



A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DA PSICOLOGIA PARA A PRÁTICA DO BACHAREL EM TURISMO

Ismael Muniz Pessoa
Pedro Santiago Alves Oliveira
João Paulo Bloch Farias

RESUMO

Este estudo aborda a importância do estudo da Psicologia para a prática acadêmica e profissional do bacharel em Turismo. A proposta do trabalho é trazer mais esclarecimentos da Psicologia, para melhor compreender a dinâmica humana na atividade turística e, com isso, fomentar a compreensão de alguns de seus conceitos básicos (motivação, personalidade, atitude) dos turistas em suas viagens.

PALAVRAS-CHAVE: Psicologia. Formação Acadêmica e Profissional. Turismo.

ABSTRACT

This study addresses the importance of the study of Psychology for the academic and professional practice of the bachelors in Tourism. The purpose of this study is to provide a better understanding of the human dynamics of tourism, and to promote understanding of some of the basic concepts (motivation, personality, and attitude) of tourists in their travels.

KEY WORDS: Psychology. Academic and Professional Education. Tourism.

INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que a Psicologia é uma ciência que estuda o comportamento do homem, Silva (2001) afirma que o psicólogo “[...] é o profissional com formação superior e geralmente volta seus estudos e trabalhos para o conhecimento da personalidade e do comportamento do ser humano” (SILVA, 2001. p. 18).

O estudo da Psicologia nos cursos de Turismo nos auxilia na compreensão do comportamento dos turistas. Evangelista (2008) concorda que:

[...] estudar o turismo na perspectiva disciplinar da Psicologia é extremamente importante e necessário, pois a Psicologia, através do estudo do comportamento e da experiência dos indivíduos, além de pesquisas na área do turismo e do lazer, procura descrever, explicar e entender o comportamento do turista (EVANGELISTA, 2008. p. 11).

Posto isto, percebemos a importância da Psicologia dentro da grade curricular do curso de graduação em Turismo e o desenvolvimento de pesquisas nesta área. A Universidade Estadual Paulista - UNESP oferece o curso de graduação em Turismo, no campus de Rosana, e o mesmo já está em sua XVI turma. É notável seu desenvolvimento, tanto no meio acadêmico quanto na comunidade local onde está inserida. Contudo, percebe-se a pouca demanda de trabalhos publicados com temáticas da Psicologia *versus* Turismo por parte, principalmente dos discentes.



O presente trabalho, que ainda está em andamento, tem como objetivo analisar estudos e pesquisas com temáticas que envolvem a Psicologia e a sua relação, muito próxima, com o Turismo. Neste primeiro momento, voltaremos olhares para o debate teórico acerca de alguns conceitos advindos da Psicologia e discutidos pelo Turismo em publicações e pesquisas científicas.

METODOLOGIA

Realizamos o levantamento bibliográfico com temas voltados ao Turismo, à Psicologia e o estudo do comportamento, conforme problematizaremos mais adiante.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Há uma ampla discussão do que é a Psicologia. Muitos autores tratam esta definição a partir da explicação do que é ciência e como a Psicologia é uma ciência já consolidada. Assim sendo, realizamos uma análise teórica para compreendermos a complexidade e importância do tema aqui tratado. Davidoff (2001) nos explica que:

[...] a palavra “psicologia”, que se deriva da junção de duas palavras gregas *psiché* e *lógos* -, significa “estudo da mente ou da alma”. Hoje, a psicologia é geralmente definida como a ciência que se concentra no comportamento e nos processos mentais - de todos os animais (DAVIDOFF, 2001. p. 6).

A interface Psicologia/Turismo vem sendo trabalhada, cada vez mais, pelos pesquisadores de ambas as áreas. A Psicologia, por procurar compreender o comportamento do homem pós-moderno e as suas necessidades de fugir da rotina, e o Turismo, “[...] pois [o mesmo], seja como um campo de atuação profissional, seja como uma área de conhecimento é interdisciplinar, principalmente em função de sua abrangência” (ONZI; BOTOMÉ, 2004).

Evangelista defende a ideia que não devemos entender o Turismo como “[...] fenômeno puramente econômico, pois, agindo assim, teríamos uma visão estreita a respeito dele” (EVANGELISTA, 2008. p. 12-13). Na mesma linha de raciocínio, ele sugere não adotarmos uma postura exclusivamente psicológica “[...] já que o turismo deve ser compreendido e estudado como sendo uma atividade complexa e multidisciplinar” (EVANGELISTA, 2008. p. 13). Percebe-se que a Psicologia é uma das ciências que o Turismo, com sua disciplinaridade, se apropria para se desenvolver como ciência social aplicada.

O estudo da Psicologia no curso de Turismo nos auxilia na compreensão do comportamento dos turistas, assim como enuncia Evangelista (2008):

[...] estudar o turismo na perspectiva disciplinar da Psicologia é extremamente importante e necessário, pois a Psicologia, através do estudo do comportamento e da experiência dos indivíduos, além de pesquisas na área do turismo e do lazer, procura descrever, explicar e entender o comportamento do turista (EVANGELISTA, 2008. p. 11).

As teorias da personalidade nos auxiliam na compreensão do comportamento do turista e a Psicologia nos fornece meios para entendermos melhor a personalidade humana. Segundo Evangelista, “o conhecimento sobre o comportamento do turista [é



fundamental] para o estudo do Turismo, especificamente do Turismo Ético. Falar em Turismo Ético é falar em comportamento, assim como falar em comportamento significa falar em motivação, personalidade” (EVANGELISTA, 2008).

De acordo com Silva (2001. p. 27), a personalidade é um conjunto daquilo que podemos chamar de traços. A soma desses traços e como eles se organizam é a personalidade. O modelo aloccêntrico/psicocêntrico de Plog (1987 *apud* ROSS, 2002) é considerado parte do campo conhecido como análise da personalidade.

os viajantes mais aloccêntricos preferem locais de chegada exóticos e férias desestruturadas em vez de pacotes de viagens, e têm um envolvimento maior com as culturas locais. Os psicocêntricos, por outro lado, preferem locais de chegada familiares, pacotes de viagens e áreas turísticas (ROSS, 2002. p. 47).

Os turistas aloccêntricos são aqueles que têm um alto nível de confiança própria e gostam de se aventurarem, e os psicocêntricos, aqueles que procuram por um acompanhamento mais próximo de um profissional da área, para que viajem com maior segurança, conforto e tranquilidade.

Mas o que levam as pessoas a saírem do seu cotidiano e da sua residência habitual para viajar para fazer turismo? Para responder esta pergunta, Evangelista faz uma reflexão, que diz:

o mundo pós-moderno está repleto de pessoas com depressão, com estresse, com preocupações, de forma que o cansaço, a fadiga as assolam. O homem, apesar de viver na Era da Automação, da Cibernética, está escravizado, desumanizado. Ele tornou-se vítima do progresso e da tecnologia. Diante dessa situação, o homem é forçado a procurar alternativas para conseguir viver. O mecanismo que o homem utiliza é a evasão. É a forma que ele encontra para recompor-se, para descansar. O homem precisa descansar com certa periodicidade. Precisa deixar seu ambiente e descobrir. A intensa e desgastante atividade humana levou a sociedade a buscar recursos, meios que fossem capazes de fornecer aos indivíduos condições para que atinjam a suas aspirações. Entre esses meios, está incluída a prática do lazer e do turismo (EVANGELISTA, 2008. p. 21-22).

Para Silva (2001), motivação é a consequência de algum tipo de necessidade que, satisfeita, promove o equilíbrio do organismo. As motivações baseiam-se fundamentalmente na Teoria Humanista de Maslow (*apud* ROSS, 2002, p. 31), que hierarquiza as necessidades humanas, desde as fisiológicas (abrigo, alimentação, sono) até as realizações pessoais (cultivo de prazer, viajar). Status, auto recompensa, pioneirismo, fuga do trabalho cansativo, rotina estressante, manutenção da saúde (sobrevivência) são motivações que normalmente levam as pessoas a fazerem turismo.



Pirâmide das Necessidades Humanas de Maslow. Fonte: administradores.com

Maslow sugeriu que as necessidades humanas, como elementos motivadores, formam uma hierarquia, e propôs uma pirâmide, dividida em cinco níveis, que compreendem as necessidades fisiológicas, de segurança, de amor, de respeito e de realização. Para o autor, caso nenhuma das necessidades da pirâmide seja satisfeita, as necessidades do nível mais baixo, ou seja, as fisiológicas, dominariam o comportamento do indivíduo. Porém, se estas necessidades forem satisfeitas, não mais motivariam o indivíduo, passando, assim, a motivação para o nível seguinte da hierarquia, e assim por diante.

No que diz respeito às atitudes, Crompton (1990, 19991. *Apud* ROSS, 2002. p. 61) afirma que a imagem de um lugar, como destino prazeroso de uma viagem, deriva de “atitudes em relação aos atributos turísticos do local de destino que o turista conhece.” Ele esboçou as proposições básicas que resume as atitudes:

1. Atitudes são experiências subjetivas;
2. Atitudes são experiências de uma questão ou objeto;
3. Atitudes são experiências de uma questão ou objeto nos termos de uma dimensão valorativa;
4. Atitudes envolvem julgamentos de valor;
5. Atitudes podem ser expressas pela linguagem oral;
6. A expressão das atitudes é, em princípio, inteligível;
7. As atitudes são comunicadas;
8. Indivíduos diferentes podem concordar e discordar em suas atitudes;
9. As pessoas que têm atitudes diferentes em relação a um objeto diferem no que acreditam ser falso ou verdadeiro em relação a esse objeto;
10. As atitudes estão previsivelmente relacionadas com o comportamento social.

Fonte: Eiser (1986. *Apud* ROSS, 2002. p. 59-61).

Crompton cita que as atitudes “são uma das variáveis mais populares no campo do comportamento do consumidor para testar e prever o comportamento de opção de consumo” (*apud* ROSS, 2002. p. 62). Conforme assinala Ross, os visitantes têm um conhecimento limitado no que se refere ao local de destino, que nunca visitaram. Por essa razão, a imagem e a atitude em relação a um destino turístico podem ser elementos



críticos no processo de escolha do destino da viagem. A escolha do local de consumo deve ser analisada levando em consideração as interações pragmáticas, como tempo, dinheiro qualificações e imagens do destino.

Compton (1977. *Apud* ROSS, 2002) ainda explica que a escolha de um destino é constituída num processo de duas fases. A primeira, quando se mobiliza para saber se há ou não um período de férias. Depois de ser decidido tirar férias, a segunda fase gira em torno do destino escolhido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base principal a Psicologia, considera-se que a mesma é imprescindível para a formação acadêmica e profissional do bacharel em Turismo, partindo do pressuposto de que o Turismo é fomentado pela sua interdisciplinaridade, ou seja, ele próprio se apropria dessa ciência.

O propósito da Psicologia, enquanto disciplina, é auxiliar o profissional a conhecer “quem” e “com quem” ele irá trabalhar, analisando os tipos existentes de personalidades, comportamentos, motivações e atitudes do turista, proporcionando, assim, um planejamento mais estruturado e uma experiência sistematizada dos serviços.

Dessa maneira, torna-se necessário destacar a importância da Psicologia para a grade curricular do curso de Bacharel em Turismo e, com base nessa reflexão, posteriormente, articularemos uma pesquisa com os discentes do curso de Turismo da UNESP/Rosana, a fim de avaliarmos se os mesmos apresentam interesse sobre esta temática e se demonstram consciência a respeito da importância desta ciência para a sua formação profissional.

REFERÊNCIAS

ANDREASI, D. **Consumismo x Pirâmide de Maslow**: uma outra visão da teoria. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/consumismo-x-piramide-de-maslow-uma-outra-visao-da-teoria/52368/>>. Acesso em 01 de maio de 2017.

DAVIDOFF, L. L. **Introdução à Psicologia**. 3. ed. São Paulo: Markron Books, 2001.

EVANGELISTA, I. M. **Psicologia do Turismo**. Fortaleza: UAB/IFCE, 2008. Disponível em: <www.passeidireto.com>. Acesso em 25 de abril de 2017.

ONZI, L; BOTOMÉ, S. P. **COMPETÊNCIAS CONSTITUINTES DA FORMAÇÃO PSICOLÓGICA DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO: A DELIMITAÇÃO DOS COMPORTAMENTOS PROFISSIONAIS A SEREM APRENDIDOS PELOS ALUNOS**. Santa Catarina: II seminário de pesquisa em turismo do Mercosul, 2004. Disponível em: <www.ucs.br>. Acesso em 23 de abril de 2017.

ROSS, G. F. **Psicologia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

SILVA, F. B. **A Psicologia aplicada ao turismo e hotelaria**. 3. ed. São Paulo: Cena, 2001.