conduzem à perda do senso crítico e da autenticidade, onde a satisfação decorre de simples aparências, sem uma análise mais profunda dos problemas globais, sociais e comunitários.

A formulação de pensamentos autônomos e críticos, que remetam a seus próprios juízos de valor e, confere ao homem a liberdade de pensar e agir conforme os princípios morais, lhe são arrebatados à medida que sua criatividade e inventividade são tolhidas no processo desumanizador de embrutecimento pela racionalidade e objetividade exacerbada e constante destruição da sensibilidade em nome da cientificidade e da praticidade.

As pessoas acabam por se entregarem à alienação e a indiferença entre si, onde influenciadas pelos meios de comunicação social, convencem-se logo dos argumentos apresentados, sem maiores questionamentos, deixando-se influenciar pela superficialidade e tendências comportamentais massificadoras e manipuladoras.

O desenvolvimento integral do homem, através do desenvolvimento de suas inteligências múltiplas entendidas como um conjunto de inteligência, sensibilidade, senso ético e estético, responsabilidade pessoal e social, espiritualidade, pensamento autônomo e crítico e imaginação, vão sendo substituídos por uma formação fragmentada, tendenciosa e pragmática.

Cardoso apud BEHRENS (2000: 18) acopla a esta idéia a definição de que os avanços tecnológicos, científicos e eletrônicos não estão trazendo vida em plenitude para o homem. Ao contrário, vieram desafiá-lo e angustiá-lo, levando ao estresse, à competitividade exacerbada, a um pensamento isolado e fragmentado, impedindo-o de ver o todo e retirando a responsabilidade de atos isolados perante a sociedade. Neste processo, embevecido pela tecnologia, o homem passou a destruir a terra e, em especial, a si mesmo e os seus semelhantes.

Os aspectos da noosfera vão sendo esquecidos, substituídos pela materialização da essência espiritual e subjetiva, transformando-os em seres robotizados, desprovidos da condição de discernimento humano, que lhe é peculiar, e das relações entre o sobrenatural e o natural, que nortearam a história da humanidade até então.

Esta mecanização humana é atribuída por Morais apud MARCELLINO (2000:87) à automação, a segunda revolução industrial, filha da cibernética computacional interessada em substituir o raciocínio humano pelo raciocínio veloz dos circuitos eletrônicos onde o resultado disso tudo é que hoje as pessoas viajam freneticamente, movimentam-se por numerosos compromissos num mesmo dia, sem terem tempo para dedica-lo a si mesmas e rolando ladeira abaixo em um neurótico processo de desumanização.

A complexidade própria do tecido urbano, reflete toda a síntese das tensões sociais ali

vivenciadas e da representação da condição humana num constante produzir e reproduzir, construir e desconstruir, onde as marcas culturais vão sendo engolidas por espaços homogeneizados, pasteurizados e transnacionais, num amálgama inteligível.

Os espaços urbanos estimulam sensações diferenciadas, onde cada um extrai para si diferentes visões e atitudes para com o outro. Estas visões e atitudes interagem-se no ambiente social, recriando novos padrões de comportamento, novos grupos e novas formas de viver. Com a formação de novos grupos sociais, surgem também a intolerância e o preconceito de lados opostos da sociedade. É o conflito das formas do fazer humano como usuários de um mesmo espaço, em um mesmo tempo.

A humanidade tende cada vez mais a ocupar estes espaços urbanos, numa concentração crescente de núcleos de violência e neurose que comprometem a qualidade de vida, maximizando o irracionalismo em detrimento do uso da inteligência para resolver os problemas sociais e de revitalização do meio no qual está inserido.

As singularidades, especificidades e individualidades perdem-se nos amontoados funcionais e multifacetados, contrapondo-se aos desejos do homem pós-moderno que se revela mais exigente e ávido não só do lazer, mas do prazer proporcionado na busca de um melhor saber entrelaçado a um melhor viver.

Morin (2001), argumenta a necessidade de ensinar a condição humana de forma integrada, contextualizada, onde a educação deve preocupar-se com o que significa ser humano, de modo que cada um tome conhecimento e consciência, ao mesmo tempo de sua identidade complexa e de sua identidade comum a todos os outros humanos; ensinar a condição mútua, a partir de suas raízes, modalidade e seus efeitos, com estudo das causas do racismo, da xenofobia, do desprezo como educação para a paz; a ética do gênero humano, não como lição de moral, mas como compreensão de desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e da condição de pertencer à espécie humana.

No contexto urbano as situações de hostilidade e incompreensão se multiplicam, levando a um colapso nervoso coletivo, onde as descargas agressivas de sentimentos negativos conduzem à aversão, intolerância, violência e ao egoísmo exacerbado.

### **As cidades no contexto turístico**

Desde a antiguidade clássica os espaços urbanos elegeram-se como atrativos turísticos.

Foram palcos para a realização dos primeiros Jogos Olímpicos na Grécia, para o desenvolvimento da moeda e do comércio pelos Fenícios, para o lazer nas termas romanas ou para o estabelecimento das pousadas italianas até a construção de modernos centros, com fins específicos para o lazer, como Las Vegas (EUA).

A forma e a ordenação destes espaços urbanos, desempenharam papel fundamental na consolidação de cidades como produtos turísticos de grande interesse.

Paralelamente ao desenvolvimento das cidades, a exigência do grau de qualidade do turista do século XXI, revelou-se mais alto em relação aos produtos e serviços, tornou-se sincronizados ao meio ambiente e sua proteção, estando mais atento à conservação e sustentabilidade de espaços naturais que agreguem valores culturais e artísticos.

O desenvolvimento da atividade turística da melhor idade, é um dos fatores que vem contribuindo no fortalecimento das cidades como destinos turísticos, já que buscam no conhecimento, produtos e valores culturais uma expectativa maior de satisfação e realização pessoal.

O espaço urbano reúne em si um exponencial número de atrativos, onde as construções são peças centrais da exibição urbana. O desenho do lugar reflete sua potencialidade para atrair pessoas.

Os aspectos arquitetônicos influenciam na realização e no estabelecimento de eventos, festas, feiras, teatros, cinemas, centros de lazer, além da atratividade de igrejas, santuários, cassinos, *shopping centers*, edifícios famosos, cidades históricas ou com o traçado planejado, da cultura popular, artesanato, gastronomia parques e muitos outros atrativos que, engendrados à infra-estrutura básica e turística desenrolam-se como fator de evolução social, tornando as cidades, potencialmente, um produto turístico em oferta.

Em contrapartida, temos a dura realidade das cidades, principalmente nos grandes centros, que permeado pela poluição da água, olfativa, sonora e visual, pela falta de cuidado com o lixo e de saneamento básico, pelo trânsito caótico na falta de sinalização básica e turística, estimulam hostilidade ou a indiferença de seus moradores em relação ao próximo, contrapondo-se à expectativa do turista que ali chega.

A dissonância entre o esperado e o que se encontra, subjaze ao repúdio do turista, diante da diversidade de aspectos positivos e negativos que se apresenta neste ambiente ambíguo de belezas e desencantos.

Cidades que projetadas no *mix* sensacionalista do *marketing*, são embaladas como produtos de consumo, muitas vezes, revelam-se aos olhos do turista como insalubres e devastadoras dos sonhos de prazer e lazer que o mesmo espera encontrar em suas viagens.

Wainberg apud CASTROGIOVANNI (2000; 13) descreve que a semiótica do ambiente urbano nos ensina que a cidade deve ser vista como uma escritura, uma fala a ser interpretada pelo transeunte. Trata-se de um enigma a ser desvendado pelo estranhamento causado por sua arquitetura, vias, limites, bairros, pontos modais, marcos, avenidas, cafés e bares. É uma obra de arte viva, e seus atores móveis são seus habitantes. Há cores e odores. Hábitos e costumes. História e memória. No campo estranho, todo detalhe é relevante na composição do todo.

No imbricado sistema turístico, as inter-relações dos fatores positivos e negativos, influenciam diretamente na escolha do visitante.

De acordo com Castrogiovanni (2000: 30) estes fatores incidem sobre aspectos como a paisagem construída e os caminhos, a facilidade do fluxo de pessoas e veículos; a agradabilidade estética que conduz a impressões e sentimentos; os serviços urbanos de arborização, água, esgoto, pavimentação, iluminação, limpeza pública, transporte público e privado, equipamento de apoio ao turismo, restaurantes, bares, teatros, centros de informações, hotéis, bancos, comércio, parques, praças, comunicações, postos de combustíveis e telefônicos, borracharias; o mobiliário urbano como sinalização, parada de ônibus, mapas de orientação, iluminação pública, corredores verdes, lixeiras, floreiras entre outros.

Toda infra-estrutura urbana deve ser planejada não apenas para o cidadão permanente, mas também àquele que eventualmente se faz morador ou visitante dali. A priori, estando com seu tempo mais livre para usufruir a cidade, o turista torna-se mais perceptivo e sensível às carências e necessidades urbanas, além de serem também consumidores deste mesmo espaço.

Rodrigues (2001; 48) “nos lembra que o turista busca na viagem a mudança de ambiente, o rompimento com o cotidiano, a realização pessoal, a concretização de fantasias, a aventura e o inusitado, quanto mais exótica for a paisagem mais atrativa será para o turista”.

Em contrapartida, toda a infra-estrutura destinada à satisfação do turista serve também à população local. Melhores vias de acesso, melhorias na distribuição de água, energia elétrica, coleta de lixo e esgotos, na assistência médica e postos de serviços urbanos vão refletir diretamente na qualidade de vida dos moradores do lugar.

O turismo funciona ainda como gerador de renda e receita para o município e para todas as atividades de produção e serviços, que se agregam à atividade turística, dinamizando o comércio local, tornando-se fator de humanização e desenvolvimento social através do seu efeito multiplicador ambiental, cultural, social e financeiro.

O Plano Diretor de uma cidade, deve pautar-se pela necessidade de desenvolver estratégias e implementar uma infra-estrutura urbana, que atenda a população e promover a valorização do ser humano de forma integral.

Ao mesmo tempo, este Plano deve possibilitar a mobilização deste lugar de modo a atender às expectativas e minimizar os dissabores de quem ali chega, proporcionando uma estada agradável, criando uma identificação entre o lugar e o turista, e o sentimento do mesmo em querer retornar, tornando-o ao mesmo tempo, um potencial divulgador do produto.

Os diversos componentes das atividades ligadas ao turismo podem ser vistos como subsistemas independentes que se relacionam com as demais estruturas num entrelaçamento de dependência mútua.

BarretTo apud LUCHIARI (2000;20) define esta inter-relação como: Os turistas que a luz de outros paradigmas não poderiam ser considerados “o tronco” do fenômeno turístico - seriam apenas viajantes se não existisse um conjunto de equipamentos e serviços turísticos. O turismo implica a existência de infra-estrutura (hotéis, restaurantes, estradas, aeroportos) e de atrativos que sem a intervenção dos planejadores de turismo são apenas recursos. Por sua vez, os serviços turísticos não têm muita razão de ser sem um recurso que sirva de base para transforma-lo em atrativos, recursos e serviços são interdependentes mas autônomos.

O espaço urbano é dinâmico e mutável. Muitas transformações esperadas ou inesperadas podem ocorrer e transformar de forma radical o ambiente. Nesta versatilidade o planejador precisa estar atento com relação à qualidade e a quantidade da auto-reprodução gerada nestes subsistemas.

Um seqüencial de serviços prestados ou de produtos avaliados negativamente pelo turista, pode gerar a repulsa e a difusão da imagem também negativa do lugar.

### **O *mix* tecnológico e a prestação de serviços urbanos.**

O ambiente urbano é extremamente fértil ao experimento do novo. Novas idéias que se engendram e fomentam a necessidade de evolução do homem. Quanto maior a possibilidade de

trocas de informações, mais acelerada se dá esta evolução, que gera a revolução tecnológica, hoje fundamental à própria sobrevivência humana.

No mundo globalizado, esta revolução tecnológica gera também uma competitividade, imposta pela internacionalização de produtos, moedas, consumo e informação, que desencadeia uma disputa por mais e maior tecnologia.

Embasadas em um sistema organizacional, onde para se manterem ativas no mercado, as empresas precisam lançar mão da velocidade, este fator se tornou a base de um sistema ideológico que interfere nas relações sociais e interpessoais, principalmente nas relações urbanas. O fator tempo passou a ser fundamental na corrida econômica e financeira que se estabeleceu no mundo globalizado. Tudo é racionalizado, cronometrado e mecanizado.

Assim, mesma tecnologia que abre portas para a globalização, alija o homem das relações humanizadas, inserindo-o num processo de submissão e manipulação pela máquina e pelo desejo de enriquecimento.

A técnica sobrepõe-se ao social, transformando o homem em seres previsíveis, com uma visão mais racional do mundo, onde o aleatório, o poder de decisão, os elementos perceptivos são detridos em favor de uma mecanicidade que limita e cristaliza as ações pessoais e espontâneas.

Santos (2001: 63) salienta que as técnicas oferecem respostas à vontade de evolução dos homens e, definidas pelas possibilidades que criam, são a marca de cada período da história. A vida assim realizada por meio dessas técnicas é, pois, cada vez menos subordinada ao aleatório e cada vez mais exige dos homens comportamentos previsíveis. Essa previsibilidade de comportamento assegura, de alguma maneira, uma visão mais racional do mundo e também dos lugares e conduz a uma organização sociotécnica do trabalho, do território e do fenômeno do poder. Daí o desencantamento progressivo do mundo.

A inflexibilidade mecânica e a incapacidade de diálogo, onde todas as situações são programadas, lidar com o inusitado torna-se um desafio. A involuntariedade em administrar conflitos máquina-ser humano, compromete as relações de hospitalidade e solidariedade tão intrínsecas ao turismo tornando-o vulnerável às intempéries de sistemas programados, inconscientes e insensíveis às necessidades humanas.

A competitividade é fator preponderante nas organizações que lutam na contramão da velocidade, na tentativa de acompanhar a evolução na sociedade que mercantilizou a informação.

È a sociedade da rede, alicerçada na idéia de aldeia global e da sensação de estar em todos os lugares ao mesmo tempo. Ansiosos e sedentos por mais e melhores informações, esta passa a ser uma mercadoria comercializável como qualquer outra e indispensável ao sucesso comercial.

A implementação efetiva desta tecnologia nas empresas, perpassa por uma série de fatores que refletem na organização, causando impactos positivos e negativos dentro da dinâmica operacional da empresa e do espaço urbano como um todo.

A introdução da informatização nas empresas, pressupõe a assimilação de novas tecnologias por parte de quem irá gerencia-las ou operá-las, num ambiente de interação entre empresa, usuários e beneficiados.

A escolha de sistemas adequados, que atendam as expectativas de controle e eficiência da empresa, sem o rompimento da dinamicidade e criatividade de seus operadores é de vital importância para a manutenção desta interação entre prestador de serviços e clientes, mantendo-se relações humanizadas, onde o diálogo seja a ancoragem para soluções concretas de problemas advindos da limitação desta própria tecnologia.

A rapidez e precisão de informações são imprescindíveis para o mercado turístico. A fluidez de informações precisas entre cliente, intermediário e cada uma das empresas envolvidas no processo de elaboração de pacotes, torna-se fator diferencial na qualidade do atendimento e do serviço prestado. Os *Global Distribution Systems* (GDS), facilitam a distribuição global de serviços, além de promover oportunidades de compra de todo o pacote turístico.

Todo o *trade* turístico, assim como a maioria das atividades mundiais, depende da Tecnologia de Informação (TI) para se manterem ativas e atuantes. Neste caso, a necessidade de informação é enfatizada pelas características do produto como a intangibilidade, ser fixo do ponto de vista geográfico, pela complexidade e interdependência, heterogeneidade e volatilidade, sendo essencial o acesso a informações precisas e confiáveis para sua sustentabilidade.

O problema do uso dos sistemas informatizados, não é a ferramenta em si, mas inicia-se quando quem a opera perde o bom senso para a resolução de problemas inesperados e não programados.

Santos (2001: 64-65) nos lembra que é irônico recordar que o progresso técnico aparecia, desde os séculos anteriores, como uma condição para realizar essa sonhada globalização com a mais completa humanização da vida no planeta. Finalmente, quando esse progresso técnico avança um nível superior, a globalização se realiza, mas não a serviço da humanidade.

No campo específico da prestação de serviços dentro da atividade turística, os fatores culturais, sociológicos, psicológicos não são programáveis e exigem a perceptibilidade de valores subentendidos nas necessidades diferenciadas de cada turista.

A hospitalidade, a qual se alicerça nos pilares da reciprocidade, cordialidade e atendimento às necessidades básicas do ser humano, que por natureza é imprevisível, fica a mercê da habilidade do trabalhador em operar uma máquina programada e atender às necessidades do cliente.

Santos (2001;165) vislumbra uma forma mais harmoniosa neste campo onde a produção do novo e o uso e a difusão do novo deixam de ser monopolizados por um capital cada vez mais concentrado para pertencer ao domínio do maior número, possibilitando afinal a emergência de um verdadeiro mundo de inteligência. Desse modo, a técnica pode voltar a ser o resultado do encontro do engenho humano com um pedaço determinado da natureza - cada vez mais modificada -, permitindo que esta relação seja fundada nas virtualidades do entorno geográfico e social, de modo a assegurar a restauração do homem em sua essência.

O mesmo equipamento que se interpõe à hospitalidade comercial, pode servir também como fator de superação de expectativas do turista, como o processamento de informações sobre suas preferências e hábitos, onde num futuro retorno, o mesmo possa a ser atendido prontamente em seus costumes individualizados. Há uma mesclagem de fatores positivos e negativos ao turismo, de acordo com o seu uso.

### **Homem versus máquina**

O progresso tecnológico, fruto da cientificidade e criatividade humana é um processo irreversível e necessário à sobrevivência planetária.

Trigo (1993;53) discorre que a tecnologia pode causar desastres ecológicos e outros mais, porém o que as pessoas se recusam a entender é que não há outro caminho para o ser humano a não ser o prosseguimento consciente e responsável pelo conhecimento. E isto implica ciência e Tecnologia. A opção contrária é simples. Se imaginarmos o desaparecimento de todos os recursos tecnológicos existentes no planeta isto significaria, de imediato, a morte de centenas de milhões de pessoas em virtude de problemas de abastecimento (água, combustível, comida, comunicações e fluxo de informações para todos os setores)...O progresso tecnológico trouxe os horrores das armas convencionais, químicas, bacteriológicas e nucleares. Trouxe a capacidade de o ser humano

se isolar cercado de engenhos lúdicos mas, por outro lado, trouxe avanços consideráveis na medicina, alimentação, vestuário, prolongamento da vida humana e no lazer.

O grande paradigma a ser quebrado é a instrumentalização do ser humano em função da máquina, com uma visão de que a tecnologia está a serviço do homem, facilitando o desenvolvimento de aptidões individuais em favorecimento do uso coletivo de serviços e produtos. É o ser humano retomando o lugar central na esfera terrestre.

A tecnologia de informação, entendida como recursos de *hardware*, *software*, redes de computadores, programas, *Internet*, correio eletrônico que se conglomeram na realidade virtual da era digital, criando dimensões interativas, favorecendo sobremaneira as atividades humanas e a produção de um maior conhecimento.

As relações humanas, em meio a ambientes desumanizados, passaram por uma verdadeira metamorfose diante das tecnologias de informação e comunicação, pela possibilidade do trânsito imediato de informações.

O acesso aos telefones celulares, antenas parabólicas, e aos espaços cibernéticos, derrubaram as barreiras dos fusos horários e da distância entre pessoas de países diversos, por um custo reduzido que possibilita a troca de informações e experiências entre as pessoas, além de viabilizarem os serviços.

A qualidade do turismo urbano, depende de fatores correlacionados entre os setores públicos e privados, humanos e técnicos, informatização e tradicionalidade, onde as ações devem ser pautadas no fortalecimento das relações humanizadas e no respeito a multipluralidade cultural.

### **Considerações finais**

O redimensionamento e o planejamento adequado dos espaços urbanos são fundamentais para o estabelecimento da atividade turística competente e ética. Num ambiente concorrencial e mutável, como o de grandes centros, a preocupação com a qualidade de vida da população urbana, deve estar à frente de todo e qualquer interesse.

A mensuração dos efeitos da falta de planejamento urbano dá-se de forma vertiginosa e cruel, incidindo diretamente sobre o turismo. Revitalizar a imagem de um local descreditado do ponto de vista do turismo é exponencialmente mais difícil do que projetar o mesmo no mercado como um produto novo. A imagem negativa terá uma projeção que levará anos para ser diluída e

revertida para uma imagem positiva do lugar.

A violência que grassa hoje no mundo, principalmente a violência urbana, incide universalmente na decisão das pessoas em onde, como e quando viajar e mesmo se desejam viajar, onde constrangidas pelo medo e pela tensão social, optam pela segurança, permanecendo em casa, conectadas em seus aparelhos eletrônicas.

O papel do turismo rumo a humanização urbana se encontra justamente neste ponto. Como atividade lucrativa que é, de acordo com Urry apud Luchiari (2000 :56) “trata-se atualmente, da segunda maior indústria no mundo, tanto em termos de empregados como na porção do comércio mundial”, exige que seus gestores tomem uma postura adequada frente a todos estes problemas.

A exigência pela excelência em qualidade pelo turista, reflete se em todo o planejamento e nas ações públicas e privadas de um município que deseja obter benefícios com a atividade turística , sob pena de ser excluído pelo próprio turista deste processo.

Tyler e Guerrier (2001: 309), nos lembra que estudo do turismo urbano e, sem dúvida nenhuma, o estudo da mudança: mudança na base econômica das cidades, na utilização do espaço urbano, na vida cultural dos residentes. Algumas transformações podem ser previstas, outras talvez inesperadas. As mudanças podem ser desejáveis para alguns dos envolvidos e irem contra a conveniência de outros.

Em face desta realidade, é latente a necessidade se repensar o turismo não só enquanto produtividade, mas no seu uso em favor da qualidade de vida e das relações humanas embasadas na cordialidade, fraternidade e respeito à individualidade contida na universalidade urbana, num consumo produtivo e sustentável do lugar, inserindo o homem como parte integrante deste meio e da natureza, contextualizado em seu tempo e garantindo seu espaço.

### **Referências Bibliográficas**

- CASTROGIOVANNI, Antonio C. et al. Turismo urbano. São Paulo: Contexto, 2000. 111p.
- MARCELLINO, Nelson de C.. Lazer e humanização. 4.ed. Campinas: Papirus, 2000. 88p.
- MORAN, José Manuel; MASETTO Marcos T; BEHRENS, Marilda Aparecida. Novas tecnologias e mediação pedagógica. 4 ed. Campinas. 2000. 173p.
- MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. 4. ed. São Paulo: Cortez. 2001.118p.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e espaço. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001. 158p.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 7.ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. 174p.

SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloísa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papirus, 2000. 206p.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. 7. ed. Campinas: Papirus. 1993. 120p.

RESUMO da Comissão Européia. Para um turismo urbano de qualidade. Bruxelas: 2000. Disponível em [http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/lib\\_tourism/iqm\\_summary/urban\\_pt.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/lib_tourism/iqm_summary/urban_pt.pdf) <[http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/lib\\_tourism/iqm\\_summary/urban\\_pt.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/lib_tourism/iqm_summary/urban_pt.pdf)> *Summary /urban pt.pdf*> Acesso em 08 dez. 2004

#### Bibliografia

BENI, Mario Carlos. Análise estrutural do turismo. 4 ed. São Paulo: Senac. 2001. 516p.

CASASOLA, Luis. Turismo e ambiente. São Paulo: Roca, 2003. 104p.

FREITAS, Henrique. Problemas e ações na adoção de novas técnicas de informação. Revista de Administração Contemporânea. Curitiba, v.7, jan./mar. 2003.

MOLETTA, Vânia B. Florentino. Turismo: tendências e novas tecnologias. Porto Alegre: Sebrae. 2001.64p.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

O'CONNOR, Peter. Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria. Porto Alegre: Bookman. 2001.171p.

TEIXEIRA, Elder Lins. Gestão de qualidade em destinos turísticos. Rio de Janeiro: Qualymark, 1999. 136p.

THEOBALD, Willian f. (org). Turismo global. 2. ed. São Paulo: Editora Senac. 2001.

TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin. Gestão de Turismo Municipal. 2. ed. São Paulo: Futura. 2001.