



Fundação

CECIERJ

Consórcio **cederj**

Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro

Volume 2

Transporte

Carla Conceição Lana Fraga
Eunice Mancebo Rodrigues Fernandes
Rafael Teixeira de Castro



**GOVERNO DO
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE
CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

**UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL**

Ministério da
Educação

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Apoio:



FAPERJ

Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo
à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Rua da Ajuda, 5 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP 20040-000

Tel.: (21) 2333-1112 Fax: (21) 2333-1116

Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

Vice-presidente

Masako Oya Masuda

Coordenação do Curso de Turismo

UFRRJ - William Domingues

UNIRIO - Camila Moraes

CEFET - Claudia Fragelli

Material Didático

ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

Carla Conceição Lana Fraga

Eunice Mancebo Rodrigues Fernandes

Rafael Teixeira de Castro

COORDENAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Cristine Costa Barreto

SUPERVISÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Fabio Peres

DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL E REVISÃO

Marcelo Alves da Silva

Nataniel dos Santos Gomes

Paulo Alves

AVLIAÇÃO DO MATERIAL DIDÁTICO

Thaís de Siervi

Departamento de Produção

EDITOR

Fábio Rapello Alencar

COORDENAÇÃO DE REVISÃO

Cristina Freixinho

REVISÃO TIPOGRÁFICA

Beatriz Fontes

Carolina Godoi

Cristina Freixinho

Elaine Bayma

Patrícia Sotello

Renata Lauria

Thelenayce Ribeiro

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO

Ronaldo d'Aguiar Silva

DIRETOR DE ARTE

Alexandre d'Oliveira

PROGRAMAÇÃO VISUAL

Alexandre d'Oliveira

ILUSTRAÇÃO

Bianca Giacomelli

CAPA

Bianca Giacomelli

PRODUÇÃO GRÁFICA

Verônica Paranhos

Copyright © 2012, Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Nenhuma parte deste material poderá ser reproduzida, transmitida e gravada, por qualquer meio eletrônico, mecânico, por fotocópia e outros, sem a prévia autorização, por escrito, da Fundação.

F811t

Fraga, Carla Conceição Lana.

Transporte. v. 2 / Carla Conceição Lana Fraga, Eunice Mancebo Rodrigues Fernandes, Rafael Teixeira de Castro. - Rio de Janeiro : Fundação CECIERJ, 2013.

190 p.; 19 x 26,5 cm

ISBN: 978-85-7648-840-8

1. Transportes rodoviário. 2. Transportes ferroviário. I. Fernandes, Eunice Mancebo Rodrigues. II. Castro, Rafael Teixeira de. III. Título.

CDD : 388

Referências Bibliográficas e catalogação na fonte, de acordo com as normas da ABNT.
Texto revisado segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.

Governo do Estado do Rio de Janeiro

Governador
Sérgio Cabral Filho

Secretário de Estado de Ciência e Tecnologia
Gustavo Reis Ferreira

Universidades Consorciadas

**CEFET/RJ - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO
TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA**
Diretor-geral: Carlos Henrique Figueiredo Alves

**UENF - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO
NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO**
Reitor: Silvério de Paiva Freitas

**UERJ - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO
RIO DE JANEIRO**
Reitor: Ricardo Vieiralves de Castro

UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
Reitor: Roberto de Souza Salles

**UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO
RIO DE JANEIRO**
Reitor: Carlos Levi

**UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL
DO RIO DE JANEIRO**
Reitora: Ana Maria Dantas Soares

**UNIRIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO
DO RIO DE JANEIRO**
Reitor: Luiz Pedro San Gil Jutuca

SUMÁRIO

Aula 11 – Introdução aos transportes rodoviários – parte I _____	7
Rafael Teixeira de Castro	
Aula 12 – Introdução aos transportes rodoviários – parte II _____	27
Rafael Teixeira de Castro	
Aula 13 – Panorama internacional dos transportes rodoviários ____	49
Rafael Teixeira de Castro	
Aula 14 – Transportes rodoviários no Brasil _____	71
Rafael Teixeira de Castro	
Aula 15 – Introdução aos transportes ferroviários – parte I _____	93
Carla C. L. Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
Aula 16 – Introdução aos transportes ferroviários – parte II _____	121
Carla C. L. Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
Aula 17 – Panorama internacional dos transportes ferroviários ____	147
Carla C. L. Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
Aula 18 – Transportes ferroviários no Brasil _____	163
Carla C. L. Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
Referências _____	181

11

Introdução aos transportes rodoviários – parte I

Rafael Teixeira de Castro

Meta da aula

Apresentar noções do transporte rodoviário em interface com o turismo, com destaque para suas características e utilização turística dos automóveis, ônibus e veículos recreacionais.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer as vantagens e desvantagens do transporte rodoviário para o turismo;
- 2 estabelecer as relações entre os veículos, os ônibus e o turismo;
- 3 reconhecer a importância dos veículos recreacionais e sua infraestrutura.

Introdução

O transporte rodoviário possui grande importância para o desenvolvimento das atividades turísticas, principalmente no Brasil, como veremos nas próximas aulas. De maneira geral, este modo de transporte é responsável por grande parte dos deslocamentos turísticos de pequenas e médias distâncias, com destaque especial para a movimentação dos turistas no interior do próprio destino e entre destinos de uma mesma região turística.

Nesta aula, enfatizaremos as características do modo de transporte rodoviário em interface com o turismo. Iniciaremos o estudo tratando da importância dos automóveis, dos ônibus em serviços regular e de fretamento e dos veículos recreacionais, para o desenvolvimento de atividades turísticas.

O modo rodoviário em interface com o turismo

O desenvolvimento da atividade turística como temos hoje, acessível para um número cada vez maior de pessoas, foi proporcionado em grande parte pelo desenvolvimento dos veículos rodoviários modernos. Segundo Palhares (2002), o modo rodoviário foi responsável por dar acesso a regiões com distâncias de curto e médio percurso.

Para melhor entender, algumas características dos transportes rodoviários merecem ser destacadas:

- Flexibilidade com a possibilidade de transporte porta a porta:

O transporte rodoviário oferece a possibilidade do transporte porta a porta, ou seja, direto do ponto de origem ao destino sem interrupções, permitindo maior flexibilidade dos itinerários. No caso do turismo, permite aos turistas escolherem suas rotas de preferência de acordo com o roteiro desejado.

- Meio de interligação entre outros modos de transporte:

Muitos trechos dos transportes ferroviário e metroviário são complementados pelo modo rodoviário. No metrô do Rio de Janeiro, por exemplo, existem várias linhas de extensão para

bairros como Humaitá, Urca, Jardim Botânico e Gávea, operadas por ônibus da própria empresa Metrô Rio, operadora do sistema metroviário da cidade.

- Ligação entre terminais de transporte e destinos finais:

Grande parte dos terminais de transporte (rodoviárias, aeroportos, estações ferroviárias e portos) é ligada às demais áreas dos destinos por meio do transporte rodoviário. Os passageiros que chegam ao porto do Rio de Janeiro, por exemplo, saem em excursões pela cidade, utilizando vários ônibus de turismo.

- Como funciona o transporte de massa para excursões em áreas turísticas:

Dentro de áreas consideradas turísticas, o modo rodoviário é utilizado como um dos principais modos de transporte. Cidades de grande porte com vocação turística como Londres e Paris, por exemplo, possuem ônibus que circulam exclusivamente em roteiros que interligam seus atrativos turísticos, como veremos mais adiante.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Agora que você já sabe as principais características e vantagens do transporte rodoviário, pense sobre as desvantagens deste modo em interface com o turismo. De que formas elas influenciam no planejamento turístico?

Resposta Comentada

Algumas desvantagens do modo rodoviário como transporte turístico podem ser elencadas, tais como:

- 1. Tráfego intenso e congestionamento nas vias urbanas, prejudicando a mobilidade dos turistas nos destinos.*
- 2. Dificuldades relacionadas ao estacionamento.*
- 3. Elevado índice de acidentes.*
- 4. Altas taxas de crimes/roubos nas rodovias e nas próprias cidades.*
- 5. O estado de conservação das rodovias.*
- 6. Impactos ambientais negativos com poluição sonora e atmosférica.*
- 7. Elevado consumo de combustível.*
- 8. Alto custo para grandes distâncias.*

Um dos objetivos do planejamento é a minimização dos impactos negativos da atividade turística. Ao pensar nas desvantagens do transporte rodoviário em interface com o turismo, deve-se planejar a fim de que as desvantagens elencadas anteriormente sejam reduzidas ao mínimo para que o turismo possa se desenvolver.

Os automóveis e o turismo

Os automóveis passaram a ser produzidos em escala industrial somente após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), mesmo que tenham sido idealizados e desenvolvidos ainda no final do século XIX. Com a produção cada vez maior, os automóveis passaram a ser um bem acessível a uma parcela maior da população. A expansão do seu uso impulsionou o desenvolvimento da infraestrutura viária com a construção de muitas rodovias, gerando grande interesse dos empreendedores do setor hoteleiro que começaram a instalar seus hotéis ao longo das mesmas, colaborando muito com o desenvolvimento do turismo (PALHARES, 2002; PAOLILO; REJOSWIKI, 2002).

Este tipo de veículo veio se modernizando através dos tempos e hoje é um modo de transporte que oferece ao seu usuário uma enorme mobilidade e conveniência para os seus desloca-

mentos. Com velocidade de operação em torno de 80 a 110km/h, os automóveis são indicados para deslocamentos de curto e médio percurso, incentivando o turismo doméstico e regional.

Além dos automóveis tradicionais que estamos acostumados a ver todos os dias, há dois outros tipos utilizados como transportes turísticos: os *buggies* e os jipes. Os primeiros são muito utilizados nas praias do Nordeste brasileiro, por exemplo, para passeios pelas dunas. Os jipes também são usados nas praias, mas seu uso mais intenso ocorre em viagens *off-road* (fora da estrada), geralmente em trilhas por locais de difícil acesso.



Figura 11.1: *Buggy* nas dunas da praia.

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=930384>



Figura 11.2: Jipe para trajetos *off-road*.

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=1148991&direct=photo>

Além do uso particular dos carros na realização de viagens, uma das grandes contribuições para o turismo é o mercado de locação de automóveis, um dos assuntos da próxima aula.

Os ônibus e o turismo

A história dos ônibus (do latim *omnibus*, quer dizer “para todos”) se iniciou no século XVII, quando um francês chamado Blaise Pascal desenvolveu um veículo de transporte coletivo movido à tração animal. Os auto-ônibus, ou seja, aqueles com força motriz própria, somente foram desenvolvidos no final do século XIX, por Karl Benz (PALHARES, 2002).

A partir da motorização dos ônibus, estes veículos foram cada vez mais modernizados e na década de 1930 já chegavam à velocidade de 70km/h, passando a atuar nos âmbitos do transporte interurbano e no transporte urbano de passageiros, garantindo mobilidade aos usuários e acessibilidade aos destinos.

Os serviços dos ônibus podem ser divididos nas seguintes categorias:

Quadro 11.1: Categorias de serviços de ônibus

Regular	Serviços de transporte previamente programados, operados em linhas e horários predeterminados e com saídas previstas independente do número de passageiros a bordo. Além disso, os serviços regulares possuem acesso público – qualquer pessoa que desejar ou precisar do serviço pode adquirir um bilhete de passagem.
Fretamento	Os serviços de fretamento são um tipo de transporte privado. O fretamento pode ser fechado, quando várias pessoas se juntam e alugam um ou vários ônibus; ou aberto, como as excursões rodoviárias em que as operadoras de turismo alugam os ônibus e vendem os pacotes a quem desejar.

Fonte: Baseado em Palhares (2002) e em Paolilo e Rejowski (2002).

As empresas operadoras levam em conta uma série de aspectos para planejar o dimensionamento da sua frota e qual categoria de ônibus utilizar em determinada rota, tais como: as estatísticas do fluxo turístico nesta rota, o tipo da viagem a ser realizado, o tipo de passageiro a ser transportado, o objetivo da viagem, sua duração e o estado das estradas a serem circuladas. Há ainda o fator custo uma vez que, quanto maior o conforto oferecido pelos veículos, maior é a tarifa cobrada aos passageiros.

Nos serviços regulares de transporte rodoviário, os ônibus são denominados rodoviários, já para os fretamentos costuma-se utilizar o termo ônibus de turismo. Existem várias categorias de ônibus de acordo com cada empresa operadora, entretanto, observa-se no mercado a predominância dos seguintes tipos:

- Ônibus convencional:

Veículos com capacidade aproximada de 40 a 50 passageiros, equipados com sanitário, sem ar-condicionado, poltronas pouco reclináveis e com acabamento simples. São mais indicados para rotas de curta e média distância, apesar de serem utilizados às vezes em rotas longas por conta do custo.

- Ônibus executivo:

Veículos com capacidade para 30 a 40 passageiros, também equipados com sanitário, ar-condicionado, poltronas reclináveis, serviço *self-service* de água e café, com acabamento um pouco mais refinado que o convencional.

- Ônibus leito:

São veículos com o número de assentos reduzido, resultando em uma capacidade para 25 a 35 passageiros. São equipados com sanitário, ar-condicionado, serviço *self-service* de água, café e “kit lanche” (com biscoitos, doces e alguma bebida). As poltronas são totalmente reclináveis, do tipo “cama”, com apoio para os pés. O acabamento é considerado de luxo. Geralmente não há a projeção de filmes, uma vez que um dos grandes diferenciais destes ônibus é a reclinagem total das poltronas, fazendo com que os passageiros durmam durante a viagem.

- Ônibus semileito:

Possuem as mesmas características dos ônibus leito, exceto pela reclinção total das poltronas. Geralmente há projeção de filmes.

- Ônibus panorâmico DD (duplo *deck*):

Estes veículos possuem dois andares e oferecem dois tipos de serviços diferentes. No piso inferior, há serviço de categoria leito e no piso superior o serviço semileito. Assim, em um mesmo veículo é possível transportar passageiros em classes de serviço diferentes, inclusive com tarifas diferenciadas, gerando benefícios para as empresas e para os clientes. A imagem a seguir mostra um exemplo de mapa de um ônibus duplo *deck*. O piso superior conta com 44 assentos, na categoria semileito, e o piso inferior com 9 assentos da categoria leito, totalizando 53 lugares.

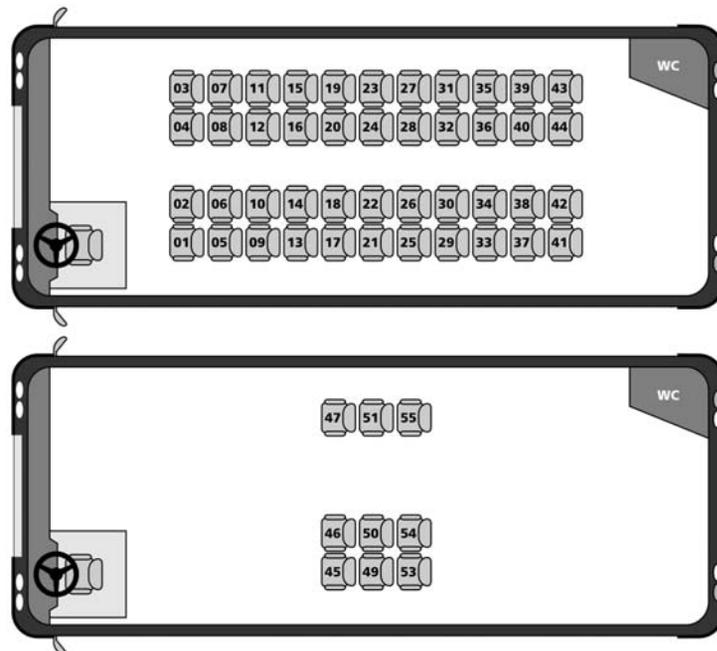


Figura 11.3: Esquema do interior de um ônibus duplo *deck*.

Fonte: <http://www.nspenha.com.br>

Os ônibus de turismo na realidade são os mesmos ônibus chamados de rodoviários. Entretanto, para a sua utilização com fins turísticos são feitas algumas adaptações e melhorias, sendo oferecidas as seguintes categorias (PAOLILO; REJOSWKI, 2002):

- Ônibus *standard*:

Veículos equipados com poltronas individuais reclináveis, descanso para os pés, sanitário a bordo, microfone e assento para guia de turismo, equipamento de som e caixa de primeiro socorros.

- Ônibus luxo:

Além das características da categoria anterior, possui geladeira, ar-condicionado e travesseiros.

- Ônibus superluxo:

Além das características anteriores, oferece poltronas do tipo leito forradas em couro ou tecido, mantas, aparelho de DVD, televisões, porta-copos, cafeteira, geladeira elétrica, forno de micro-ondas, calefação e esterilizador de ar.

Os micro-ônibus e as vans também possuem papel importante na oferta de transportes rodoviários em interface com o turismo. Nos destinos, estes veículos são muito utilizados pelas agências de turismo receptivo para serviços de *city tour* e traslados em geral. Por possuírem capacidade intermediária (micro-ônibus entre 22 e 24 lugares e as vans entre 12 e 15 lugares), eles também são usados para deslocamentos de pequenas e médias distâncias quando se tem um grupo de pessoas em número maior que a capacidade dos automóveis e menor do que a dos ônibus.

Palhares (2002) elencou algumas vantagens apresentadas pelo ônibus com a finalidade rodoviária e turística: o serviço porta a porta, sobretudo nos ônibus fretados em que o roteiro pode ser totalmente planejado pelos locatários; o motorista próprio, uma grande vantagem para viajantes que não saibam dirigir ou que não queiram fazê-lo, permitindo que os passageiros relaxem e aproveitem a viagem sem grandes preocupações; a sociabilidade, proporcionada por viagens em excursão, por exemplo; o custo, geralmente a viagem de ônibus sai mais barata em com-

paração ao carro quando não se tem a possibilidade de lotação completa, sobretudo em função dos pedágios, combustível etc.; o meio ambiente, num ônibus a emissão de poluentes por pessoa é muito menor do que em um automóvel.

As atividades das transportadoras turísticas, ou seja, aquelas que oferecem serviços de fretamento são regulamentadas por uma vasta legislação específica. A regulamentação brasileira, por meio do Decreto 87.348 de 29 de junho de 1982, permite que estas empresas realizem transporte turístico de superfície nas seguintes modalidades:

1. Transporte turístico para excursões: Transporte realizado em âmbitos municipal, estadual, interestadual ou internacional, sem limite de duração, para atendimento de pacotes de turismo organizados pelas agências de viagens.
2. Transporte turístico para passeio local: Transporte realizado dentro dos destinos turísticos, com visitas aos locais de interesse dos turistas em um município e seu entorno, sem incluir pernoite. Esta modalidade atende as agências de turismo receptivo.
3. Transporte turístico para traslado: Transporte realizado entre estações terminais de embarque e desembarque, os meios de hospedagem, locais onde se realizam congressos, convenções, feiras e programações sociais. Também fazem parte dos serviços oferecidos pelas agências de turismo receptivo.
4. Transporte turístico especial: Não inclui pernoite em nenhum tipo de meio de hospedagem, mas pode ser em âmbitos municipal, estadual, interestadual e internacional. Estes serviços são ajustados diretamente entre o cliente e a transportadora.

City tour ou sightseeing

O *city tour*, também chamado de *sightseeing*, é um passeio pela cidade para conhecer os atrativos turísticos. Estes passeios podem ser feitos de carros privados, ônibus ou até mesmo de helicóptero. É imprescindível a presença de um guia de turismo ou de recursos que facilitem a interpretação dos atrativos como gravações de áudio que vão detalhando os atrativos, por exemplo. A maioria dos programas de *city tour* oferece ao turista a possibilidade de desembarcar do veículo em alguns atrativos para conhecê-los melhor.

Serviços de city tour

Em termos de transportes rodoviários turísticos, não podemos esquecer dos veículos que operam serviços de *city tour* (ou *sightseeing*) nos destinos.

A empresa City Sightseeing é a principal líder neste mercado, com *tours* em mais de 80 cidades em várias regiões do mundo.



A empresa operadora de *city tours* City Sightseeing foi formada em 1988, tendo seu primeiro passeio implantado na cidade de Sevilha, na Espanha. Em 2000, somente quatro cidades contavam com os serviços desta empresa, enquanto atualmente estão presentes em mais de 80 cidades. Seu modelo de franquia de grande sucesso foi iniciado no ano 2000 e hoje em dia, grande parte das operações são baseadas neste sistema. Seus ônibus vermelhos de dois andares com o segundo piso descoberto e pinturas em grafite são reconhecidos em vários lugares do mundo, reafirmando a liderança da empresa neste setor.

A empresa trabalha com o modelo de *franchise* no qual o interessado deve comprar a franquia da marca City Sightseeing e operar o serviço conforme as regras do contrato. Segundo o modelo de franquia da empresa, os operadores devem manter sempre a cor vermelha e os escritos em grafite nos veículos, devem estar disponíveis para reservas no site oficial da empresa e ainda repassar uma porcentagem dos seus lucros.



Figura 11.4: Ônibus da City Sightseeing em Edimburgo, Escócia.
Fonte: Rafael Castro.

Na **Figura 11.4**, vimos o modelo de ônibus utilizado pela empresa. São todos veículos de dois andares, sendo o segundo piso descoberto. Na entrada são oferecidos fones de ouvido para que o passageiro possa ouvir as mensagens gravadas em diversos idiomas durante o roteiro. Os roteiros da City Sightseeing permitem ao passageiro desembarcar em quaisquer dos atrativos turísticos e reembarcar nos próximos ônibus. Os bilhetes de passagem são válidos por 1 ou 2 dias.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2.

Rio terá ônibus panorâmicos de dois andares

16/7/2010

A exemplo de algumas das cidades europeias, o Rio passará a contar com linhas de ônibus turísticos. A RioTur deve publicar nesta sexta-feira, no *Diário Oficial*, a abertura da licitação para selecionar a empresa que vai operar duas linhas de coletivos panorâmicos, de dois andares. Ao todo, oito veículos percorrerão os principais pontos das zonas Sul e Oeste e do Centro. A passagem custará até R\$ 60 e poderá ser usada durante um período (um ou mais dias).

A Secretaria de Turismo não divulgou prazo para a implementação do serviço, que estará disponível aos turistas, de 8h às 18h. Conforme previsto no edital, os ônibus deverão respeitar intervalos máximos de meia-hora. No roteiro de uma das linhas do futuro city-tour, estão previstas paradas no Corcovado, no Pão de Açúcar, na Cinelândia e em Copacabana. Em outra, há passeios até as avenidas Niemeyer e Sernambetiba e Cidade da Música. Um guia, com domínio de pelo menos três idiomas, acompanhará os turistas.

“O passageiro terá a liberdade de embarcar e desembarcar onde bem entender, enquanto seu bilhete estiver válido. E a empresa vencedora pode buscar parcerias com os pontos

turísticos e oferecer descontos aos passageiros, como ocorre em Barcelona e Lisboa”, prevê o secretário de Turismo, Antônio Pedro Figueira de Mello.

Pela licença de operação do serviço, o vencedor da licitação, na modalidade menor preço, pagará R\$ 600 mil ao município.

Fonte: <http://correiodobrasil.com.br/rio-tera-onibus-panoramicos-de-dois-andares/170269/>

Com base na notícia veiculada no *Correio do Brasil*, responda às seguintes questões:

a) Este serviço será regular ou de fretamento? Por quê?

b) Em qual das quatro categorias de transportes rodoviários turísticos, relacionadas pela legislação brasileira, este serviço se enquadra? Justifique.

c) De que forma a empresa operadora do serviço poderá realizar parcerias com os atrativos turísticos da cidade?

Resposta Comentada

Há algumas partes do texto que nos fazem perceber que o serviço de city tour proposto será REGULAR: O serviço estará disponível aos turistas diariamente, de 8h às 18h com intervalos de 30 minutos entre um ônibus e outro, proporcionando um serviço regular com saídas independente de número mínimo de passageiros. O serviço se enquadra na categoria “transporte turístico para passeio local” da legislação, uma vez que atende exatamente às especificações desta

categoria, com transporte aos atrativos turísticos de interesse sem incluir pernoite. A empresa operadora dos ônibus de city tour poderá fazer parcerias com os principais atrativos turísticos da cidade, a fim de proporcionar descontos aos turistas que comprarem o bilhete do passeio. As duas empresas se beneficiarão por estarem oferecendo benefícios diferenciados aos turistas.

Veículos recreacionais

Os veículos recreacionais são muito utilizados em viagens de lazer, acampamentos e também como moradias temporárias. São divididos em duas categorias: *trailers*, quando são rebocados; e *motorhomes*, quando possuem propulsão própria. Geralmente são dotados de espaços para preparação de alimentos e para dormir. Há alguns veículos que possuem água corrente e energia elétrica. Os modelos mais modernos são equipados com ar-condicionado, opções de entretenimento e demais utilidades.

Turistas que viajam em veículos recreacionais são atraídos por viagens em grupo que proporcionem liberdade e conforto nos deslocamentos. Uma das grandes vantagens é o deslocamento por vários destinos, seguindo rotas determinadas pelos próprios viajantes de acordo com a sua disponibilidade de tempo. Estes turistas desfrutam de forte contato com a natureza, uma vez que o uso dos veículos recreacionais geralmente demanda a utilização da infraestrutura de *campings* para o abastecimento de água e energia e para passar a noite (PALHARES, 2002).

Segundo a Recreational Vehicles Industry Association (RVIA) dos Estados Unidos, os veículos recreacionais a reboque (*trailer*) podem ser dos seguintes tipos, dentre outros (RVIA, 2010; PALHARES, 2002):

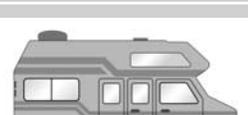
Quadro 11.2: Tipos de trailers

	<p>Trailer para <i>camping</i> com cobertura Possui uma tenda que pode permanecer aberta durante o dia e fechada durante a noite para os viajantes dormirem. Pode custar de US\$ 4.000 a US\$ 13.000.</p>
	<p>Trailer para caminhonete Pode ser fixado sobre a carroceria de uma caminhonete. Custo entre US\$ 4.000 e US\$ 26.000.</p>
	<p>Trailer para viagem Pode ser de diversos tamanhos e possuir variadas facilidades, como uma casa normal. Pode acomodar até 10 pessoas. O custo fica entre US\$ 8.000 e US\$ 65.000.</p>
	<p>Trailer para viagem com quinta roda É mais espaçoso que os anteriores, pois possui dois níveis. Preço: entre US\$ 13.000 e US\$ 100.000.</p>

Fonte: Baseado em RVIA, 2010 e Palhares, 2002.

Há ainda os tipos de *motorhomes*, aqueles com propulsão própria (RVIA, 2010; PALHARES, 2002):

Quadro 11.3: Tipos de *motorhomes*

	<p>Motorhome tipo A É o veículo recreacional mais espaçoso e pode acomodar até 10 pessoas. É muito luxuoso e possui todas as facilidades encontradas em uma casa tradicional. O custo varia entre US\$ 58.000 e US\$ 400.000.</p>
	<p>Motorhome tipo B É conhecido também como furgão para <i>camping</i>. Acomoda até 4 pessoas e inclui cozinha, banheiro e camas. Custo: de US\$ 41.000 a US\$ 74.000.</p>



Fonte: Baseado em RVIA, 2010 e Palhares, 2002.

Com a descrição dos modelos de veículos recreacionais, podemos perceber a existência dos mais variados tipos, atendendo a demandas diferenciadas. É importante ressaltarmos a infraestrutura necessária para atender a este tipo de turista. Este tipo de viajante requer estradas com estrutura de segurança, com facilidades como postos para o abastecimento, oficinas mecânicas, restaurantes e *campings*. Assim, para que esta modalidade de turismo rodoviário se desenvolva é necessário planejamento minucioso. Mais uma vez o planejamento dos transportes revela sua interface com o planejamento turístico, onde o incremento de uma atividade turística acaba sendo dependente de melhorias específicas do setor de transportes. Em países em que há grande utilização dos veículos recreacionais como nos Estados Unidos, nota-se a presença de melhor infraestrutura. Por meio da internet, o turista pode planejar toda a sua viagem, buscando *campings* espalhados por praticamente todo o território americano. Entretanto, no Brasil este processo é ainda muito incipiente com poucas estratégias sendo desenvolvidas.



Ficou curioso sobre os *motorhomes*? Veja o vídeo que mostra um pouco sobre esses veículos e fala dos destinos turísticos brasileiros mais procurados pelos turistas que optam por esta modalidade de turismo: http://www.youtube.com/watch?v=0S4c9L_2p_M.

Nesta aula, podemos conhecer algumas das principais formas de utilização do modo rodoviário para fins turísticos, abordando a importância e as características dos automóveis, ônibus e veículos recreacionais. Não podemos nos esquecer de manter o olhar de planejadores da atividade turística ao pensar cada um dos conteúdos aqui tratados. Uma vez atuando em empresas de ônibus, sejam elas regulares ou de fretamento, o profissional de turismo deve voltar-se para o planejamento dos serviços e sua logística, por exemplo. Em termos de veículos recreacionais, o profissional do turismo é essencial para pensar a infraestrutura necessária nas rodovias e nos *campings*. Estas são algumas das aplicações dos conhecimentos acadêmicos do turismo no mercado de transportes.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 3

O trecho Rio de Janeiro–São Paulo é servido pela BR-116 (rodovia Presidente Dutra) com extensão de 402 quilômetros. Visitando o site da concessionária Nova Dutra (www.novadutra.com.br) e outros sites na internet, pesquise sobre a estrutura existente nesta rodovia que possa atender aos turistas em veículos recreacionais (postos de serviço, atendimento de emergência, *campings* etc.) e cite alguns atrativos turísticos existentes neste trecho.

Dica: o site www.motorhomes.net.br traz uma relação dos *campings* no Brasil, por estados.

Resposta Comentada

No site da concessionária Nova Dutra, o aluno encontra informações sobre o número de postos de serviço (que incluem abastecimento, restaurantes etc.), o número e localização dos postos policiais, as dicas de segurança e o serviço SOS Usuário, como também dicas de turismo ao longo da rodovia Presidente Dutra. No site motorhomes.net.br o aluno tem acesso a uma relação de campings nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo e deve localizar aqueles presentes na BR-116. Alguns dos atrativos turísticos encontrados neste trecho são: as fazendas seculares e festas tradicionais de Barra do Piraí (RJ); o Parque Nacional do Itatiaia, em Itatiaia (RJ), a mais antiga unidade de conservação do Brasil; as fazendas cafeeiras e as igrejas coloniais de Barra Mansa (RJ); a Basílica de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida do Norte (SP), dentre outros.

Resumo

Nesta aula começamos a discutir sobre os transportes rodoviários em interface com o turismo. Primeiramente reconhecemos as características principais deste modo de transporte e como pode beneficiar a atividade turística. Também foram apresentadas as desvantagens da utilização do transporte rodoviário, tais como os congestionamentos, dificuldades de estacionamento, dentre várias outras. Em seguida, partimos para tratar de algumas formas de utilização dos veículos rodoviários no mercado turístico. Tratamos dos automóveis particulares e dos ônibus, responsáveis por grande parte dos deslocamentos de pequenas e médias distâncias. Vimos ainda a relevância dos ônibus para serviços como os *city tours*. Por fim, abordamos os veículos recreacionais e a infraestrutura necessária para o seu desenvolvimento.

Informação sobre a próxima aula

A próxima aula continuará a abordagem dos automóveis em interface com o turismo com uma explicação sobre as características do mercado de locação de veículos. Serão elucidados ainda temas como os táxis, motos e bicicletas em interface com o turismo além das estradas como atrativos turísticos, as estradas cênicas, e os terminais rodoviários.

12

Introdução aos transportes rodoviários – parte II

Rafael Teixeira de Castro

Meta da aula

Apresentar noções gerais dos transportes rodoviários, abordando o setor de locação de veículos, os táxis, o turismo em bicicletas e os terminais rodoviários.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 descrever o processo de locação de veículos;
- 2 reconhecer a importância dos serviços de táxi para os destinos turísticos;
- 3 identificar o uso das bicicletas como forma de transporte turístico sustentável;
- 4 identificar as características das estradas cênicas e dos terminais rodoviários intermunicipais em suas interfaces com o turismo.

Introdução

Na aula anterior, tratamos de vários assuntos, como os veículos rodoviários e sua utilização turística. Vimos a importância dos ônibus para o deslocamento dos turistas em pequenas e médias distâncias e o uso dos veículos recreacionais, assim como a infraestrutura necessária para o desenvolvimento desta modalidade de turismo.

Nesta aula, abordaremos especificamente o setor de locação de veículos e suas características. Veremos que este ainda é um setor em expansão e muito dependente do mercado turístico. Analisaremos o serviço de táxi, que gera maior mobilidade para os turistas nos destinos, e a importância da hospitalidade neste contexto. Veremos que o turismo de bicicletas é uma forma interessante de desenvolver o turismo e os transportes de maneira mais sustentável e, por fim, iremos identificar as características operacionais e de gestão dos terminais rodoviários intermunicipais.

Locação de veículos e o turismo

O mercado de locação de veículos é bastante dependente do setor de turismo. Entretanto, a terceirização dos serviços automotivos de empresas e de órgãos públicos tem se mostrado como uma nova oportunidade para as locadoras de veículos.

O produto das locadoras de automóveis é exatamente a locação em si e a experiência de dirigir. Assim, a locação de automóveis é uma das alternativas mais práticas de transporte em viagens para turistas que desejam ter maior liberdade, isto é, viagens sem roteiros predefinidos. Algumas características deste que é mais um produto turístico devem ser ressaltadas (PALHARES, 2002) (PAOLILLO; REJOWSKI, 2002):

- Idade mínima para locação

Como a maioria civil no Brasil é 18 anos, grande parte das locadoras adotam a política de alugarem automóveis para pessoas com idade maior ou igual a 18 anos. Nos Estados Uni-

dos, as empresas somente alugam para maiores de 21 anos. Mesmo assim, para clientes entre 21 e 24 anos há a cobrança de uma taxa extra por diária.

- **Habilitação**

É obrigatório que o cliente tenha habilitação para dirigir veículos da mesma categoria daquele que deseja alugar. A Carteira Internacional de Habilitação permite ao motorista dirigir nos países signatários da Convenção de Viena sem nenhum tipo de restrição (a lista dos países pode ser encontrada no site do Detran). Entretanto, a maioria dos países aceita a carteira de habilitação brasileira por um período de três meses. Não há uma regra padrão para este assunto; por isto, os turistas devem ficar atentos às especificações de cada país antes de viajar.

- **Diária**

Cada diária de locação corresponde a 24 horas, iniciadas a partir do momento em que o veículo é retirado da loja. Cada hora em excesso é cobrada como uma taxa extra no momento da devolução do veículo.

- **Pagamento**

É praticamente impossível alugar um veículo sem um cartão de crédito. As empresas o utilizam como uma garantia financeira no caso de os clientes não cumprirem as especificações do contrato. Em geral, o pagamento é feito na retirada do veículo; porém, taxas extras como horas em excesso ou multas, por exemplo, são cobradas diretamente no cartão de crédito do cliente, após a devolução do automóvel.

- **Taxas e seguros**

O seguro é opcional; entretanto, recomenda-se a contratação ao menos da modalidade básica de seguros para evitar contratempos posteriores em caso de dano ou roubo do veículo. Há várias categorias de seguros, a saber:

- PDW – exoneração de danos e/ou avarias. Esta é uma proteção parcial contra danos e/ou avarias ao veículo, causadas por colisões ou acidentes. Caso precise acionar o seguro, o cliente paga até um valor limite da franquia e a seguradora cobre o restante;
- LDW – proteção total do veículo: além da cobertura anterior, oferece cobertura contra roubo, furto, incêndio e perda total do veículo. O sistema de pagamento é por franquia, como o anterior;
- ALI – proteção contra terceiros: este tipo de seguro oferece cobertura contra danos materiais e pessoais, causados a terceiros em razão de algum acidente envolvendo o carro alugado;
- PAI – proteção de acidentes pessoais: oferece proteção contra danos causados aos ocupantes do veículo oriundo de acidentes.

No momento do aluguel, o cliente pode optar por quilometragem livre ou não. Caso ele vá utilizar muito o veículo, deverá decidir pela quilometragem livre, na qual o valor da diária é um pouco mais alto. Se o cliente não preferir a quilometragem livre, ele deverá pagar uma taxa extra por cada quilômetro rodado, a ser acertada na devolução do veículo.

Demais taxas extras podem ser cobradas, como: aluguel de equipamento GPS, cadeira de bebê, serviço de motorista, taxa relacionada à idade do motorista e taxa de retorno, quando a devolução é feita em local diferente daquele onde o veículo foi retirado.

- Devolução do veículo

Os clientes podem optar por retornar o veículo na mesma loja onde foi retirado ou em uma loja diferente da mesma rede, até mesmo em outras cidades. Caso decida pela última opção, a taxa de retorno é cobrada.

Os veículos alugados são divididos em categorias (ou grupos) e cada locadora determina quais marcas e modelos irão colocar à disposição dos clientes. De uma maneira geral, os automóveis são classificados em: econômicos, compactos, intermediários, grandes e executivos, em função do seu tamanho e conforto.

Carros diferenciados também podem ser alugados. Um exemplo é a limusine, um automóvel de grande porte e muito luxuoso, geralmente na cor branca ou preta, muito usado nos Estados Unidos. Estes carros costumam ser conduzidos por motoristas que permanecem em um espaço separado dos passageiros. Os maiores possuem televisão, bar, geladeira, sistema especial de iluminação e espaço para até oito pessoas.



Figura 12.1: Limusine.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1266953>.

As locadoras podem alugar ainda vans, minivans, veículos esportivos (preferidos pelo público para circulação em estradas não pavimentadas e de difícil acesso), *trailers*, *motorhomes*, utilitários e até mesmo caminhões.

A fim de aumentar suas vendas, muitas locadoras fazem parcerias com empresas aéreas e oferecem pacotes turísticos em conjunto, os chamados *fly & drive*. Nestes pacotes, estão incluídas a passagem aérea e a locação de um veículo pelo período da viagem. Recentemente, a Unidas, uma das locadoras brasileiras, fechou parceria com a Gol Linhas Aéreas Inteligentes. Assim, os clientes da Gol podem usufruir de descontos na reserva dos veículos. Outra forma de integração entre estes dois setores é por meio dos programas de fidelização. Os clientes que alugam carro da Avis, por exemplo, podem ganhar pontos no programa de fidelidade da American Airlines.

Por fim, pelas características do produto citadas anteriormente (necessidade da carteira de habilitação, do cartão de crédito, dentre outras), nem todos os turistas podem optar por alugar veículos durante sua estadia em um destino. Além disto, há os turistas que, por vários motivos, preferem não alugar veículos; por isto, os táxis também são muito utilizados.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Explique o processo de locação de um veículo, utilizando as características do serviço abordadas nesta aula. Não se esqueça de mencionar os requisitos básicos para alugar um carro.

Resposta Comentada

Você deverá basear sua resposta nas características apontadas no início desta aula. Os requisitos básicos para se alugar um veículo são ter mais de 18 anos (no caso do Brasil) ou mais de 21 anos (em alguns países), possuir carteira de habilitação para a categoria do carro desejado e um cartão de crédito com limite disponível. Cada diária do veículo alugado corresponde a 24 horas a partir da saída do carro da loja e as horas excedidas são cobradas. O pagamento é realizado na retirada do veículo e o cliente pode optar pela quilometragem livre ou não. Deverá decidir ainda sobre qual plano de seguros irá contratar e a categoria de veículo desejada. A devolução poderá ocorrer tanto na mesma loja da retirada quanto em lojas diferentes, mediante cobrança de taxa extra.

Os táxis

Sabemos que os táxis não têm como mercado principal o uso turístico; entretanto, são muito utilizados pelos turistas em seus deslocamentos urbanos, garantindo acesso aos hotéis, atrativos turísticos, terminais de transporte, dentre outros.

Os táxis são muitas vezes o primeiro contato dos turistas com o destino turístico, já que são muito utilizados no deslocamento entre os terminais de transporte e os locais de hospedagem. É por este motivo que os planejadores de turismo devem se preocupar com a imagem projetada por estes prestadores de serviço. Além de intensificar a fiscalização, muitas cidades estão investindo em treinamentos para os motoristas de táxi, envolvendo desde o ensino de línguas estrangeiras até a conscientização de conceitos como hospitalidade, comportamento e relações interpessoais, qualidade no atendimento, empreendedorismo e informações relativas ao turismo local. É preciso que os taxistas tenham em mente os benefícios que este tipo de capacitação trará não somente para o destino, mas também para o seu próprio negócio.



“Rio + Hospitaleiro” é um programa de parceria entre a Prefeitura do Rio de Janeiro, a Secretaria Especial de Turismo e o Ministério do Turismo, que oferece cursos gratuitos de atendimento turístico a profissionais que lidam diretamente com os turistas na cidade, como é o caso dos taxistas. A carga horária é formada por 28 horas de atividades, entre aulas teóricas e práticas que envolvem assuntos como noções básicas de turismo, relações interpessoais, comunicação, história da cidade do Rio de Janeiro, educação ambiental, ética e comportamento profissional. O principal objetivo do programa é preparar os profissionais da cidade para os grandes eventos que acontecerão no Brasil: a Copa do Mundo em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016.

Em alguns casos, os táxis acabam se tornando os próprios atrativos turísticos. Quem nunca viu na televisão ou em algum filme os famosos táxis pretos de Londres ou os amarelos da cidade de Nova York? Eles se tornaram grandes ícones destas cidades e hoje em dia são vendidos até como suvenires.



Figura 12.2: Táxi de Londres.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/900736>



Figura 12.3: Táxi de Nova York.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/543868>

Segundo Palhares (2002), para se tornar um taxista em Londres é preciso que os candidatos se inscrevam em cursos preparatórios com duração de dois anos. Antes disso, devem atender a uma série de requisitos, tais como: idade mínima de 21 anos, não possuir antecedentes criminais e provar ter boa saúde física e mental. Nas provas, o candidato deve mostrar conhecimento de 400 rotas da cidade, incluindo pontos de interesse turístico como hotéis, museus, parques, cinemas, terminais de transporte, dentre outros. A segunda etapa da seleção é uma entrevista, a terceira consiste de outra prova sobre 100 rotas no subúrbio de Londres e um teste de direção. Somente após ser aprovado em todas as etapas, o candidato torna-se oficialmente um taxista da cidade de Londres. Esta foi a forma encontrada pela Prefeitura de exigir que os motoristas estejam plenamente treinados e capacitados antes mesmo de começarem a trabalhar.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Por que os taxistas devem passar por capacitações sobre turismo? Como esses treinamentos são realizados?

Resposta Comentada

Os turistas são grandes clientes dos serviços de táxi nos destinos. Além da utilização durante sua estada na cidade, muitas vezes o primeiro contato com o local é justamente com um taxista que faz o deslocamento entre um terminal de transporte e o local de hospedagem do turista. Por isto, os destinos devem se preocupar com a imagem passada por este profissional e com a qualidade deste serviço. Os treinamentos envolvem o ensino de línguas estrangeiras, como Inglês e Espanhol, e abordam questões como: a hospitalidade, a qualidade no atendimento, informações sobre o turismo local, ética, cidadania, dentre outros aspectos.

Bicicletas em interface com o turismo

Os impactos ambientais negativos causados pelas atividades de transportes e turismo já foram apontados anteriormente. Sabemos que as políticas de transporte turístico sustentável incentivam práticas que venham a diminuir os impactos, tais como: as caminhadas, a utilização dos transportes públicos e o ciclismo, uma das formas mais sustentáveis de transporte (PAGE, 2008).

O mercado para o ciclismo recreacional e turístico tem chamado a atenção. Para Lusdom (1996 apud PAGE, 2008) o turismo de bicicleta é um ciclismo que “faz parte da atividade primária de uma viagem de férias (...) estando na categorização de atividades de férias”. Este autor identifica ainda três segmentos de mercado adeptos do turismo de bicicleta:

- Ciclistas de férias: são casais, famílias ou grupos de amigos que buscam exatamente locais onde possam ter a oportunidade de andar de bicicleta. São turistas independentes e não optam por pacotes de viagens. Buscam rotas livres do tráfego convencional e geralmente levam seus próprios equipamentos.
- Ciclistas de feriados curtos: são pessoas que desejam viajar e optam por pacotes que proporcionem o conhecimento do local, com ou sem o aluguel de bicicletas.
- Excursionistas de um dia: estes são os ciclistas casuais. Realizam passeios não muito longos para visitar atrativos turísticos. Compreendem de 25 a 30% do mercado para o ciclismo recreacional.

Como incentivo para que a população abandone os carros particulares, utilize modos de transporte sustentáveis, e visando a atingir também o mercado turístico, muitas cidades estão investindo em sistemas de aluguel de bicicletas e na construção de ciclovias. Em Paris, o Vélib iniciou suas operações em 2007 (inspirado no sistema de Lyon, também na França) e hoje é um grande sucesso, com mais de 1.200 estações espalhadas pela cidade, distribuídas a cada 300 metros e mais de 17.000 bicicletas à disposição de moradores e turistas. Cada estação é equipada com um terminal automático de locação das bicicletas e o usuário deve possuir um cartão de crédito. A primeira meia hora de utilização é gratuita e a partir de uma hora é cobrado um euro (valor de 2010). Caso a bicicleta não seja devolvida, o sistema cobrará automaticamente 150 euros (valor de 2010) no cartão de crédito do usuário.



Figura 12.4: Estação de bicicletas em Lyon, França.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/351546>

No Brasil, este sistema começou a ser implantado com projetos em João Pessoa (PB), Blumenau (SC) e Rio de Janeiro (RJ), porém ainda são muito incipientes. No Rio, o projeto iniciado em 2009 foi chamado de Samba, com a previsão de instalação de 50 estações. Infelizmente, um dos grandes problemas enfrentados pelos projetos brasileiros é a falta de segurança, com muitas bicicletas sendo furtadas das estações.

A integração da bicicleta com outros meios de transporte é um aspecto fundamental para o desenvolvimento do cicloturismo. No Canadá, por exemplo, a Via Rail, operadora dos serviços de transporte ferroviário de passageiros, oferece transporte de bicicletas em vagões de bagagens em determinadas rotas, durante todo o ano. Há ainda o Bike Train (Trem da Bicicleta) que opera durante o verão e circula por rotas estrategicamente planejadas e voltadas para a prática do cicloturismo. Todos os trens são equipados com vagões preparados para o transporte das bicicletas e os funcionários são treinados para prestar informações sobre as práticas ciclistas. No Rio de Janeiro, a Metrô Rio permite o embarque com bicicletas nos trens aos sábados, domingos e feriados,

sempre no último carro de cada composição. Práticas de intermodalidade entre bicicletas e outros modos de transporte estão se tornando cada vez mais comuns ao redor do mundo, seguindo a tendência do incentivo às práticas sustentáveis de transporte.

Mais uma vez, o planejamento aparece como ferramenta indispensável para o desenvolvimento dos transportes turísticos. Para a implantação de sistemas de aluguel de bicicletas, como os citados anteriormente, é preciso planejar diversos aspectos, tais como: a rede de ciclovias existente na cidade é suficiente e apropriada para sua utilização? Qual tipo de bicicleta será oferecido? Qual será o esquema de cobrança pelo serviço? Os demais transportes públicos estão adaptados para que as bicicletas possam ser integradas? Quais são os roteiros ciclísticos potenciais, a fim de atingir não somente a população local, mas também os turistas? Estas são somente algumas questões que devem ser levantadas pelo processo de planejamento; obviamente, há diversas outras impedâncias a serem consideradas.



Atividade

Atende ao Objetivo 3

3. Leia a notícia a seguir:

Aluguel de bicicletas volta com previsão de expansão de estações até o Centro (23/3/2010)

O sistema de aluguel de bicicletas no Rio voltou neste domingo (21), após o serviço ficar três meses suspenso. Com novo desenho, as bicicletas ganharam nova cor, o azul, e travas reforçadas para dificultar o furto.

Em dezembro de 2009, 56 bicicletas do serviço foram furtadas, em apenas duas semanas.

Atualmente, as 190 bicicletas de aluguel estão espalhadas por 19 estações, que foram equipadas com câmeras de se-

gurança, sensores e sistemas de alarme. As estações ficam nos bairros de Copacabana, Ipanema, Leblon, Humaitá, Gávea e Lagoa, na Zona Sul. A prefeitura em parceria com a Serttel, empresa responsável pelo serviço, anunciou que pretende expandir e criar novas estações em Botafogo, no Aterro do Flamengo, na Lapa, no Centro, na Tijuca, na Zona Norte da cidade (THUM, 2010).

Agora responda: Você acredita no potencial da cidade do Rio de Janeiro para o cicloturismo? Como planejador de produtos e serviços turísticos, como você lidaria com o problema apresentado no texto?

Resposta Comentada

Muitos destinos turísticos estão utilizando as bicicletas como forma de minimizar os impactos ambientais dos transportes. Para isto, estão desenvolvendo roteiros ciclísticos e sistemas de aluguel de bicicletas. O Rio de Janeiro possui belezas naturais apreciadas no mundo todo; por isto, apresenta grande potencial para o desenvolvimento de práticas do cicloturismo. Sabemos que a questão da segurança pública na cidade do Rio é um problema bastante amplo que envolve diversas outras faces da sociedade e da política. Entretanto, como planejadores turísticos, não podemos deixar de propor serviços como este e devemos pensar em estratégias, como foi feito no Rio de Janeiro com a instalação de câmeras e sistemas de alarme nas estações.

Vias e terminais

As estradas ou rodovias são as vias utilizadas pelo transporte rodoviário. Para o Código Brasileiro de Trânsito, as estradas são as vias não pavimentadas; e as rodovias, aquelas que possuem pavimentação. Entretanto, usualmente não se costuma fazer esta diferenciação, utilizando ambos os termos. Um sistema de rodovias bem estruturado é fundamental para o desenvolvimento de destinos turísticos, para que estes estejam acessíveis aos turistas. Assim, as rodovias são cruciais no planejamento turístico. Há rodovias que, mais do que cumprirem o papel de interligação entre destinos, possuem grande apelo turístico por si só. Estas são as chamadas estradas cênicas.

As estradas cênicas

As estradas cênicas são caminhos que atravessam regiões com atributos turísticos, sejam eles naturais ou culturais, relevantes. Neste caso, as próprias estradas são os atrativos turísticos e motivadores do deslocamento do turista até a região. Segundo a Sociedade das Florestas do Brasil (2010), as rodovias cênicas são produtos turísticos rodoviários, desenvolvidos originalmente na Europa e nos Estados Unidos.

Entretanto, não basta que uma rodovia seja repleta de atrativos turísticos em seu entorno para que seja conhecida como rodovia cênica. A Sociedade das Florestas do Brasil vem tentando implantar uma metodologia de reconhecimento destas rodovias, baseada no método utilizado pelo National Scenic Byways Program, dos Estados Unidos. Nesta metodologia, a rodovia com intenções de se tornar cênica deve ser concedida à iniciativa privada para que sejam realizados trabalhos de conservação, sinalização e implantação de serviços para o usuário. Para ser certificada como rodovia cênica, esta deverá seguir uma série de critérios que serão fiscalizados pela Sociedade das Florestas do Brasil.

Algumas medidas devem ser planejadas e adotadas para que a rodovia possa ter caráter turístico: presença de sinalização turística e informativa acessível, valorização e divulgação do potencial turístico das cidades envolvidas, construção de portais receptivos, serviços de atendimento e informações ao turista, postos de gasolina bem equipados, dentre outras.

A constituição de roteiros rodoviários integrados é uma estratégia bastante interessante. Neste caso, destinos turísticos com o interesse em comum em desenvolver o turismo reúnem-se e formatam roteiros que os interliguem por meio de estradas cênicas estruturadas.

Como vimos, as rodovias são importantes meios de ligação entre os municípios e assumem maior importância quando possuem apelo turístico, as chamadas estradas cênicas. No entanto, para organizar o fluxo de ônibus e passageiros chegando e saindo dos destinos, é imprescindível a existência de terminais rodoviários que cumpram o seu papel de modo eficiente. É o que veremos a seguir.

Os terminais rodoviários de passageiros

Para Soares (2006), o terminal rodoviário de passageiros é:

(...) uma estação de transporte onde aportam viajantes em trânsito entre duas cidades, saindo ou chegando das cidades, constituindo-se no ponto extremo das viagens realizadas, principalmente, pelo transporte interurbano de passageiros de média e longa distância.

Com base nessa definição, podemos notar que os terminais rodoviários são constituídos por estruturas físicas e operacionais que possibilitam o embarque e o desembarque de passageiros, e cargas. As características e os objetivos dos terminais podem ser analisados sob dois enfoques diferentes (SOARES, 2006):

- Quanto à operação, os terminais devem:
 - facilitar o embarque e o desembarque de passageiros;

- possibilitar a transferência de um modo ou serviço de transporte para outro;
 - prover estacionamentos;
 - oferecer os serviços necessários para atendimento ao usuário;
 - administrar e operar o sistema de transporte no terminal;
 - proporcionar conforto e segurança ao usuário;
 - possibilitar uma circulação adequada de passageiros e veículos.
- Quanto à localização, os terminais devem:
- servir como ponto de referência ao usuário;
 - dar maior eficiência ao sistema de transporte;
 - possibilitar maior acessibilidade ao transporte;
 - aumentar a mobilidade dos indivíduos;
 - atrair um maior número de usuários para o transporte;
 - integrar-se com outros modos de transporte.

Os terminais de transporte rodoviário podem ser classificados conforme os modos de transportes atendidos. Os terminais unimodais são aqueles que prestam serviço a um único modo de transporte – o rodoviário; já os terminais multimodais servem a mais de uma modalidade de transporte. Em Curitiba (PR), por exemplo, o terminal é chamado de Rodoferroviária, uma vez que engloba os modos rodoviário e ferroviário, dentro da mesma estrutura. Quanto à organização político-administrativa, os terminais podem ser:

- urbanos: quando a origem e o destino das viagens encontram-se dentro de uma mesma localidade ou área metropolitana. Os usuários geralmente passam pouco tempo nestes terminais e fazem viagens diárias;

- interurbanos (interestaduais e internacionais): quando a origem e o destino das viagens encontram-se em núcleos urbanos diferentes. Estes terminais atendem aos serviços de transporte rodoviário de média e longa distância. Para estes terminais, é exigida uma infraestrutura maior de serviços.

Do ponto de vista do turismo, tanto os terminais urbanos quanto os interurbanos são importantes. O primeiro, para o turista deslocar-se dentro do destino e no seu entorno; e o segundo, para garantir acessibilidade ao destino. Entretanto, focaremos aqui os terminais interurbanos e sua estrutura.

A estrutura de um terminal deve permitir não somente que sua atividade primária (embarque e desembarque) seja realizada, mas também atividades secundárias, como: compra e venda de passagens, suporte a estabelecimentos comerciais e de alimentação, serviços de informações turísticas, dentre outras.

As rodoviárias interurbanas podem ser administradas diretamente pelos governos municipais ou estaduais ou podem ainda ser privatizadas, ou seja, cedidas para que empresas da iniciativa privada as conduzam. Em alguns casos, um terminal pode ser gerido por uma empresa operadora de ônibus intermunicipais, como o caso da Greyhound, principal empresa de transporte rodoviário intermunicipal de passageiros nos Estados Unidos, que administra grande parte dos seus terminais. Segundo a Socicam (2010), as principais atribuições de uma administradora de terminais são as seguintes: gestão do tráfego dos ônibus, operação de estacionamento de veículos, gestão do fluxo de passageiros, logística de cargas, oferta de serviços de apoio aos usuários (informações, primeiros socorros, sanitários, banhos, guarda-volumes, limpeza, segurança), manutenção e conservação dos edifícios e equipamentos, e desenvolvimento e exploração das áreas comerciais.



A Socicam é uma empresa brasileira que presta serviços de gestão integrada no apoio ao transporte de passageiros e no atendimento ao cidadão. Ela é especializada na administração, operação, manutenção e limpeza dos terminais de passageiros. Em todo o território nacional, gerencia 41 terminais rodoviários (dentre eles os mais movimentados do Brasil, São Paulo e Rio de Janeiro), 35 terminais urbanos, 2 terminais aeroportuários, 11 estacionamentos, 8 centrais de atendimento e 1 terminal portuário.

Independente do modelo de gestão, a qualidade dos serviços nas rodoviárias impacta diretamente a experiência do turista e a imagem do destino, já que fazem parte da infraestrutura utilizada pelos turistas. Vale ressaltar que, dentro do sistema do turismo, as rodoviárias servem como locais de apoio, devendo garantir ao turista o conforto e a comodidade necessária. Por isto, é fundamental que a hospitalidade esteja presente nestes ambientes para recepcionar os visitantes de forma acolhedora.

Há ainda os terminais que são voltados para embarque e desembarque de passageiros das empresas de fretamento, os chamados terminais turísticos. Estas estruturas podem ser totalmente independentes e administradas pelas próprias empresas de fretamento, por um consórcio de empresas ou também pelas esferas municipais. Entretanto, há casos em que os terminais turísticos encontram-se dentro dos terminais intermunicipais, compartilhando a infraestrutura em comum. Um exemplo de terminal exclusivamente turístico é o Terminal JK, em Belo Horizonte, onde grande parte das lojas comerciais são agências de viagens e há somente o embarque de passageiros em ônibus fretados.

Ficou claro que o planejamento de transportes com a visão de um profissional de turismo é essencial para qualquer um dos assuntos tratados nesta aula. A utilização turística de veículos rodoviários deve ser planejada, a fim de respeitar os conceitos de sustentabilidade (como o uso das bicicletas) e de hospitalidade

(como o treinamento para os taxistas). Esta utilização é ainda dependente de uma infraestrutura de vias e terminais. As rodovias cênicas são excelentes para a criação de estratégias de roteiros turísticos integrados, e os terminais rodoviários são primordiais para o embarque e o desembarque de passageiros. Vale ressaltar ainda a possibilidade de utilização dos terminais como *shoppings centers*, que se transformam em verdadeiros centros de compras.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1, 3 e 4

Pense na sua cidade e responda às seguintes perguntas:

- a) Você acredita que a sua cidade possui apelo turístico?
- b) Como você avaliaria a estrutura de transporte rodoviário da sua cidade em termos de empresas locadoras de veículos, serviços de aluguel de bicicletas e terminal rodoviário intermunicipal?

Você pode utilizar a internet e seus conhecimentos prévios sobre a sua cidade para responder às perguntas. No item b, faça uma breve análise sobre os itens pedidos.

Resposta Comentada

Uma cidade que possui apelo turístico e deseja se desenvolver como destino para a visitação de turistas deve atentar para a existência e para o planejamento de um sistema de transporte rodoviário. As empresas locadoras de veículos são essenciais para turistas que desejam se locomover no destino com mais liberdade e autonomia, gerando maior acessibilidade aos atrativos turísticos. Os terminais rodoviários intermunicipais também são essenciais para o perfeito desenvolvimento de um destino turístico. Caso a cidade não seja atendida por serviços de transporte aéreo, as rodoviárias são os portões de entrada do turista e devem causar uma boa primeira impressão sobre a localidade. Os serviços de aluguel de bicicletas podem ser vistos como uma oferta extra nos destinos, mas que pode ser um diferencial em relação a outros destinos e atrair turistas interessados nas atividades de cicloturismo.

Resumo

Sobre as características e especificidades dos serviços prestados pelas empresas locadoras de automóveis, há uma série de exigências para que o turista possa alugar um automóvel, mas, mesmo assim, este é um setor bastante dependente do mercado turístico. Quanto aos táxis, este é um serviço essencial para o deslocamento dos turistas nos destinos. É importante que este serviço seja de qualidade, para impressionar o turista logo no primeiro contato. Muito se fala na sustentabilidade nos transportes e no turismo; por isto, o turismo de bicicletas também está em expansão, com modelos de aluguel espalhados pelo mundo. A respeito das vias e dos terminais, existem as estradas cênicas e a infraestrutura necessária para que as rodovias possam ter esta classificação, como a necessidade de postos de informações turísticas, sinalização, postos com serviços de apoio, dentre outros. Os terminais rodoviários são elementos-chave na experiência turística e a qualidade dos serviços prestados nestes equipamentos impacta diretamente a satisfação do turista.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, apresentaremos um panorama internacional dos transportes rodoviários em interface com o turismo. Conheceremos as principais empresas locadoras de automóveis, alguns dados estatísticos do uso dos ônibus em outros países, dentre outros assuntos.

13

Panorama internacional dos transportes rodoviários

Rafael Teixeira de Castro

Meta da aula

Apresentar características fundamentais do modo rodoviário em interface com o turismo no cenário internacional, em especial nos Estados Unidos e no continente europeu.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** identificar os transportes rodoviários na matriz de transportes dos Estados Unidos e da Europa;
- 2** descrever o mercado de locação de automóveis nos Estados Unidos e no continente europeu;
- 3** reconhecer o perfil dos usuários dos ônibus nos Estados Unidos e no continente europeu;
- 4** distinguir o uso turístico de alguns veículos tidos como exóticos.

Introdução

Imagine um país com dimensões continentais. Nesse país, grande parte das pessoas possui carros particulares e boas condições financeiras para viajar de avião. Você acha que nesse lugar os ônibus são muito utilizados? Agora imagine um continente com inúmeros países com dimensões reduzidas e curtas e médias distâncias entre eles. Você acha que os ônibus são mais utilizados nesse caso? As respostas para essas questões você encontrará na leitura desta aula.

Do ponto de vista do turismo, veremos que o transporte por ônibus na Europa possui importância bem mais expressiva que nos Estados Unidos, por meio dos circuitos rodoviários. Além de tratarmos da escolha modal nos Estados Unidos e nos países da União Europeia, analisaremos os mercados de locação de veículos nesses lugares. Veremos que esse negócio competitivo é marcado pela presença de empresas multinacionais atuando em vários lugares do mundo.

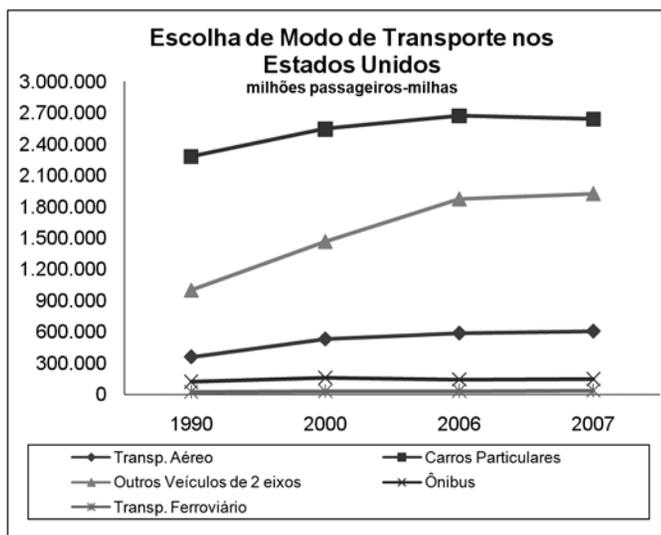
Por fim, você verá que alguns veículos tidos para nós como exóticos, como os *tuk-tuks*, podem ser utilizados para o turismo. Entretanto, seu uso depende de planejamento e atenção por conta dos profissionais do turismo.

A importância dos transportes rodoviários nos Estados Unidos e na Europa

Por todas as características abordadas na aula anterior e pela facilidade atual para a aquisição ou locação de veículos, o transporte rodoviário é de grande importância para a sociedade. O que podemos perceber é que na maioria dos países o modo rodoviário é o mais utilizado, com destaque para o uso dos carros particulares para o deslocamento, sendo estes alugados ou não.

Seguindo essa tendência, nos Estados Unidos o modo de transporte de passageiros predominante é o rodoviário, com grande evidência para os carros particulares, conforme o **Gráfico 13.1**.

Gráfico 13.1: Escolha do modo de transporte nos Estados Unidos



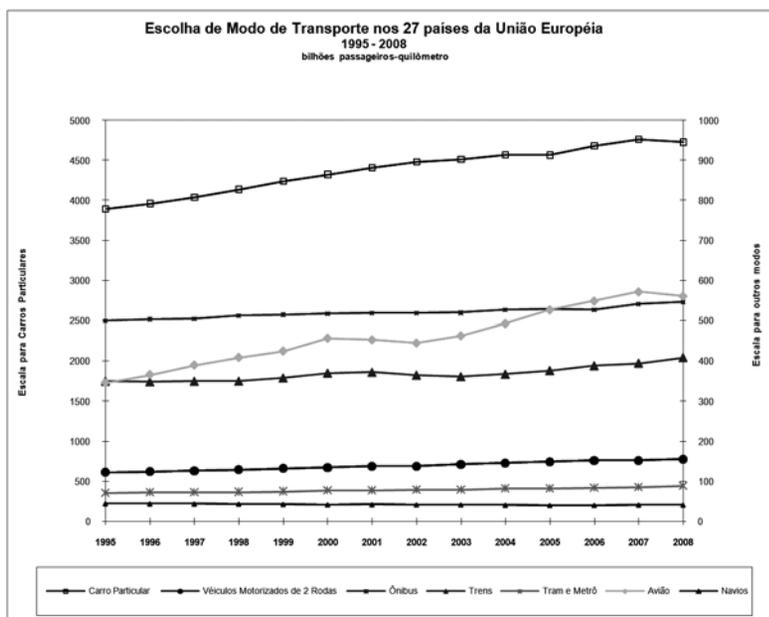
Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em Bureau of Transportation Statistics, 2010.

Os ônibus não possuem grande representatividade naquele país, uma vez que aparecem em quarto lugar na escolha de modo de transporte dos americanos, ficando atrás até do transporte aéreo, que ocupa a terceira posição no gráfico. Isto pode ser justificado pelas dimensões continentais dos Estados Unidos, o que praticamente os obriga a serem dependentes do transporte aéreo para viagens de longa distância e dos carros particulares para pequenos e médios percursos.



Unidades de Medida: passageiro-quilômetro e passageiro-milha
 Como você pode observar nos **Gráficos 13.1** e **13.2**, na área de transportes utilizam-se muito as unidades de medida passageiro-quilômetro ou passageiro-milha (esta última utilizada como padrão nos Estados Unidos). Elas representam o trabalho relativo ao deslocamento de 1 passageiro à distância de 1 quilômetro ou 1 milha, sendo que 1 milha = 1,6 km. Exemplo: se uma determinada linha de ônibus tem uma taxa de ocupação média de 20 passageiros-quilômetro, isso significa que a cada quilômetro percorrido 20 passageiros são transportados, em média.

Gráfico 13.2: Escolha de modo de transporte na União Europeia



Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em European Commission, 2010.

Nos países da União Europeia, os carros particulares também são predominantes. Entretanto, percebe-se maior utilização dos ônibus, que apareceram constantemente em segundo lugar na escolha dos passageiros durante muito tempo e somente perdeu posição para o transporte aéreo a partir de 2006 (**Gráfico 13.2**), com o impulso das empresas aéreas de baixo custo/baixa tarifa. É interessante notar que, diferentemente dos Estados Unidos, os países da União Europeia não possuem grandes extensões territoriais, com algumas exceções. Por isso o modo rodoviário pode ser mais utilizado, dando maior representatividade ao setor dos ônibus.

Pesquisas realizadas com passageiros de ônibus regulares na Europa (PALHARES, 2002) afirmam que as principais razões que levam à opção por esse modo de transporte são:

- o valor da tarifa que é menor em relação aos outros modos;
- o medo de viajar de avião;

- a vantagem do serviço porta a porta dos ônibus, que permite que os passageiros não tenham de esperar muito tempo por conexões;
- a oportunidade de viajar sem a necessidade de dirigir;
- a possibilidade de conhecer outras pessoas durante a viagem, revelando a sociabilidade deste modo.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Analise os **Gráficos 13.1 e 13.2** e responda: por que existe tanta diferença entre a representatividade da escolha pelos ônibus entre os passageiros nos Estados Unidos e nos países da União Europeia?

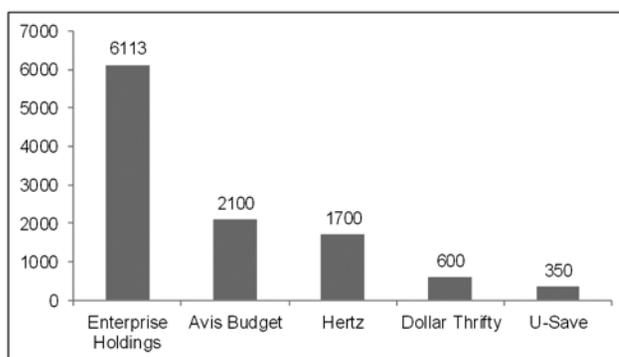
Resposta Comentada

Um aspecto que torna os ônibus uma escolha mais representativa para o transporte na União Europeia é o fato de os países possuírem pequenas dimensões. Sabe-se que o transporte rodoviário é mais fortemente recomendado para pequenas e médias distâncias, o que dificulta o estabelecimento deste modo nos Estados Unidos, que possui dimensões continentais, favorecendo a utilização do modo aéreo.

Mercado de locação de veículos nos Estados Unidos

O mercado de locação de veículos nos Estados Unidos é dominado por grupos de empresas multinacionais que atuam também na Europa e em outros países como o Brasil. O grupo dominante neste mercado é a Enterprise Holdings, composto pelas seguintes empresas: Alamo Rent a Car, Enterprise Rent-a-Car e National Car Rental. No **Gráfico 13.3** podemos entender a distribuição do mercado de locação de veículos em termos do número de lojas nos Estados Unidos:

Gráfico 13.3: Número de lojas das principais empresas locadoras de veículos nos Estados Unidos (2009)

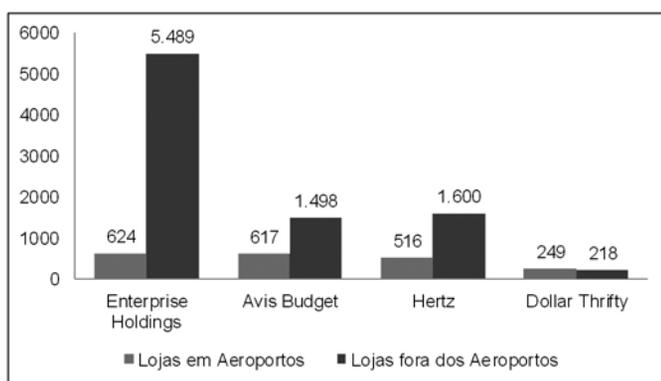


Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em Auto Rental News, 2009.

O grupo Enterprise possui o maior número de pontos de venda nos Estados Unidos. Entretanto, conforme apresentado anteriormente, este grupo é formado por três grandes empresas, e esta é a razão de tanta discrepância entre ele e as demais empresas do mercado. Em segundo lugar, identificamos o grupo Avis Budget, compreendido por duas empresas (Avis e Budget), seguido por Hertz, Dollar Thrifty (que também são duas empresas diferentes) e a U-Save.

As locadoras de automóveis possuem lojas nos aeroportos e fora dele. De maneira geral, as lojas dos aeroportos possuem tarifas mais elevadas em relação às demais por oferecerem a flexibilidade, a conveniência e a comodidade da localização dentro da própria estrutura do terminal aeroportuário e pelos custos para instalarem-se nos mesmos. No mercado americano, o que percebemos é que a maioria das lojas não estão nos aeroportos, conforme o **Gráfico 13.4**.

Gráfico 13.4: Lojas das empresas locadoras de veículos localizadas dentro e fora dos aeroportos (2010)



Fonte: Business Travel News, 2010.

A Enterprise Rent-a-Car foi criada por Jack Taylor em 1922 na cidade de Saint Louis, estado de Missouri, nos Estados Unidos. A empresa surgiu e operou durante muito tempo no segmento conhecido como substituição de veículos (*vehicle replacement*), tendo como alvo clientes que tinham seus veículos avariados, roubados ou com problemas mecânicos. Este trabalho era realizado em conjunto com as empresas seguradoras. Com o passar do tempo, a empresa começou a se firmar no mercado de locação de automóveis nos aeroportos e se estabeleceu mais fortemente ainda com a aquisição da Alamo Rent a Car e da National Car Rental, em 2007, formando a Enterprise Holdings. Atualmente, o foco do grupo são os turistas a lazer e de negócios.

Outro grupo importante no cenário norte-americano e mundial é o Avis Budget Group. A Avis, criada em 1946 em Detroit (Estados Unidos), é uma empresa centrada em um mercado mais elitizado de turistas a lazer e a negócios. Já a Budget, fundada em 1958, tem como mercado principal clientes que buscam tarifas reduzidas. No ano de 1987, a Budget foi comprada pela Avis, formando o Avis Budget Group. Desta forma, o grupo cresceu a grandes proporções e atualmente opera nos Estados Unidos, Canadá, Europa, Austrália, Nova Zelândia, América Latina e em algumas regiões da Ásia.

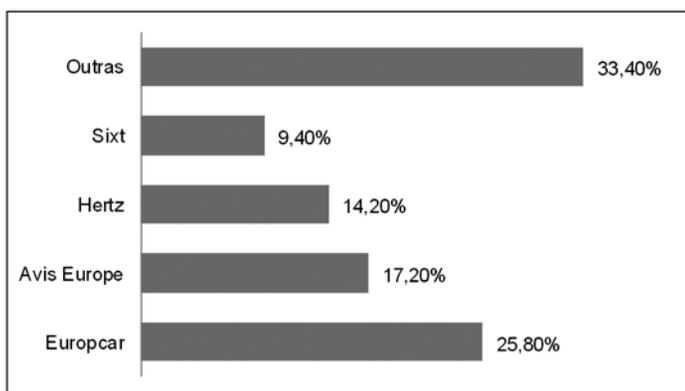
Dentro do mercado norte-americano, podemos destacar também a empresa Hertz, que iniciou suas operações em 1918 na cidade de Chicago e atualmente está presente em mais de 140 países em todo o mundo. Por fim, o grupo DollarThrifty, formado por duas empresas locadoras de automóveis: Thrifty Car Rental e Dollar Rent a Car. A primeira foi fundada em 1958 e foi adquirida pela Chrysler em 1989, um ano antes de se juntar à Dollar. A segunda, fundada em 1965 na Califórnia, também foi adquirida pela Chrysler em 1990, e assim ocorreu a união do grupo DollarThrifty.

Mercado de locação de veículos na Europa

O mercado europeu é formado por um número pequeno de grandes empresas de locação de veículos tais como a Avis Europe, Hertz e a Europcar, além de empresas nacionais que operam somente em seus países e inúmeras companhias de pequeno porte voltadas para o mercado local. Esta fragmentação dificulta a quantificação do mercado.

O mercado de locação de veículos na Europa é dominado predominantemente pela Europcar. Entretanto, empresas muito importantes no cenário norte-americano como a Avis e a Hertz também marcam presença no mercado europeu, conforme o **Gráfico 13.5:**

Gráfico 13.5: Principais empresas de locação de veículos na Europa



Fonte: Avis Europe, 2010.

A Europcar foi criada em 1945 na cidade de Paris, na França. Possui lojas em aproximadamente 150 países ao redor do mundo, atuando em parceria com a Enterprise em locais fora do continente europeu. Possui 230 lojas em aeroportos na Europa e 13 mil lojas (fora e dentro dos aeroportos) em outros países, com uma frota de mais de 190 mil veículos. Seus principais mercados são os turistas a lazer e a negócios.

A Avis Europe faz parte do grupo Avis Budget, dos Estados Unidos. Mais de 85% dos lucros da empresa são provenientes de alugueis de veículos nos cinco maiores mercados da Europa (Avis Europe, 2010): 26% na França, 18% na Alemanha, 16% na Itália, 14% no Reino Unido, 12% na Espanha e 14% nos demais países onde atua.

Ainda segundo a Avis Europe (2010), em 2009 aproximadamente 52% dos seus clientes estava viajando a lazer, 40% eram turistas a negócios e 8% de substituição de veículos. Esta estatística comprova a dependência das locadoras de veículos em relação ao turismo.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Por que a maioria das lojas das empresas locadoras de veículos nos Estados Unidos encontra-se fora dos aeroportos? Em relação ao mercado europeu, que fato dificulta sua quantificação?

Resposta Comentada

O motivo que faz com que a maioria das lojas das empresas locadoras de veículos nos Estados Unidos esteja fora dos aeroportos é o alto custo para manter suas instalações no interior dos terminais. Este custo acaba sendo repassado para o cliente, que se depara com tarifas mais elevadas em relação às lojas fora dos aeroportos. Em relação ao mercado europeu, o que dificulta a sua quantificação é o fato de haver poucas empresas grandes e dominantes e muitas pequenas e regionais.

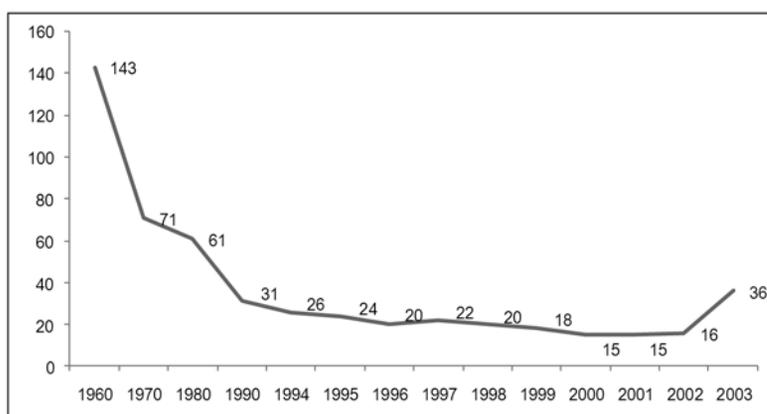
Mercado de ônibus regulares e de fretamento nos Estados Unidos

Conforme vimos no início desta aula, por meio do **Gráfico 13.1**, os ônibus nunca chegaram a ter um papel predominante no transporte intermunicipal de passageiros nos Estados Unidos. Grande parte dos norte-americanos possui automóvel particular, competindo com os ônibus nas viagens de pequenas e médias distâncias. Segundo o Bureau of Transportation Statistics (2000), citado em Palhares (2002), 41% das residências norte-americanas

possuem dois automóveis; 32% possuem um automóvel; 19% possuem três ou mais automóveis e; somente 8% não possuem nenhum automóvel.

O uso do ônibus nos Estados Unidos vem caindo com o passar do tempo. Em termos de empresas operadoras de ônibus para transporte intermunicipal, percebemos no **Gráfico 13.6** que o declínio foi bastante representativo. Entre os anos de 1960 e 1980, o número de empresas deste setor caiu fortemente, enquanto o total de viagens intermunicipais nos Estados Unidos (incluindo todos os modos) cresceu cerca de 80%, segundo Palhares (2002).

Gráfico 13.6: Número de empresas operadoras de ônibus – Transporte Intermunicipal de passageiros nos Estados Unidos



Fonte: Bureau of Transportation Statistics (2010).

Com isso, o usuário típico do ônibus intermunicipal nos Estados Unidos é aquele que não possui automóvel particular e não tem condições financeiras para viajar de avião ou de trem, criando uma imagem de que viajar de ônibus não é um modo seguro. Segundo Palhares (2002), em uma pesquisa realizada pela Greyhound (maior empresa norte-americana operadora de ônibus) em 1991, 46% dos seus passageiros possuíam renda anual inferior a 15 mil dólares e 54% não eram proprietários de automóveis. Pesquisas

mais atualizadas mostram que um terço dos passageiros possui renda anual superior a 35 mil dólares e que mais da metade possui formação educacional superior, o que pode evidenciar uma mudança no perfil desse passageiro (GREYHOUND, 2010).

É importante darmos atenção à Greyhound Lines. Com sede em Dallas, Texas, servindo a mais de 2.300 destinos nos Estados Unidos, no Canadá e no México, a Greyhound possui cerca de 13.000 partidas diárias. No ano de 2008 os seus dez terminais mais movimentados foram os seguintes: 1 – Nova York, Nova York; 2 – Philadelphia, Pennsylvania; 3 – Los Angeles, Califórnia; 4 – Atlantic City, Nova Jersey; 5 – Richmond, Virgínia; 6 – Washington, D.C.; 7 – Dallas, Texas; 8 – Atlanta, Geórgia; 9 – Nashville, Tennessee; 10 – Chicago, Illinois. Sua frota é composta de 1.355 ônibus, sendo os mais modernos (**Figura 13.1**) equipados com acesso à internet sem fio, tomadas para uso geral, mais espaço para as pernas e são ecologicamente corretos.



Figura 13.1: Ônibus da Greyhound.

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/03/Greyhound_Prevost_X3-45_%282009_scheme%29.jpg

Como forma de agregar valor a um dos seus serviços e de diversificar a sua oferta para atrair novos clientes, a Greyhound iniciou uma campanha que incentiva o fluxo de pessoas para a cidade de Atlantic City, famosa por seus grandes cassinos. Os passageiros que viajam no chamado Lucky Streak Bus aproveitam a comodidade de um transporte direto e expresso até os cassinos, e seus bilhetes possuem data de retorno em aberto. Isso permite que os turistas fiquem o tempo que desejarem na cidade divertindo-se nos cassinos (*Greyhound, 2010*). Do ponto de vista do planejamento turístico, esta integração vertical entre setores da atividade (empresa de transporte rodoviário e empresas de entretenimento/hotelaria) é muito importante para o desenvolvimento de regiões com vocação para práticas de turismo.



Atividade

Atende ao Objetivo 3

3. Reflita sobre o perfil dos usuários dos ônibus intermunicipais nos Estados Unidos e responda: que tipo de estratégia as empresas podem utilizar para diversificar a demanda?

Resposta Comentada

Uma estratégia que pode ser utilizada pelas empresas de transporte rodoviário intermunicipal de passageiros nos Estados Unidos é esta já implantada pela Greyhound: a diversificação da oferta. Como apresentado no texto da aula, essa empresa oferece transporte expresso e direto para cassinos da cidade de Atlantic City em ônibus

confortáveis equipados com internet sem fio, tomadas e mais espaço para as pernas. Assim, estão atingindo um público que certamente não está acostumado a viajar de ônibus para ir aos cassinos. Este é somente um exemplo do que pode ser realizado – mas a resposta-chave para esta questão é abordar a diversificação da oferta de serviços e produtos.

Mercado de ônibus regulares e de fretamento na Europa

Como vimos no início desta aula, o cenário da utilização dos ônibus regulares e de fretamento na Europa é bastante diferente dos Estados Unidos. Uma das características desse setor é que boa parte das empresas que operam na Europa são pequenas e de atuação somente local ou regional. Segundo Palhares (2002), na Alemanha, na Holanda e no Reino Unido, por exemplo, pelo menos 60% das empresas têm frota inferior a cinco ônibus e somente 1% das mesmas possui mais de cem ônibus. Podemos destacar algumas empresas, atuando nos países a seguir (PALHARES, 2002):

- Noruega: a Concordia Bus teve seu nome trocado para Nobina. É a maior empresa de transporte rodoviário do país, com mais de 1.000 trabalhadores em mais de 30 localidades na Noruega e uma frota de 500 ônibus;
- Holanda: a maior empresa do país é a Conexxion, com mais de 15.000 funcionários;
- Alemanha: a Deutsche Bundesbahn é uma subsidiária estatal de transporte ferroviário urbano e regional que também opera com ônibus, transportando, neste modo, cerca de 800 milhões de passageiros anualmente;
- França: as maiores empresas são a Veolia, com cerca de 30 mil colaboradores e quase 15 mil veículos, e a Keolis com 18.700 veículos;
- Reino Unido: a First é a maior corporação em operação no país, com aproximadamente 8.500 veículos atuando em 40 cidades espalhadas pelo território do Reino Unido.

A Eurolines é uma das empresas mais representativas no mercado de transporte rodoviário internacional. Criada em 1985, ela reúne 32 companhias de ônibus, formando uma das redes mais completas de transporte da Europa. Esta rede possui mais de 500 destinos em toda a Europa e no Marrocos, na África.

Graças à proximidade entre os países e à qualidade do sistema de rodovias da Europa, a Eurolines pôde oferecer para os clientes um passe que permite que o turista viaje quantas vezes quiser durante 15 ou 30 dias, podendo passar por 43 das cidades atendidas pela empresa.

A Busabout é uma empresa de transporte rodoviário turístico voltada para turistas independentes e com baixos orçamentos. Os serviços são oferecidos em duas modalidades: Busabout Explorer e Busabout Adventure. A primeira opção, desenvolvida prioritariamente para mochileiros, cobre 33 destinos em nove países da Europa. Neste serviço, basicamente o turista pode desembarcar e reembarcar quando quiser em um determinado período de tempo, de acordo com o bilhete comprado. A diferença deste serviço para o da Eurolines é que este é um produto exclusivamente turístico que opera inclusive atendendo à questão da sazonalidade: a cada ano um calendário é elaborado, estabelecendo o período em que o serviço estará operando. Em 2011, este período vai de 2 de maio a 28 de outubro. A rede na qual a Busabout opera foi dividida em três redes menores, conforme a sua localização: norte, sul e oeste. A rede norte é constituída por cidades no norte da França, além de Bélgica, Holanda, Alemanha, República Tcheca e Áustria. Na rede sul, encontram-se cidades no sul da Alemanha, além de Suíça, Áustria, Itália e França. Finalmente, a rede oeste, formada por Suíça, França e Espanha.

Cada uma destas redes forma circuitos integrados e os ônibus circulam somente em um sentido em cada uma delas, com datas e horários prefixados. Assim, o turista pode optar por comprar um bilhete que lhe dê direito de desembarcar e reembarcar

somente nas cidades preestabelecidas de uma das redes ou há também a possibilidade de bilhetes que criam roteiros, passando por mais de uma rede.



Figura 13.2: Ônibus da Busabout.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/geordieb/3615142482/>

O Busabout Adventure oferece pacotes turísticos completos com roteiros integrados, incluindo acomodação, passeios e transporte. Como o próprio nome diz, estas viagens possuem uma motivação aventureira, e este é o tipo de turista que compra estes produtos. Além das viagens para destinos como Ibiza (Espanha), Grécia, Cróacia, Itália, dentre outros, são oferecidos roteiros para grandes festivais como a Oktoberfest, na Alemanha, por exemplo.



Se você ficou curioso e quer saber mais sobre os pacotes para mochileiros na Europa, visite o site da Busabout: <http://www.busabout.com> (em inglês).

Além destas empresas, existem muitas outras que oferecem circuitos turísticos rodoviários pela Europa, passando por diversas cidades e países. Geralmente são vendidos pacotes de viagens completos, incluindo acomodação e as refeições nos destinos visitados e guias de turismo, e o modo de transporte utilizado para os deslocamentos é prioritariamente o rodoviário, sobretudo os ônibus de turismo.

Outros tipos de veículos rodoviários

Os riquixás (ou *rickshaws* ou *rickshas*) são veículos movidos a tração humana. Uma pessoa puxa uma espécie de carroça geralmente feita de bambu com capacidade para um ou dois passageiros. A palavra *rickshaw* teve origem na Ásia, onde eram muito utilizados como meios de transporte para a elite social. Nos últimos tempos, o uso dos riquixás foi desencorajado ou proibido em muitos países por causa da preocupação com a saúde e o bem-estar dos trabalhadores.

Atualmente, estes veículos são utilizados pelos turistas em diversos lugares do mundo, tais como: Tóquio, Kamamura e Kyoto, no Japão; em Hong Kong, na China; no Vietnã; na Chinatown de Londres, Inglaterra; em Ottawa e Toronto, no Canadá, e em Los Angeles, nos Estados Unidos.



Figura 13.3: Uso de riquixá na Chinatown de Los Angeles, Estados Unidos.

Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:RickshaRide25c.jpg>.

Grande parte dos riquixás foi substituída por uma versão motorizada: os triciclos (em muitos lugares também chamados de *tuk-tuks*). Estes veículos podem ser encontrados em muitos países da Ásia (como Nepal, Índia, Paquistão e Tailândia) e em países das Américas (como Guatemala e Peru). Nestes países, os *tuk-tuks* também são muito utilizados pelos turistas, que se sentem atraídos por este modo de transporte exótico e pela facilidade para se deslocarem no interior de zonas turísticas. Há uma preocupação em relação ao uso dos *tuk-tuks* em grandes cidades por compartilharem as mesmas vias com o restante do tráfego. Por operarem em velocidade reduzida, eles acabam colaborando com o aumento dos congestionamentos. Na cidade de Coimbra, em Portugal, os *tuk-tuks* são utilizados exclusivamente para o turismo. São oferecidos *city tours* com saídas de hora em hora, passando pelos principais pontos turísticos da cidade e, neste caso, o meio de transporte aparece como o próprio atrativo turístico.

Estes tipos de veículos com características bastante próprias são interessantes por colocarem os turistas em contato com algo exótico e que não faz parte da cultura de muitos deles.

Esta noção de diferença faz com que estes veículos sejam vistos como atrativos turísticos. Entretanto, a sua utilização deve ser planejada a fim de não prejudicar o tráfego das cidades. Há ainda a perspectiva do treinamento dos condutores dos *tuk-tuks* para o atendimento ao turista, haja vista que em muitas cidades estes veículos são utilizados como táxis e os condutores não estão preparados. Há relatos de que estes serviços não são cobrados por meio de taxímetros e que o valor da corrida é combinado entre o passageiro e o condutor.



Figura 13.4: *Tuk-tuk* em Bangalore, Índia.

Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Autorickshaw_Bangalore.jpg.

O texto a seguir resume algumas das vantagens e desvantagens do uso dos *tuk-tuks* pelos turistas na cidade de Bangcoc, na Tailândia:

(...) É precisamente graças aos turistas e visitantes que o *Tuk-Tuk* goza de grande popularidade, Além da novidade que oferece aos viajantes vindos do Ocidente, acostumados aos carros fechados, o facto de ser um veículo aberto e lento convida a desfrutar do passeio e à contemplação da paisagem. Além disso, tem outra vantagem: o seu ta-

manho permite evitar com facilidade o trânsito intenso das grandes cidades. Mas este veículo também apresenta alguns inconvenientes: por um lado, faz muito barulho e os gases que liberta são altamente poluentes, o que se agrava por circular em milhares; por outro lado, por serem abertos, não oferecem nenhuma proteção contra os gases e o fumo aos passageiros que os utilizam: em certas zonas da cidade, a circulação nos *Tuk-Tuk* pode tornar-se asfixiante e, conseqüentemente, muito pouco salutar (...). (<http://taxis-miniaturas.blogspot.com/2007/11/tuk-tuk-ban-guecoque-1980.html>).

Percebemos nesta aula que os transportes rodoviários são de grande importância em qualquer país do mundo, sobretudo em relação aos deslocamentos para pequenas e médias distâncias. Os carros particulares são os veículos mais utilizados deste modo de transporte. Essa utilização está diretamente vinculada à grande facilidade para a aquisição deste tipo de veículo e dos benefícios proporcionados pelo mesmo. Já os serviços de ônibus regulares possuem utilizações distintas se compararmos os dos Estados Unidos e os dos países da União Europeia. É primordial que o profissional de turismo entenda essas distinções para o perfeito planejamento das atividades de turismo e de transportes nas localidades e entre os destinos.



Atividade Final

Atende ao Objetivo 4

Como você imagina que um profissional de turismo poderia trabalhar na implantação de transporte por veículos tidos como exóticos em destinos turísticos quaisquer?

Resposta Comentada

Estes veículos podem ser implantados nos destinos para dois fins: para fins de deslocamento e/ou como atrativo turístico. Independente do motivo da sua implantação, o profissional de turismo tem muito a agregar. Como foi apresentado no texto da aula, é preciso que seja feito um estudo de planejamento para determinar os locais por onde os veículos circularão (criando roteiros, passando por atrativos turísticos) além do treinamento dos condutores para o atendimento ao turista. É possível planejar ainda vias específicas para a circulação destes veículos a fim de não disputar espaços com os demais. O profissional de turismo sabe das necessidades dos turistas e das especificidades das interfaces com as demais áreas como engenharia de transportes e planejamento urbano. É importante ainda que este profissional saiba da importância de não se transpor culturas de maneira irresponsável com a criação de simulações, por exemplo, implantando veículos como estes em locais sem nenhum referencial em relação a eles.

Resumo

O mercado de locação de automóveis nos Estados Unidos é bastante similar ao europeu. Há até mesmo várias empresas norte-americanas que atuam também na Europa. Entretanto, quando analisamos o uso dos ônibus encontramos uma diferença muito grande entre os dados: nos Estados Unidos os ônibus são muito pouco utilizados devido às grandes proporções do país, que facilitam o desenvolvimento do transporte aéreo e da cultura da preferência pela utilização dos carros particulares. Na Europa, o uso dos ônibus é bastante incentivado e o turista é favorecido com isso pela grande oferta de circuitos turísticos rodoviários.

Em vários lugares do mundo e sobretudo na Ásia, há alguns veículos que apresentam características diferentes de acordo com a cultura. Possuem grande apelo turístico, entretanto, sua operação deve ser planejada e fiscalizada para que o turista não saia prejudicado pelo despreparo dos condutores e pelas más condições dos veículos. Independentemente do mercado dentro do setor de transportes, o que precisa ficar claro é a necessidade de planejamento e a importância do profissional de turismo estar inserido neste processo.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, veremos o panorama dos transportes rodoviários em interface com o turismo no Brasil. Veremos dados estatísticos dos diversos setores e conheceremos o mercado brasileiro de transporte rodoviário.

14

Transportes rodoviários no Brasil

Rafael Teixeira de Castro

Meta da aula

Apresentar características fundamentais do mercado de transporte rodoviário em interface com o turismo no Brasil.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer a importância do transporte rodoviário para o turismo brasileiro;
- 2 identificar a realidade do mercado de transporte rodoviário por ônibus no Brasil e suas interfaces com o turismo;
- 3 avaliar o crescimento e a importância do setor de locação de veículos para o turismo.

Introdução

Na aula anterior, fizemos um panorama internacional do mercado de transporte rodoviário em interface com o turismo. Constatamos que as diferenças entre o uso dos ônibus nos Estados Unidos e nos países europeus são acentuadas e que o mercado de locação de veículos é dominado por uma série de grandes empresas multinacionais, atuando em vários lugares do mundo. Nesta aula, o nosso foco será o mercado brasileiro. Você verá que o Brasil é um país movido pelas rodovias, acima de tudo. Por isso, o mercado de transporte rodoviário por ônibus é bastante representativo e muito utilizado pelos turistas brasileiros e estrangeiros. O nosso mercado de locação de veículos apresenta algumas diferenças em relação aos padrões internacionais. Essas questões nós iremos descobrir durante a aula.

O transporte rodoviário no Brasil

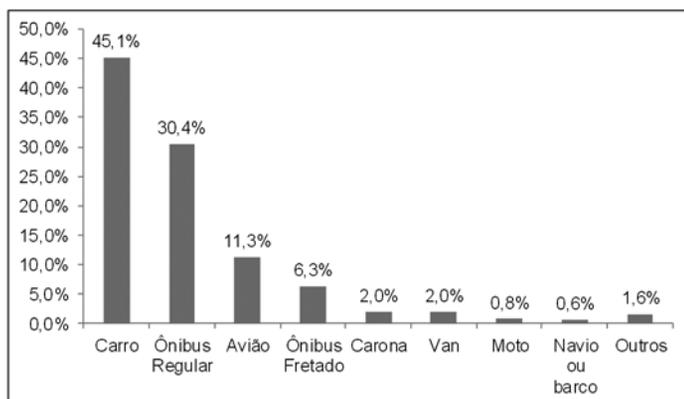
O transporte rodoviário é de grande importância para o Brasil. Não somente no deslocamento de pessoas, mas também no escoamento de cargas entre os principais portos e os interiores dos estados. Por isso, podemos dizer que o Brasil é um país que se caracteriza pela grande quantidade de rodovias.

A construção de rodovias foi destacada como prioridade na política governamental do então presidente da República, Juscelino Kubitschek, quando abriu as portas do Brasil para as grandes indústrias automobilísticas na década de 1950, atraindo investimentos para o país. Este fato deu início a um processo que incluiu ações como a degradação das ferrovias, investimentos maciços na construção de rodovias e, posteriormente, a partir da década de 1990, o sucateamento da malha ferroviária com desativação de trechos considerados pouco lucrativos. Vale considerar ainda os fatores custo e tecnologia haja vista que as obras para construção de rodovias são bem mais baratas do que

as construções necessárias para implantação de outros modos como o ferroviário, por exemplo. A opção pelas rodovias é considerada por muitos como danosa aos interesses do país, uma vez que hoje em dia poderíamos ter uma rede ferroviária bastante desenvolvida, caso isso não tivesse ocorrido.

Dados estatísticos do Ministério do Turismo em relação à demanda turística nacional revelam esta realidade de dependência do modo rodoviário. Como podemos ver no **Gráfico 14.1**, quase a metade dos turistas (45,1%) utilizaram os carros para seus deslocamentos domésticos. Em seguida, temos os ônibus regulares, que aparecem com 30,4%, e, em terceiro lugar, o avião, com 11,3%.

Gráfico 14.1: Meios de transporte utilizados nas viagens domésticas em 2007.



Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em Ministério do Turismo, 2009.

Podemos perceber a grande dependência do transporte rodoviário, fazendo a seguinte soma matemática a partir dos dados do gráfico:

- Carro + ônibus regulares + ônibus fretado + carona + van + moto = 86,6% do total da demanda nacional utilizou o modo rodoviário em 2007.

Os transportes rodoviários são regulamentados no Brasil pela Agência Nacional dos Transportes Terrestres. Em 1995, a ANTT deu início ao processo de implantação do Programa de Concessões Rodoviárias. Neste programa, um número considerável de rodovias federais foi transferido para a administração dos estados. Os governos estaduais, por sua vez, continuaram a descentralização das rodovias, transferindo-as à iniciativa privada. Hoje em dia, temos várias rodovias administradas por empresas privadas no Brasil que, para garantir a prestação dos seus serviços, cobram tarifas nos pedágios (BRASIL, 2010).



As autoestradas interestaduais nos Estados Unidos, apesar de receberem fundos do governo federal, são construídas e controladas pelos estados e pelas autarquias por onde passam. Entretanto, assim como no Brasil, muitas dessas rodovias são concedidas à administração e uso da iniciativa privada com a cobrança de tarifa nos pedágios. Estas concessões são grandes geradoras de renda para os estados.

Outra área de atuação da ANTT é a permissão e autorização das empresas de ônibus para a operação e comercialização dos seus serviços de transportes. A agência é responsável ainda pela fiscalização e adequação das rotinas e procedimentos das empresas, buscando a melhoria nos serviços e a redução dos custos aos usuários do transporte rodoviário de passageiros (ANTT, 2010).

Sabendo da relevância do modo rodoviário para o turista brasileiro e internacional que precisa se deslocar pelo país, precisamos entender a infraestrutura física e de serviços existentes para atender a esta demanda cada vez mais crescente. Começaremos conhecendo o mercado de empresas de ônibus regulares no Brasil.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Qual a representatividade do transporte rodoviário para o turismo brasileiro? Por que a construção de rodovias foi adotada como política governamental?

Resposta Comentada

*Somando todas as formas de transporte rodoviário, este modo responde por mais de 86% da demanda de viagens nacionais, como visto no **Gráfico 14.1**, em relação ao ano de 2007. Este dado nos revela que o turismo no Brasil é totalmente dependente do modo rodoviário. A escolha feita pelo governo JK ocorreu em prol da abertura de espaço para que grandes empresas automobilísticas estrangeiras se instalassem no Brasil, gerando mais riquezas. Com isso, a malha ferroviária foi sucateada, iniciando a construção das rodovias, que possuem custo para construção bem mais reduzido em relação aos outros modos.*

O mercado de ônibus regulares no Brasil

Você deve lembrar que em algumas aulas anteriores descrevemos que os serviços de transporte regulares são aqueles com horários e frequências prefixados. Neste tipo de transporte, a viagem costuma acontecer independente do número de passageiros embarcados.

A frota de ônibus regulares do país é predominantemente composta por veículos convencionais (sem ar condicionado e com pouca reclinagem das poltronas), conforme a **Tabela 14.1**. Em seguida, estão os ônibus executivos (com ar condicionado e poltronas mais confortáveis), presentes em 27,03% da frota, no ano de 2007.

Tabela 14.1: Distribuição da frota brasileira de ônibus rodoviários por tipo de serviço

Tipo de serviço	2004		2005		2006		2007	
	Nº de veículos	(%)	Nº de veículos	(%)	Nº de veículos	(%)	Nº de veículos	(%)
Convencional	7.911	60,97	6.974	58	8.190	58	8.355	57,55
<i>Double deck</i>	167	1,29	146	1	181	1	194	1,34
Executivo	3.271	25,21	3.273	27	3.795	27	3.924	27,03
Leito	355	2,74	292	2	322	2	317	2,18
SemiUrbano	994	7,66	967	8	1.011	7	1.108	7,63
Semileito	278	2,14	368	3	461	3	444	3,06
SemiUrbano <i>Padron</i>	0	0	0	0	0	0	6	0,04
Total	13.976		12.020		13.960		14.348	

Fonte: Elaborado pelo autor baseado em Brasil (2008).

Os ônibus leitos, criados em 1963 pela empresa Minuano na ligação Porto Alegre–São Paulo (PALHARES, 2002), correspondem a 2,18% da frota brasileira, no ano de 2007. Estes veículos possuem o grande diferencial das poltronas que se reclinam quase que totalmente, permitindo um conforto muito grande para o passageiro. São empregados na maioria das vezes em viagens noturnas e de longa distância. Por sua capacidade menor de passageiros (uma vez que suas poltronas ocupam mais espaço), suas tarifas são mais elevadas.

Importante ressaltarmos o surgimento dos ônibus *double deck* (de dois andares, sendo um deles com serviço semileito e outro leito) em meados dos anos 2000. Na **Tabela 14.1**, podemos

perceber, apesar de ter ocorrido uma queda em 2005, que o número de veículos desta categoria vem aumentando com o passar dos anos com cada vez mais empresas interessadas neste tipo de veículo. Há algumas linhas de determinadas empresas que são operadas em grande parte por este tipo de veículo, como a importante ligação Rio–São Paulo da Auto Viação 1001.

Em relação à movimentação de embarque e desembarque de passageiros nas localidades, destacamos as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro que oferecem ligações para todas as regiões do país e até mesmo internacionais, para destinos como Buenos Aires, na Argentina e Santiago, no Chile.

Tabela 14.2: Principais localidades de maior movimento de passageiros em linhas interestaduais e internacionais – 2007

Localidade	Desembarque	Embarque	Total	Administração do terminal
São Paulo (SP)	4.938.070	5.104.526	10.042.596	Privada
Rio de Janeiro (RJ)	2.910.545	2.911.002	5.821.547	Privada
Curitiba (PR)	1.747.319	1.785.406	3.532.725	Municipal
Brasília (DF)	1.531.714	1.725.614	3.257.328	Privada
Belo Horizonte (MG)	1.122.525	1.119.670	2.242.195	Municipal
Goiânia (GO)	841.347	892.177	1.733.524	Privada
Campinas (SP)	891.236	836.754	1.727.990	Privada
Vitória (ES)	670.710	684.359	1.355.069	Municipal
Juiz de Fora (MG)	601.081	568.625	1.169.706	Privada
Florianópolis (SC)	601.081	568.625	1.169.706	Municipal

Fonte: Elaborado pelo autor baseado em Brasil (2008).

Na **Tabela 14.2**, encontramos as principais localidades de maior movimento de passageiros em linhas interestaduais e internacionais. Metade delas encontra-se na região Sudeste do Brasil e o restante em cidades do sul e centro-oeste. Dentre os terminais rodoviários destas localidades, percebemos que mais da metade é administrada por meio de concessões à iniciativa privada (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia, Campinas e Juiz de Fora) e quatro são administradas pelos governos municipais (Curitiba, Belo Horizonte, Vitória e Florianópolis).

Este fato é bastante relevante, uma vez que se observamos bem, os terminais concedidos à iniciativa privada são os mais renovados e os que proporcionam aos clientes o maior conforto e qualidade nos serviços. A Rodoviária Novo Rio, no Rio de Janeiro, por exemplo, é administrada pela empresa Socicam e passou por diversas reformas recentemente. O terminal que antes era confuso, desconfortável e até mesmo sujo, agora oferece uma gama de opções para usuário em termos de estabelecimentos comerciais, praça de alimentação, internet sem fio gratuita, sistema de informação de chegada e saída dos ônibus, dentre outros aspectos.



C. Calbert

Figura 14.1: Terminal Rodoviário do Tietê em São Paulo, o maior do Brasil.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/cacobeto/3139220401/>

Para conhecer mais sobre a estrutura e o dia a dia do maior terminal rodoviário do país que apresenta integração intermodal entre o sistema metroviário e o rodoviário, o Tietê em São Paulo, não deixe de assistir a este vídeo:

http://www.youtube.com/watch?v=my2_5qWaqMk. Ou digite este texto na ferramenta de busca do YouTube: "Reportagem sobre o terminal Tietê: a maior rodoviária do Brasil".

O mercado de transporte regular por ônibus no Brasil ganha bastante destaque por ser muito utilizado pelos brasileiros e por turistas estrangeiros, visitando o país. Este negócio é composto por centenas de empresas, desde as bem pequenas que atendem somente a uma determinada região, até as grandes corporações que possuem frota circulando por todo o país. Nos anos 1990, o setor sofreu uma série de melhorias gerais nos serviços prestados e um aumento da concorrência. Por se tratar muitas vezes de um monopólio em que as linhas na sua maioria eram exclusivas de determinada empresa, segundo Palhares (2002), o passageiro do transporte rodoviário no Brasil demorou muito para conquistar privilégios, advindos do transporte aéreo como:

- a venda de passagens "em aberto", sem a marcação de datas para a viagem;
- pagamento em cheque ou cartão de crédito e parcelamento;
- possibilidade de efetuar reservas por telefone;
- programas de milhagem;
- descontos para viagens em horários, dias ou temporadas fora de pico etc.

A concorrência com outros modos de transporte e, sobretudo, com o transporte aéreo fez com que as empresas de transporte rodoviário elaborassem novas estratégias para ganhar seus clientes. Elas investiram em veículos mais confortáveis, em diferentes classes de serviço, salas de espera VIP nas rodoviárias, serviço de bordo, servindo lanches e bebidas dentre outros.

A grande iniciativa destas inovações foi da Auto Viação 1001 quando entrou no mercado da ponte rodoviária Rio–São Paulo (acordo firmado entre empresas de ônibus para oferecer várias frequências diárias entre esses destinos, ligando um ponto ao outro em serviços expressos), na segunda metade da década de 1990. Atualmente, muitas empresas encontram-se disponíveis na internet e com vendas online de passagens, acompanhando a tendência do transporte aéreo.



Salas de espera VIP

As salas de espera VIP são muito comuns nos aeroportos, mas vêm ganhando cada vez mais espaço nos terminais rodoviários. São instalações confortáveis geralmente providas de ar condicionado, televisões, acesso à internet, podem servir lanches e até mesmo cadeiras de massagens. Nestes espaços, os passageiros podem ficar aguardando a chamada para o seu embarque confortavelmente.

Neste contexto, podemos afirmar que as empresas que dominam este cenário são as seguintes:

Tabela 14.3: Dados operacionais das dez principais empresas de transporte rodoviário interestadual regular em termos de passageiro-quilômetro (2007)

Empresa	Frota	Passageiro-quilômetro	Ano de fundação
Itapemirim	1165	3.520.526.772	1953
São Geraldo	667	1.666.448.588	1949
Gontijo	918	1.619.811.952	1943
Viação Anapolina	427	1.326.094.643	1953
Garcia	311	763.052.525	1938
Cometa	511	734.758.872	1947

Andorinha	291	696.601.809	1948
Expresso Guanabara	292	658.021.241	1992
Auto Viação Catarinense	280	642.568.219	1928
Águia Branca	342	623.648.557	1946

Fonte: Elaborado pelo autor baseado em Brasil (2008).

Este setor é marcado por fusões e aquisições. Recentemente, a Viação Cometa foi adquirida pelo Grupo 1001, assim como a São Geraldo também juntou-se à Gontijo. A seguir, você encontrará uma breve descrição das quatro maiores empresas deste setor.

Itapemirim

A principal empresa de transporte rodoviário interestadual foi fundada em 4 de julho de 1953 em Cachoeiro do Itapemirim, Espírito Santo. Ao longo deste tempo, a empresa passou por uma diversificação dos seus serviços, ampliou negócios em diferentes segmentos e remodelou sua frota de aproximadamente 1.200 ônibus que atendem cerca de 2.000 localidades.

Seus conhecidos ônibus amarelos são distribuídos dentre as seguintes classes de serviço: Tribus, Climmm e Bombon (veículos convencionais); Starbus (veículos executivos em fase de extinção pela empresa, sendo substituídos pelos convencionais com ar condicionado); Golden (veículos semileitos); Rodonave (veículos leitos); Dreambus (misto de executivo com leito em veículos de somente um piso) (VIAÇÃO..., 2010).

Os veículos da classe Tribus foram os primeiros ônibus com três eixos em operação no Brasil. A fim de modernizar a sua frota, a Itapemirim criou o serviço convencional Climmm, que foi totalmente remodelado com novo design e poltronas mais confortáveis. Possuem 42 lugares, apoios para os pés e alguns têm

ar condicionado. Já o serviço convencional Bombon foi criado mais recentemente com foco nas linhas do Nordeste. Estes veículos possuem 50 lugares e por isso oferecem tarifas reduzidas em média 20%, podendo chegar a 60% em algumas linhas.

A Itapemirim inovou em 2004 quando criou o Programa Fidelidade, bastante similar ao das empresas aéreas. A cada viagem acima de 200 quilômetros o passageiro ganha um ponto e na soma de dez pontos o cliente tem direito a uma viagem grátis em algum dos trechos viajados anteriormente.



Para conhecer mais sobre a estrutura da Viação Itapemirim, assista este vídeo muito interessante: <http://www.youtube.com/watch?v=fNTyrArC5EE> ou procure por “Segredo do Sucesso (Itapemirim)” na ferramenta de busca do YouTube.

Companhia São Geraldo de Viação e Grupo Gontijo

Você deve estar achando estranho as empresas São Geraldo e Gontijo estarem agrupadas em um mesmo tópico, mas isso tem uma justificativa. Em junho de 2004, a Empresa Gontijo de Transportes comprou a São Geraldo e, juntas, celebraram a maior transação, pelo menos em número da frota conjunta, já ocorrida no transporte rodoviário de passageiros no país.

Apesar desta compra, as empresas continuam atuando separadamente. A São Geraldo divide seus veículos em três classes: Convencional, Executivo e Millenium (semileito). A Gontijo oferece veículos nos serviços convencional, executivo e leito.

A São Geraldo inovou na criação de um canal de televisão exclusivo para seus ônibus. A chamada “TV Santo Forte” exibe uma programação que busca entreter o público e valorizar a pro-

dução audiovisual nacional e internacional de qualidade. Segundo a São Geraldo (2010), são exibidos filmes diversificados que atendam tanto às crianças quanto aos adultos.

Viação Anapolina

A Viação Anapolina foi criada em 1967 pelo empresário Osvaldo Almeida Santos, na cidade de Anápolis, Goiás. Inicialmente, a empresa operava somente a linha Anápolis–Formosa, ambas as cidades em Goiás, entretanto, com a construção da capital Brasília, buscaram novos horizontes com a criação de filiais em várias outras localidades.

Atualmente, a empresa emprega cerca de 2800 pessoas diretamente com serviços de transporte coletivo e rodoviário na região de Goiás e Distrito Federal. Sua frota rodoviária é composta de veículos executivos com ar-condicionado.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Leia esta notícia:

Problemas com ônibus e atraso em viagem levam Viação Itapemirim à condenação

TJ-DFT – 28/11/2007

A Viação Itapemirim foi condenada a indenizar em R\$ 3 mil um passageiro que sofreu transtornos durante viagem em ônibus da empresa. O trajeto entre Recife e Brasília foi concluído com várias horas de atraso devido a problemas com o ônibus. Os danos morais foram confirmados pela 5ª Turma Cível do TJDF, que manteve, por unanimidade, sentença da juíza da 4ª Vara Cível de Taguatinga. Para os desembargadores, o sofrimento experimentado pelo passageiro em decorrência da prestação precária do serviço é suficiente para responsabilizar a Viação Itapemirim pelo dano moral. O acórdão já foi publicado.

O autor da ação judicial afirma que celebrou contrato de transporte terrestre com a Viação Itapemirim, referente ao trecho Recife/Brasília, com saída marcada para o dia 27 de agosto de 2004, às 21 horas, e chegada prevista para o dia 29, às 9 horas. Porém, só chegou ao seu destino na noite do dia 29 de agosto daquele ano. O passageiro alega que o atraso na viagem ocorreu em virtude de problemas mecânicos, por falta de manutenção no ônibus da empresa. Conta que o ônibus no qual viajava apresentou falhas e teve de ser substituído por outro, que veio a quebrar três vezes durante a viagem, causando-lhe vários transtornos.

Em contestação, a Viação Itapemirim alegou a ocorrência de caso fortuito, ressaltando que os problemas com o ônibus foram imprevisíveis e que são realizadas manutenções regulares nos seus veículos. Porém, segundo a juíza que condenou a empresa em primeira instância, não houve a ocorrência e a comprovação de motivo de força maior. Para a magistrada, o problema mecânico do ônibus poderia ter sido evitado com uma revisão anterior à viagem de longa distância. A própria ré afirmou que o defeito apresentado é comum de acontecer, o que para a juíza é mais um motivo para a verificação constante do item.

(Fonte: <http://www.jurisway.org.br/v2/noticia.asp?idnoticia=18654>)

Agora, responda: Sabemos que problemas como este relatado na notícia são bastante comuns no transporte rodoviário brasileiro. A partir da ótica do turismo, como podemos analisar a experiência turística dos passageiros?

Resposta Comentada

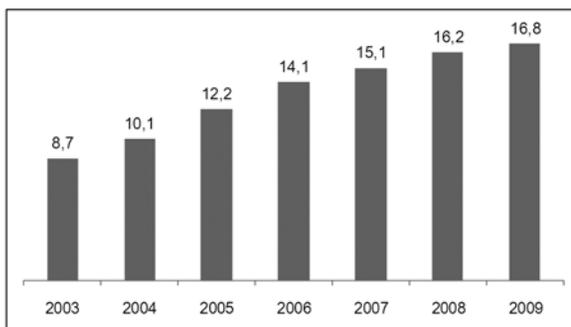
Na situação relatada pela notícia, o passageiro sofreu com problemas mecânicos no ônibus que viajava de Recife para Brasília e, por isso, teve sua viagem atrasada em muitas horas. Se analisarmos pensando no turismo, podemos afirmar que a experiência turística deste passageiro foi altamente comprometida, uma vez que a primeira etapa da sua viagem já foi estressante. Além de todo o desconforto, este passageiro pode ainda ter sofrido danos financeiros já que por conta do atraso pode até mesmo ter perdido a reserva do hotel, por exemplo. Isso nos faz pensar na importância da qualidade dos serviços de transporte rodoviário que impacta diretamente na percepção de qualidade da experiência do turista.

Mercado de locação de veículos no Brasil

Alguns fatores podem explicar o bom momento pelo qual passa o setor de locação de veículos no Brasil: seja pelo preço da locação de automóveis no Brasil ser considerado, hoje, um dos mais baixos do mundo, seja por conta do crescimento econômico do país, da expansão do crédito, do aumento do tráfego aéreo e do turismo local e externo ou por um conjunto de todos estes fatores. Além destes, houve ainda uma mudança de mentalidade do brasileiro que passou a ver no aluguel de carro um meio prático para atender suas necessidades de locomoção com autonomia.

O setor automobilístico, de maneira geral, vem crescendo muito no Brasil nos últimos anos. No **Gráfico 14.2**, constatamos a evolução da indústria de produção de veículos no Brasil. Neste cenário, as empresas de locação de veículos desempenham papel fundamental nas vendas e no faturamento das montadoras. Em 2009, cerca de 9% dos veículos vendidos no Brasil foram adquiridos por locadoras (ASSOCIAÇÃO..., 2010).

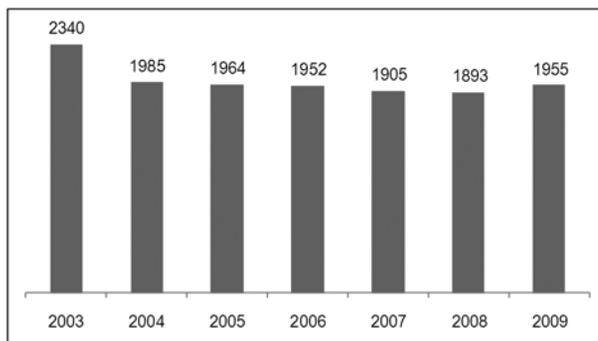
Gráfico 14.2: Produção de automóveis no Brasil (em milhões)



Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em ABLA, 2010.

A Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis (ABLA) é uma organização de grande importância neste cenário. Todo ano, ela publica um anuário estatístico com os dados mais relevantes do setor e são estes dados que iremos analisar.

Gráfico 14.3: Locadoras existentes no Brasil (2003–2009)

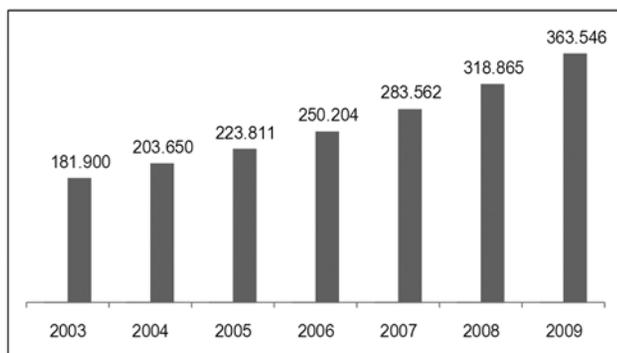


Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em ABLA, 2010.

No **Gráfico 14.3**, percebemos que o número de locadoras de automóveis existentes no Brasil apresentou algumas quedas entre os anos 2004 e 2008. Porém, o mercado começa a apresentar um aquecimento a partir de 2009 quando este número voltou a crescer. Importante percebermos que apesar de o número de

empresas ter diminuído a frota brasileira continuou subindo, o que mostra que o mercado não deixou de crescer no decorrer destes anos (**Gráfico 14.4**).

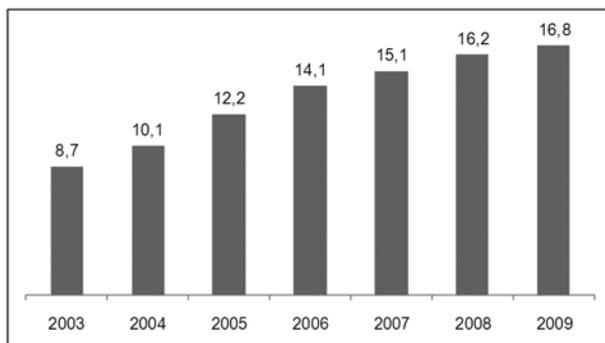
Gráfico 14.4: Tamanho da frota brasileira de veículos para locação



Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em (ASSOCIAÇÃO..., 2010).

Outro dado que evidencia que o mercado de locação de automóveis não deixou de crescer nos últimos anos é o número de usuários. No **Gráfico 14.5**, podemos ver que a quantidade de pessoas alugando veículos no Brasil vem sofrendo aumentos bastante significativos. Se repararmos bem, entre 2003 e 2009 este número dobrou.

Gráfico 14.5: Número de usuários (em milhões)



Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em Brasil, 2010.

Com uma clientela cada vez mais exigente e atenta, conhecer o perfil dos usuários passou a ser uma questão muito importante para a sobrevivência das empresas neste setor. O Anuário Estatístico da ABLA traz dados muito interessantes sobre o perfil deste usuário locatário de automóveis:

Tabela 14.3: Perfil do usuário

Dados	%
Sexo:	
Masculino	80%
Feminino	20%
Idade Média:	
Entre 21 e 24 anos	4%
Entre 25 e 45 anos	85%
Acima de 45 anos	11%
Grau de Instrução:	
Superior	89%
Ensino Médio	11%
Área de Atuação:	
Serviços	41%
Indústria	30%
Comércio	11%
Profissionais Liberais	7%
Outros	11%

Fonte: Elaborado pelo autor. Baseado em ABLA, 2010.

É importante perceber que a grande maioria dos usuários destes serviços é formada por homens (80%) com idade média entre 25 e 45 anos, grau de instrução superior e trabalhando nos setores de serviços e indústria. Podemos notar que são pessoas qualificadas, formadoras de opinião e que geralmente possuem carros próprios. Entretanto, buscam o aluguel de veículos como

uma extensão das viagens aéreas, como opção de transporte nas cidades, para viagens de turismo de curtas e médias distâncias e como soluções para suas empresas por meio da terceirização.

No Brasil, um dos grandes mercados para as locadoras é o de terceirização da frota. Neste caso, empresas de qualquer setor podem assinar contratos com as locadoras para terceirizar a sua frota de veículos. Com a crise financeira global, que abalou muitos mercados nos últimos anos, as empresas estão reavaliando seus custos operacionais com o objetivo de diminuí-los ao máximo. A terceirização da frota de automóveis já é uma realidade neste sentido, uma estratégia utilizada por muitas empresas. No ano de 2008, aproximadamente 55% dos usuários eram de terceirização, 27% eram turistas a lazer e 18% eram turistas a negócios (ABLA, 2009).

De acordo com Palhares (2001), as quatro maiores empresas locadoras de automóveis no Brasil são: Localiza, Hertz, Avis e Unidas. Diferentemente dos Estados Unidos, em que as principais empresas detêm grande parte da frota dos veículos de locação, no Brasil, estas quatro empresas respondem por cerca de 45% da frota total. Ainda ao contrário de muitos países, a empresa líder do mercado no Brasil (Localiza) não é uma multinacional.

A Localiza foi fundada em 1973, em Belo Horizonte. Com 466 lojas em 8 países, sendo 396 destas em território brasileiro, ela é a maior empresa de locação de veículos da América do Sul. Sua frota de mais de 86.000 veículos representa cerca de 23% da frota total do país (LOCALIZA, 2010). O Grupo Hertz é uma grande multinacional, com aproximadamente 8.200 lojas em 146 países ao redor do mundo. A empresa foi criada em 1918 na cidade de Chicago, Estados Unidos, com somente uma dúzia de carros, e se transformou nesta grandiosidade.

A terceira empresa mais importante no mercado brasileiro é a Avis. Você deve se recordar dela, pois já foi bastante abordada na aula anterior. Outra empresa bastante importante no cenário nacional é a Unidas Rent a Car. Vinda de uma fusão entre várias locadoras independentes e regionais, a Unidas foi inaugurada

em junho de 1985 com 20 pontos de venda em 14 cidades do Brasil. Atualmente, sua frota possui mais de 32 mil veículos em 120 pontos de atendimento. Como forma de se integrar horizontalmente com outras empresas de transporte, a Unidas assinou uma parceria com a Gol Linhas Aéreas. Neste contrato, o cliente Gol tem direito a 50% de desconto sobre o valor das diárias de locação de veículos além de acumular pontos no programa de fidelidade Smiles.

Para um mercado que começou a desenvolver-se timidamente em meados dos anos 1950, no Brasil, podemos perceber grandes avanços e promessas. Este é um setor que tem se profissionalizado cada vez mais, e pelas estatísticas apresentadas percebemos grande crescimento. Um dos fatos que levaram a este crescimento contínuo foi a popularização das frotas, que passaram a ser compostas também por veículos mais simples, com motores de mil cilindradas. Isto permitiu que o valor médio das diárias tivesse uma grande redução e, hoje em dia, podemos dizer que a tarifa de locação de veículos no Brasil é uma das mais baratas do mundo.

Como podemos perceber, o turismo doméstico brasileiro dificilmente aconteceria sem o transporte rodoviário. Assim como a atividade turística é dependente deste modo de transporte, o turismo também é para as empresas de transporte rodoviário. Como planejadores do turismo e dos transportes, é essencial pensarmos neste modo como o principal gerador de acessibilidade e mobilidade para turistas e seus destinos.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 2 e 3

Você já sabe que o transporte rodoviário é essencial para o deslocamento de pessoas e mercadorias no Brasil. Sabe também que o setor de locação de veículos apresenta crescimento representativo e que os ônibus regulares estão em segundo lugar na preferência dos brasileiros, precedidos pelos carros. Você acredita que possa haver uma competição entre estes dois mercados? Como solucionaria esta questão?

Resposta Comentada

O setor de locação de veículos tem crescido muito no Brasil e, como vimos durante a aula, as tarifas cobradas no país são tidas como das mais baratas no mundo. Sabemos que o carro alugado garante ao turista uma flexibilidade muito maior, podendo definir sua rota e o ritmo da viagem. Com tarifas tão competitivas, é possível, sim, que haja uma competição entre os carros alugados e os ônibus regulares. Seria interessante que fossem criadas parcerias entre essas empresas, assim como as companhias aéreas o fazem, oferecendo aos clientes descontos para alugarem veículos somente nos destinos. Assim, muitos clientes optariam por fazer o deslocamento principal de ônibus, mas alugariam carros para o deslocamento dentro do destino da viagem.

Resumo

O transporte rodoviário é essencial para o Brasil, seja do ponto de vista do transporte de pessoas ou de cargas. Em meados dos anos 1950, o país determinou que seguiria um caminho, a construção de rodovias, em prol das indústrias automobilísticas que estavam se instalando e do baixo custo da infraestrutura para este modo de transporte. A partir de então, foi desenvolvido no Brasil um mercado de transporte por ônibus muito competitivo e que até hoje luta pela melhoria na qualidade dos seus serviços. As cidades de Rio de Janeiro e São Paulo são as mais movimentadas em termos de embarque e desembarque de passageiros em ônibus regulares. A maioria dos terminais rodoviários mais movimentados é administrada pela iniciativa privada, uma realidade não muito nova no Brasil e que acabou representando grandes ganhos para a comunidade que depende dessas estruturas. O mercado de locação de automóveis, que começou bastante tímido nos anos 1950, hoje em dia está em plena ascensão, crescendo a altas taxas e com expectativas de crescimento maiores ainda. A popularização da frota das locadoras de veículos proporcionou tarifas reduzidas e colaborou com este crescimento.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, daremos início aos assuntos relativos ao transporte ferroviário em interface com o turismo.

15

Introdução aos transportes ferroviários – parte I

*Carla Conceição Lana Fraga
Rafael Teixeira de Castro*

Meta da aula

Apresentar noções sobre o transporte ferroviário em interface com o turismo, com destaque para suas características e utilização turística.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer as vantagens e desvantagens do transporte ferroviário para o desenvolvimento do turismo;
- 2 estabelecer as relações entre os variados tipos de transportes ferroviários e o turismo;
- 3 analisar os fundamentos do turismo ferroviário.

Introdução



Vladimir Markovic

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/89964>

É muito comum, ao viajarmos para a Europa, usarmos trens para nos locomovermos entre cidades ou até mesmo entre países, com muita facilidade. Ao viajar para o sul do Brasil ou para algumas partes do Sudeste, também é possível andar de trem em visitas turísticas fantásticas. As ferrovias e o turismo estão intimamente ligados por meio dessas e outras experiências únicas e agradáveis.

O transporte ferroviário subdivide-se entre aqueles destinados a transportar carga e aqueles destinados a transportar passageiros. Em alguns casos, pode ocorrer transporte misto de carga e passageiros. Os vagões são para transportar carga e os carros de passageiros para transportar pessoas. No entanto, como no Brasil temos a maior parte do transporte ferroviário voltado para o transporte de carga, é comum os carros de passageiros serem denominados de vagões de passageiros.

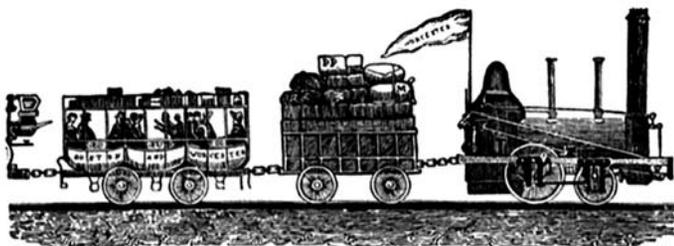
O transporte de passageiros também pode se subdividir para atender a demandas diversas, inclusive ao deslocamento com finalidade turística. As subdivisões do transporte de passageiros podem ser categorizadas pela abrangência geográfica, sendo: urbano e de médio e longo percurso. Existem também os transportes ferroviários exclusivos para uso turístico que podem ser inicialmente subdivididos entre cênicos e *nostálgicos* (PALHARES, 2002).

Os trens para passageiros foram quase que totalmente erradicados no Brasil por conta da privatização da malha ferroviária, realizada no final da década de 1990. As concessionárias que obtiveram o direito de uso de boa parte da malha nacional apresentam interesse principal no transporte de carga (FRAGA, 2008).

Portanto, acreditamos que você não esteja muito familiarizado com a utilização desse modo de transporte para a realização de viagens entre cidades no Brasil, exceto pelo o uso de trens de subúrbios ou sistemas metroviários, que são amplamente ofertados nas principais regiões metropolitanas brasileiras.

Nostalgia

Está relacionada à saudade de algo que não existe mais. Em geral, a nostalgia está associada a uma idealização do real.



Fonte: http://etc.usf.edu/clipart/12700/12754/bostonworc_12754.htm

Em algumas partes do mundo, como o continente europeu, o transporte ferroviário é responsável por grande parte dos deslocamentos turísticos de médias e longas distâncias. Atualmente, no Brasil, só existem dois trechos de longa distância em operação e são os trens turísticos os responsáveis por atender a demanda

do denominado turismo ferroviário (FRAGA, 2008). Na aula específica sobre transporte ferroviário no Brasil, abordaremos essa questão de forma aprofundada.



O resto do que nos resta

Atualmente, graças a algumas empresas que oferecem esse recurso, podemos experimentar passeios ferroviários em alguns lugares do Brasil. Confira neste site de dicas de turismo os trens e bondes disponíveis pelo país: <<http://www.dicaseturismo.com.br/passeios-de-trem-pelo-brasil/>>

Nesta aula, enfatizaremos as utilizações para fins turísticos de alguns tipos de transporte ferroviário. Iniciaremos tratando da importância do transporte ferroviário de passageiros para o turismo.

O modo ferroviário em interface com o turismo



Michael Faes

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1115822>

O transporte ferroviário de passageiros está intimamente relacionado com os primórdios do turismo, organizado de forma profissional. Thomas Cook, em 1841, realizou uma excursão no Reino Unido para levar mais de quinhentas pessoas a um evento. E o principal modo de transporte utilizado nessa viagem foi o ferroviário (PALHARES, 2002).

Em geral, as vias ferroviárias são compostas por trilhos, guias que orientam o trajeto; dormentes, que podem ser de madeira, metal entre outros materiais e servem para dar sustentação aos trilhos; e o lastro que geralmente é de **brita** e auxiliam na sustentação do veículo sobre os trilhos (PALHARES, 2002).

A bitola é o que determina o tamanho do veículo ferroviário que será utilizado nas vias, pois é o espaçamento interno entre um trilho e outro. Existem bitolas métricas, de 1m, largas de 1,40m e também bitolinhas – com menos de um metro – como a da maria-fumaça que interliga as cidades mineiras de São João del Rei a Tiradentes, no interior do Brasil. A diferença de bitola gera impedimento para o desenvolvimento ferroviário entre regiões, pois o trem opera de acordo com o tamanho da bitola.



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1227091>

Brita

É qualquer pedra fragmentada mecanicamente em pequenos pedaços. É muito utilizada na construção de concretos, rodovias e outras obras de construções civis.



Bethany Carlison

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/811854>

A estação ferroviária muitas vezes não é apenas um terminal entre origem e destino de uma viagem ou para troca de modos de transportes. Em muitos casos, são também centros comerciais ou verdadeiras atrações por aspectos históricos e magnitude arquitetônica. Alguns exemplos em Paris são a Gare *Du Nord*, inaugurada pela primeira vez em 1846, e a Gare de Lyon, construída em função da importante Exposição Universal de 1900, ocorrido na cidade.

A força motriz empregada no transporte ferroviário determina em parte a própria tipologia. As principais formas de propulsão: vapor, diesel, bateria e eletricidade. Uma locomotiva a vapor dificilmente trafegará em uma ferrovia eletrificada, e o trem eletrificado, vice-versa (PALHARES, 2002).

Os transportes ferroviários apresentam alto custo de implantação, mas baixo custo de manutenção se comparado a outros modos de transportes. Portanto, em muitos casos existe o subsídio por parte do poder público. As principais características técnicas dos transportes ferroviários ocorrem em função dos trilhos, que são guias segregadas. Essa é uma das principais características para determinar o sistema como ferroviário.

Por exemplo, quando pensamos no bondinho do Pão de Açúcar, localizado na cidade do Rio de Janeiro. Ele é um sistema ferroviário? Poderíamos imaginar que sim, afinal de contas é utilizado um bonde. No entanto, não é um sistema ferroviário e sim um sistema de transportes por cabos e está relacionado ao modo aéreo. Tanto que a empresa que o administra é denominada Companhia Caminho Aéreo Pão de Açúcar.



A empresa Caminho Aéreo Pão de Açúcar foi fundada em 1912 junto com o bondinho, que é considerado atualmente um complexo turístico. Para maiores informações visite o site oficial da empresa e saiba mais sobre como funcionam os bondinhos: <<http://www.bondinho.com.br/>>



Leandro Cupertino

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/536400/>

Para alguns autores, o transporte metroviário se diferenciaria do transporte ferroviário, no entanto, o uso da expressão “sistema sobre trilhos” facilita a compreensão do universo metroferroviário em interface com o turismo. O sistema de transportes sobre trilhos apresenta uma série de meios a serem estudados, desde as locomotivas a vapor até os bondes, planos inclinados e sistemas de metrô, entre outros, conforme figura a seguir.



Figura 15.1: Diferentes meios de transporte sobre trilhos: trem a vapor, bonde, plano inclinado e metrô, respectivamente.

Fontes:

Trem a vapor: <http://www.sxc.hu/photo/610198>

bonde: <http://www.sxc.hu/photo/875760>

plano inclinado: <http://www.sxc.hu/photo/1161739>

metrô: <http://www.flickr.com/photos/cmiper/9346081>

Com base nos estudos de Palhares (2002) e Fraga (2008), é possível destacar algumas características gerais do sistema de transportes sobre trilhos:

- a) flexibilidade na capacidade de carga e passageiros: o transporte ferroviário oferece a possibilidade de variação do número de carros de passageiros e vagões de carga de acordo com a necessidade da operação. Portanto, pode se adaptar à sazonalidade dos destinos turísticos que atende;
- b) via segregada: em geral, o transporte sobre trilhos não possibilita engarrafamento, pois a via é segregada e o sistema de tráfego é controlado;
- c) proporcionam a própria experiência turística: em alguns casos, funcionam como o próprio atrativo turístico. Em geral, são transportes ferroviários que apresentam algum valor percebido além da acessibilidade aos destinos que interligam. Como exemplo: as locomotivas a vapor que apresentam valor histórico, cultural

e nostálgico associado à experiência de uso; os trens panorâmicos, que apresentam amplas janelas para que se possa vislumbrar o valor cênico da via associados à experiência de uso; os trens de luxo que apresentam a experiência rara como um diferencial em si.

A partir das características, é possível enumerar as principais vantagens e desvantagens dos transportes ferroviários. No entanto, essas estão condicionadas especialmente à tecnologia ferroviária empregada.

Alguns estudos, como é a adaptação realizada por Palhares (2002) de Boniface e Cooper (2001) identificaram as principais vantagens e desvantagens do modo ferroviário. Considerando esses estudos, podemos indicar as seguintes vantagens para o uso do transporte ferroviário frente a outros modos no turismo: o fato de a capacidade ser flexível de acordo com a demanda atendendo a destinos que apresentam sazonalidade; a baixa possibilidade de engarrafamento por conta das vias segregadas. Também podemos incluir o fato desses transportes poderem ser percebidos como parte da própria experiência turística por suas características.

Ainda de acordo com esse estudo adaptado por Palhares (2002) de Boniface e Copper (2001), as principais desvantagens são: alto custo fixo, (e de implantação); a necessidade de integração para oferta de transporte porta a porta, entre origem e destino. Em muitos casos, tornando-se dependente especialmente do transporte rodoviário.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Faça uma discussão sobre as vantagens e desvantagens dos transportes ferroviários para o turismo. Um grande diferencial para argumentação será ilustrar os conceitos tratados na aula, partir de exemplos reais. Consulte o site da Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (ABOTTC) para construir os exemplos a partir de dados reais.

sita de outra forma de transporte para o acesso a eles, uma vez que os trens em questão não oferecem transporte porta a porta. Será interessante você resgatar a história dessas ferrovias turísticas e explicar que existe um alto custo de implantação para as ferrovias e que isto é uma desvantagem para o desenvolvimento ferroviário em um país.

Transportes ferroviários

Para analisarmos alguns meios de transportes ferroviários, é importante compreender algumas características da operação e da gestão ferroviária. Os serviços ferroviários podem ser operados pelo poder público, pela iniciativa privada, por organizações não governamentais ou através de parceria público-privada. Podem apresentar operações regulares ou fretadas. Em alguns casos, existem trens sazonais que trafegam apenas em épocas específicas do ano. Os trens turísticos franceses são segmentados por duas estações do ano: inverno e verão. Apenas alguns trafegam por todo o ano.

Outro exemplo para a compreensão do conceito de regularidade e fretamento é o trem do Corcovado, primeiro trem construído exclusivamente para fins turísticos no Brasil que interliga o bairro do Cosme Velho ao monumento do Cristo Redentor, na cidade do Rio de Janeiro. A empresa Esfeco Ltda., que administra o trem, apresenta dois tipos de serviços: o trem regular com horários diários de saída predeterminados e o produto denominado trem vip. Esse é fretado exclusivamente para um grupo que tenha interesse em um serviço específico, geralmente muito utilizado para reuniões, comemorações, lançamento de produtos etc.



Sean Vivek Crasto

Fonte: Cristo Redentor: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cristo_Redentor_-_Rio.jpg



Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Corcovado_Bergbahn_2005-03-15.jpg

O tipo de transporte ferroviário pode variar de acordo com a abrangência geográfica e/ou finalidade. Por exemplo:

- a) trens regionais de passageiros: apresentam como característica integrar regiões e promover o desenvolvimento regional apresentando média e longa distância. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES) realizou um estudo sobre o potencial para a implantação de trens regionais de passageiros no Brasil. Foram identificados 64 trechos potenciais, dos quais nove estão em detalhamento. Um vetor para o desenvolvimento regional considerado foi o turismo. No entanto, não necessariamente esses trens seriam exclusivamente para o turismo;
- b) trens de aeroporto: servem para interligar os centros de grandes cidades aos terminais aeroportuários, promovendo o deslocamento com maior rapidez;
- c) trens de subúrbio: servem a uma determinada região metropolitana, interligando o centro às demais áreas, constituindo-se em um verdadeiro transporte de massa. Em geral, são integrados com o sistema metroviário;
- d) trens e bondes de interesse turísticos e culturais: podem ser regulares ou sazonais (específicos de uma estação do ano) e têm como objetivo proporcionar a própria experiência turística e de lazer;
- e) trens hotel: são trens noturnos com percursos longos e que oferecem serviços de hotelaria. Muito utilizados na Europa;
- f) trens de luxo: são trens caracterizados com elementos que remetem ao luxo e requinte. Visam proporcionar uma experiência rara para o visitante. Também podem ser considerados como uma subcategoria do trem de interesse turístico e cultural;
- g) trens comemorativos: são trens que ocorrem de acordo com uma demanda muito específica e também podem ser uma subcategoria dos trens de interesse turístico e cultural. Um exemplo é o Trem do Samba, que ocorre no dia 2 de dezembro, interligando a Central do Brasil aos bairros do subúrbio carioca através do trem operado pela Supervia.

A tecnologia empregada também apresenta algumas características importantes para compreender a segmentação ferroviária. Por exemplo:

- a) locomotivas a vapor: são geralmente empregadas no desenvolvimento de trens turísticos, pois apresentam os valores histórico, cultural e nostálgico como parte fundamental da experiência turística;
- b) Trem de Alta Velocidade (TAV) ou Trem de Grande Velocidade (TGV): é empregado para fazer interligações longas em curto espaço de tempo. Um exemplo clássico é o famoso Eurostar (veja **Figura 15.2**) que interliga as cidades europeias de Paris a Londres em menos de três horas.



Figura 15.2: Eurostar na plataforma inglesa.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Eurostar_at_St_Pancras_railway_station.jpg

- c) Veículo Leve sobre Trilhos (VLT): é um veículo com estruturas mais leves, às vezes é confundido com os bondes. No entanto, não compartilha a via com veículos rodoviários e não faz muitas paradas;

d) Maglev: apesar de estar na categoria Trem de Alta Velocidade (TAV), a tecnologia empregada é a levitação sobre trilhos. O Maglev é potencial concorrente de outros modos de transportes, como o aéreo, pela velocidade alcançada. No entanto, pelo alto valor de implantação, são escassas as operações comerciais. Um exemplo é a empresa Shanghai Maglev Transportation Development que realiza a operação comercial de uma linha que interliga o centro da cidade de Xangai, na China, ao Aeroporto Internacional de Pudong, com extensão de aproximadamente 30km. O trajeto é realizado em menos de oito minutos dependendo da velocidade. Em geral, a velocidade máxima chega a 431km/h;



Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:JR-Maglev-MLX01-2.jpg>

e) trens de montanha: são trens especializados em alcançar grandes altitudes, em geral, utilizam o sistema de cremalheira, que é uma terceira roda, no meio dos trilhos, dentada para tração o veículo com mais firmeza por terrenos íngremes. Os

mais conhecidos do mundo são os trens dos Alpes suíços. No Brasil, o trem do Corcovado apresenta um sistema de cremalheira, pois para atingir o alto do Corcovado, no qual se encontra o monumento do Cristo Redentor, deve superar os mais de 700m de altitude;

- f) monotrilho ou *monorail*: é um veículo ferroviário movido por um único trilho. Um exemplo é o Sidney Monorail, na cidade de Sidney, na Austrália, conectando oito estações;



Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/File:SydneyMonorail1_gobeirne.jpg

- g) plano inclinado ou funicular: é considerado em alguns casos como bonde, em outros como elevadores, pois é um transporte sobre trilhos que transporta de um ponto menos inclinado a um ponto mais inclinado, gerando a diferença de altura. No entanto, os funiculares são transportes realizados por cabos e através de trilhos. Um exemplo no Brasil é o Bonde Monte Serrat, na cidade de Santos. É um plano inclinado de 150m de altitude. Para conhecer mais, acesse o site da empresa que opera o passeio: <http://www.monteserrat.com.br/>;

h) bondes: apresentam várias forças motrizes desde os eletrificados até os tracionados a força animal. Conhecidos como *tramway*, apresentam trilhos “chatos”, isto é, diferente do trem, não exige passagem ferroviária e compartilha a via com os veículos rodoviários. Por isso, são amplamente utilizados nos centros urbanos de várias cidades do mundo. Em Lisboa, o bonde é mais conhecido como elétrico.



Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:RockhamptonSteamTrams1923.jpg>

A conceituação do transporte ferroviário é um grande desafio e no Brasil existem algumas diretrizes que podem ser obtidas nos sites do Ministério dos Transportes (<http://www.transportes.gov.br/>), da Agência Nacional de Transportes Terrestres (<http://www.antt.gov.br/>) e do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (<http://www.dnit.gov.br/>).



A mil por hora (ou quase)

“Redução de impactos ambientais e emissão de gases poluentes (...); aumento do tempo produtivo para os usuários; (...) geração de empregos diretos e indiretos”, confira essas e outras vantagens do Transporte de Alta Velocidade (TAV), acessando o site do governo brasileiro sobre estudos dessa ferrovia: <<http://www.tavbrasil.gov.br/>>

As empresas que operam transporte ferroviário consideram o motivo de uso para atender com precisão a cada demanda. Portanto, existe a aquisição do direito de uso através de bilhete, de acordo com o tipo de serviço escolhido. Um exemplo é a operadora ferroviária turística brasileira, Serra Verde Express, que opera o serviço ferroviário em trem e *litorina*, interligando as cidades de Curitiba, Morretes e Paranaguá no Paraná. As categorias são:

Litorina

A denominação litorina faz menção à cidade italiana Littorina (atualmente Latina) e são automotri- zes, movem-se por força própria. O uso popular do termo caracteriza uma série de veículos sobre trilhos.

Catering

É o serviço de alimentos e bebidas em locais específicos, como em eventos, no interior dos transportes etc.

Quadro 15.1: Exemplo de serviço ferroviário por categoria

Categorias	Serviços oferecidos
Econômica	Sem serviço
Turística	Serviço de bordo, guia em português
Executiva	Serviço de bordo diferenciado, guia bilíngue e amplas janelas
Litorina de luxo	Poltrona de couro e sofás de veludo; bar; catering de primeira classe
Camarote (4 e 8 lugares)	Espaço exclusivo, serviço de bordo diferenciado, guia bilíngue

Fonte: <http://serraverdeexpress.com.br/serra/tarifas>

Os preços são variados, de acordo com a categoria escolhida pelo cliente. Outros fatores importantes na operacionalização do transporte ferroviário para o turismo é a existência de programas de milhagem (similar ao transporte aéreo), no qual o passageiro poderá acumular milhas, conforme viaja, para futuramente trocar por passagens gratuitas, e a existência de passes ferroviários (muito comum na Europa).



A Via Rail, no Canadá, apresenta um grande número de parceiros e promove um programa de recompensa, parecido com o programa de milhagem das companhias aéreas. Através da adesão ao programa, é possível ter desconto não só nas viagens ferroviárias, mas também junto às empresas parceiras. Para conhecer mais, acesse: <https://www.viapreference.com/>

Os passes ferroviários em geral podem ser limitados pelo número de dias ou pelo número de viagens. Para efetuar a escolha, é importante identificar quais os destinos atendidos pela empresa que oferta o passe e quais as condições de uso, isto é, se será preciso fazer reserva com antecedência, o valor da reserva e/ou taxas extras. Isso facilitará a decisão pela escolha do uso do passe com segurança.

Na Europa, é muito comum o uso de passes ferroviários. Um dos mais conhecidos é o Eurail que atende a praticamente todo o continente europeu. No entanto, existem passes exclusivos para cada país. Dependendo do tipo de viagem, é muito importante comparar as especificidades de cada um. Na **Tabela 15.1**, é possível identificar uma lista de companhias ferroviárias na Europa.



Zack Davis

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/280758>

Tabela 15.1: Companhias ferroviárias na Europa

País	Site das companhias ferroviárias
Alemanha	http://www.bahn.de/pv
Áustria	http://www.oebb.at/
Bélgica	http://www.b-rail.be/main/index.html
Espanha	http://www.renfe.com/
Finlândia	http://www.vr.fi/fi/
França	http://www.sncf.com/
Reino Unido	http://www.rail.co.uk/
Itália	http://www.trenitalia.com/
Polónia	http://www.pkp.com.pl/
Portugal	http://www.cp.pt/cp
República Tcheca	http://www.eurorailways.com/rail/scp/czech.htm
Suécia	http://www.sj.se/
Suíça	http://www.sbb.ch/

O desenvolvimento do turismo através da ferrovia não depende apenas da oferta de infraestrutura adequada, mas também na qualificação do serviço prestado de acordo com o interesse da demanda real e potencial no uso turístico de cada tipo de transporte ferroviário.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Existem vários tipos de transporte ferroviário e formas de classificá-los. Você considera que a implantação de um trem de alta velocidade, interligando dois destinos turísticos brasileiros, as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, poderia gerar qual tipo de interesse turístico no uso do transporte em questão? Explique sua resposta.

Resposta Comentada

A implantação de um trem de alta velocidade entre duas cidades brasileiras que já se consolidaram como destinos turísticos pode gerar o uso apenas por acessibilidade, no qual variáveis como preço, alcance, conforto, segurança, duração da viagem seriam fatores determinantes para a escolha do uso. Turistas que tenham interesse em utilizar o trem de alta velocidade, como verdadeiros atrativos turísticos, uma vez que esse seria o primeiro a ser implantado no país, sendo as variáveis a ser considerada, além das relacionadas apenas à acessibilidade. Seriam consideradas também variáveis relacionadas ao valor tecnológico como novidade, atrativo associado ao meio de transporte em questão.

Turismo ferroviário

A segmentação de mercado é uma ferramenta importante para o atendimento das necessidades e desejos da demanda. Existem várias formas de segmentar o mercado turístico, no entanto, é importante compreendermos que a segmentação se dá tanto do lado da oferta (quem vende), quanto do lado da demanda (quem compra), pois, é fundamental que o cliente encontre o produto/serviço adequado ao seu perfil de consumo. Assim como é essencial que as empresas ofereçam produto/serviços aos clientes com maior potencial de compra.

Existe uma série de variáveis que auxiliam na segmentação do mercado turístico, tais como geográfica, demográfica, socioeconômica, psicográfica, comportamental entre outras.

O turismo cultural é um segmento de mercado reconhecido pelo Ministério do Turismo. De acordo com as orientações básicas para a compreensão desse segmento, entendemos que o seu conceito está associado a certos requisitos, conforme trecho a seguir:

Consideram-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de se tornarem atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais, manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nessa categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros (BRASIL, 2010).

Compreendendo os transportes, não só como o veículo, mas como um mix de elementos – via, veículo, força motriz e ter-

minal –, é possível identificar que, em alguns casos, a realização da atividade turística apresenta como foco o uso do transporte ferroviário e/ou elementos que compõem o cenário ferroviário, tais como a própria via – ferrovias-parques, nas quais o valor cênico é o mais apreciado –, o terminal – estações ferroviárias, museus etc.

Nesses casos, notamos que existe um mercado turístico próprio para atender aos clientes interessados no turismo ferroviário. No entanto, na literatura não existe um conceito pronto sobre o que é o turismo ferroviário. Para alguns pesquisadores, o turismo ferroviário seria uma especialidade, portanto um nicho de mercado do próprio turismo cultural, uma vez que a ferrovia pode ser entendida como patrimônio, e em alguns casos como bem cultural. Para outros pesquisadores, o turismo ferroviário estaria centrado na experiência ferroviária, mesmo que não ocorra o uso do veículo ferroviário. Por exemplo, a visitação a uma vila ferroviária do século XIX seria uma experiência ferroviária turística.



Paranapiacaba é um distrito da cidade de Santo André, no ABC paulista. Esse distrito é uma verdadeira vila ferroviária do século XIX, quando estava em operação a São Paulo Railway, empresa que operava o transporte ferroviário em São Paulo. Atualmente, a Companhia Paulista de Transporte Metropolitano (CPTM) inaugurou o Expresso Turístico Paranapiacaba, que é um trem de interesse turístico, interligando a cidade de São Paulo até a o distrito de Paranapiacaba. Confira mais informações no site: <http://www.cptm.sp.gov.br/e_operacao/exprtur/parana.asp >

Um paradigma interessante a ser explorado na tentativa de conceituar o turismo ferroviário é investigar casos nos quais a implantação de trens gerou o desenvolvimento turístico e casos nos quais os trens de interesse turístico são apenas complementares à oferta turística.

Um site especializado em turismo ferroviário é o Railways Lovers (Amantes da Ferrovia). Ao entrar para o clube no link: <http://www.amantesdaferrovia.com.br>, os participantes encontram uma rede social ampla especializada sobre o tema.



Ferros requintados

Na Índia, existe a Railway Tourism, especializada em experiências ferroviárias turísticas de luxo. Existem guias especializados com informações exclusivas sobre turismo ferroviário, como o Train Traveling. Confira mais em: http://www.traintraveling.com/europe/europe_tourist.shtml

A experiência ferroviária pode estar associada a diversos valores – histórico, nostálgico, cênicos, raridade/luxo etc. Para os turistas, que apresentam múltiplo interesse, a experiência ferroviária com os valores associados é apenas parte da experiência turística completa. Concluimos, então, que o turismo ferroviário acontece quando a experiência ferroviária é o elemento central ou parcial da viagem turística.



Paulo Carmona

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Paranapiacaba_pic09.JPG



Atividade Final

Atende ao Objetivo 3

Faça a leitura do resumo da pesquisa sobre transporte ferroviário e turismo e responda qual a importância do conhecimento sobre a experiência de uso do trem para o desenvolvimento do turismo ferroviário.

Resumo: o objetivo geral desse estudo exploratório descritivo é analisar o perfil da demanda turística que utiliza o Trem do Corcovado em uma dada época do ano. Os objetivos específicos são identificar os valores associados ao uso do trem. Isto é, se a demanda investigada percebe o valor histórico, já que o trem é o primeiro para fins turísticos no Brasil; o valor cênico, já que apresenta janelas panorâmicas e o valor ecológico, uma vez que seu trajeto é realizado dentro da Floresta da Tijuca – maior floresta urbana do mundo. Os resultados demonstram que 89% da demanda consideram o trem uma experiência ferroviária turística por perceber os valores histórico, cultural e nostálgico do passeio em 33% dos casos, o valor cênico em 33% dos casos e o valor ecológico em 33% dos casos. Os 11% restante só utilizaram o trem para acesso ao atrativo monumento do Cristo Redentor e não o consideram parte da experiência turística.

Fonte: Resumo elaborado com base no trabalho (algumas porcentagens podem ser diferentes do original) de FRAGA, C. C. L. “Trem do Corcovado: experiência funcional ou turística?,” monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora – Minas Gerais, 2004.

Resposta Comentada

A importância do conhecimento sobre a experiência proporcionada pelo uso do transporte ferroviário é fundamental para o desenvolvimento do turismo ferroviário, porque é através da identificação dos valores associados a essa experiência – nostálgico, cênico, ecológico etc. – que os passeios ferroviários poderão ser mais bem posicionados como oferta que atenda as necessidades dos turistas.

Resumo

A identificação de algumas das principais formas de utilização do modo ferroviário para fins turísticos, abordando as vantagens e desvantagens, bem como a importância e as características do transporte ferroviário; os vários tipos de transporte ferroviário e os fundamentos do turismo ferroviário. Não podemos nos esquecer que o ensino em turismo também é codependente da pesquisa. As atividades orientaram para a percepção prática do uso dos conceitos na atuação junto ao mercado de transportes ferroviários em interface com o turismo e no desenvolvimento de pesquisa sobre o tema.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, serão debatidas algumas características do sistema ferroviário em interface com o turismo. Será analisada a experiência ferroviária turística com destaque para os elementos dos transportes – via, veículo, força motriz e terminal.

16

Introdução aos transportes ferroviários – parte II

*Carla Conceição Lana Fraga
Rafael Teixeira de Castro*

Meta da aula

Apresentar noções gerais dos transportes ferroviários, abordando suas especificidades em interface com o turismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar as especificidades do transporte ferroviário como a própria experiência turística;
- 2 verificar as dimensões da sustentabilidade para a análise dos trens turísticos nacionais;
- 3 analisar a importância do transporte ferroviário de passageiro de média e de longa distância, para o desenvolvimento regional do turismo;
- 4 reconhecer o uso de sistemas de transportes sobre trilhos, para o desenvolvimento do turismo em uma cidade;
- 5 distinguir as características dos terminais ferroviários em interface com o turismo.

Introdução

Na aula anterior, reconhecemos as vantagens e desvantagens do transporte ferroviário. Analisamos os variados tipos de veículos ferroviários e compreendemos os fundamentos do turismo ferroviário. Nesta aula, abordaremos as especificidades dos transportes ferroviários de interesse turístico e cultural como parte fundamental da experiência turística. Verificaremos as dimensões para a análise da sustentabilidade dos trens turísticos brasileiros. Analisaremos também como o transporte ferroviário de médio e longo percurso pode auxiliar no desenvolvimento regional do turismo de forma sustentável. Identificaremos como localmente o transporte sobre trilhos poderá contribuir para o acesso aos atrativos e aos equipamentos de apoio aos eventos turísticos de uma cidade; discutiremos a fundo o papel das estações ferroviárias.

Transporte ferroviário turístico e cultural

Categorizar um trem ou bonde como turístico e/ou cultural é uma tarefa difícil. Poderíamos imaginar que o trem ou bonde de interesse turístico teria de estar em uma área geográfica – bairro, cidade com vocação turística. Ou, então, que o serviço oferecido teria de ser um elemento além do mero deslocamento entre origem e destino da viagem, sendo necessárias diferenças, como: serviço de bordo, guiamento entre outros; e, ainda, poderíamos intuir que simplesmente o fato de um dado transporte ferroviário oferecer algum atributo atrativo, como: valores nostálgicos, por ser um transporte notável por suas características e/ou para determinada época da História; cênico, devido à paisagem proporcionada no trajeto, entre outros, já o caracterizaria como turístico e cultural, construindo o próprio atrativo turístico.



Herbert Ortner

Figura 16.1: O valor nostálgico pode ser levado em conta como atrativo turístico.

Fonte: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oebb298205.jpg>

No entanto, Ignarra (2003) explica que o conceito de atrativo turístico não é algo simples. Segundo o autor, a atratividade pode variar muito. Essa variação acontece de acordo com a percepção de cada turista. Portanto, é fundamental compreender os atributos que motivam o turista ou grupo de turistas para o uso do transporte ferroviário, principalmente quando se trata do uso exclusivo para turismo.

Compreende-se que a oferta ferroviária turística é complexa e altamente segmentada para atender a nichos específicos de mercado. Esta segmentação, somada à distribuição geográfica desses trens e bondes turísticos, são situações raras nas quais o transporte é usado exclusivamente como atrativo turístico, que implica concorrência.

As motivações para o uso dos trens e bondes turísticos podem variar de acordo com os atributos de cada transporte ferroviário. No entanto, vale compreender a própria noção de motivação em turismo. Beni (2006) explica que a motivação em turismo relaciona-se com: “as razões que levam a realizar uma viagem,

os fatores pessoais que, do nosso interior, incitam a ação” (BENI, 2006). Portanto, os atributos associados ao transporte ferroviário a serem considerados podem estar relacionados aos quatro elementos – via, veículo, força motriz e terminal de forma conjunta ou isolada. E, ainda, um determinado transporte ferroviário pode favorecer múltiplos interesses associados, atendendo a específicos interesses da demanda.

Exemplificando, na tabela a seguir, você analisará o trem de luxo. É claro que a experiência relacionada ao luxo é o ponto-chave da experiência turística proporcionada pelo uso desse transporte. Entretanto, ao analisar a descrição proposta pela empresa Serra Verde Express, responsável pela operação desse transporte, é possível notar pelo menos quatro outros valores associados. São eles: história, cultura, nostalgia e cênico.

Portanto, esse trem como atração atenderá a diversos segmentos do turismo e não só ao turismo de luxo. Atenderá ao turismo histórico e cultural devido ao mobiliário de época utilizado. E mesmo ao turismo de natureza e ecológico, uma vez que parte do trajeto é realizada no interior da Mata Atlântica, gerando observação da fauna e flora local.

A Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (ABOTTC) congrega trens e bondes de interesse turístico nacionais. A partir dos dados da entidade e consulta aos sites das operadoras ferroviárias é possível vislumbrar alguns casos reais de trens considerados exclusivamente para uso turístico. Na tabela a seguir, serão identificados atributos que podem gerar a motivação do uso do transporte ferroviário exclusivamente associado à experiência turística proporcionada, e não necessariamente à necessidade de deslocamento entre origem e destino.

Tabela 16.1: Análise dos possíveis atributos que associam o uso ferroviário à própria experiência turística.

Descrição dos passeios	Possíveis atributos considerados para o uso exclusivo para o turismo
<p>“O trem vip é a combinação perfeita de um passeio inesquecível através da Floresta da Tijuca com a exclusividade de um transporte fretado, mais confortável, com a disponibilidade de serviço de bordo, música ambiente e guia turístico (opcionais). O percurso até o monumento do Cristo Redentor pode ser aproveitado para discussão de negócios, apresentação de produtos, demonstrações ou apenas um bate-papo descontraído, acompanhado de um agradável café da manhã ou um pequeno coquetel. Não perca a oportunidade de oferecer a seus clientes um passeio de primeira classe. O trem vip é a melhor recepção para os convidados em passagem pelo Rio de Janeiro e que não podem deixar de visitar seu ponto turístico mais importante.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valores cênico e ecológico, já que o trem percorre uma parte da Floresta da Tijuca. • Exclusividade por ser um serviço fretado. • Serviço de bordo, música ambiente e guia de turismo como opcionais.
<p>“Conheça o Paraná a bordo do primeiro e único trem de luxo do Brasil, composto por 2 carros que reconstituem todo o charme e glamour da época de ouro das viagens de trem. O trem de luxo promove uma nostálgica viagem aos áureos tempos da riqueza, do refinamento e do bom gosto, uma experiência inesquecível, tanto pelas paisagens quanto pelo prazer de estar em seu rico interior, com móveis de madeiras nobres e decoração temática com o melhor da fauna e flora brasileiras.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Original, porque é o primeiro trem de luxo no Brasil. • Raro, porque é único no Brasil. • Glamour da época de ouro das viagens de trens associado aos valores histórico, cultural e nostálgico. • Valor cênico pelas paisagens proporcionadas pelo trajeto. • Decoração temática, proporcionando a experiência relacionada ao luxo.
<p>“Você acha que já fez todos os passeios do mundo? Então experimente este: o trem se movimenta sobre os trilhos, pra lá e pra cá. Você vai no embalo, ao ritmo da sanfona, tirando o pé do chão e curtindo o mais autêntico forró pé-de-serra. A cada curva, um grito de animação. A zabumba toca mais alto, o triângulo repete ‘é muito, é muito bom’. E todo mundo segura o fôlego nesse passeio diferente que só a gente tem!”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valor cultural associado à autenticidade do forró pé-de-serra. • Exclusividade pelo trem ser tratado como um evento.

Fontes: <http://www.corcovado.com.br/vip.html>. Acesso em 3 jan. 2011; <http://serraverdeexpress.com.br/luxo/destinos>. Acesso em 3 jan. 2011; <http://www.tremdoforro.com.br/>. Acesso em 3 jan 2011.

Em alguns casos, o transporte ferroviário não é comercializado como propulsor da própria experiência turística, no entanto, é indiretamente o desencadeador desta. Observamos que o uso de trens para transporte de longa distância no Brasil é escasso, devido à privatização da malha ferroviária nacional no final da década de noventa do século XX. Portanto, o fator “raridade” pode ser percebido como componente acionador da experiência turística no uso de trens de longa distância.

Exemplificando: o transporte ferroviário ofertado pela Companhia Vale (antiga Companhia Vale do Rio Doce) na Estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM), interligando os Estados de Minas Gerais e Espírito Santo. Esse trem não é formatado exclusivamente para turismo, mas é largamente procurado como atrativo. Outro exemplo: o uso de Trens de Alta Velocidade (TAV) para turistas que nunca tiveram contato com essa tecnologia ferroviária. O valor “tecnologia” associado a “alta velocidade” poderá tornar-se um grande atrativo e fator de escolha, mesmo não sendo o transporte em questão formatado como trem turístico. Observamos o clássico Eurostar, um trem de alta velocidade, utilizado para atravessar o Canal da Mancha por um túnel subterrâneo, interligando França e Reino Unido. Caso o turista não tenha tido contato com essa tecnologia ferroviária, provavelmente esse trem terá um impacto na sua experiência turística. No entanto, o TAV em questão não é comercializado como trem exclusivo para o turismo.



Figura 16.2: Trem de alta velocidade (TAV). Tecnologia também pode ser atrativo turístico.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Tgv_sud_est.jpg



A Rede de Trens de Alta Velocidade S.A. (RAVE) promoveu um estudo em 2009, em Portugal, sobre a relação entre o Trem de Alta Velocidade e o turismo. Foi identificado que o TAV proporciona ao desenvolvimento do turismo português: redução do tempo total de viagem; elevada frequência; preços adequados; maior acessibilidade; segurança máxima; mais conforto; área de negócios e trabalhos nos trens (denominados comboios); melhor ambiente etc. Pesquise mais no site da Rede de Trens de Alta Velocidade S.A. (RAVE): <http://www.rave.pt/Portals/0/Documentos/Noticias/sector_turismo_AV_rave_v7.pdf>

Diante desses dois exemplos, conseguimos perceber que a experiência turística a partir do uso dos transportes ferroviários é complexa e dependerá da subjetividade dos indivíduos ou grupos de indivíduos, a partir do uso do transporte ferroviário.

Por isso, é fundamental gerar instrumentos para o acompanhamento da experiência de uso dos transportes, como pesquisas de satisfação. Essas pesquisas podem ser utilizadas não apenas por empresas operadoras de trens e bondes exclusivos para o turismo, mas também por empresas ferroviárias de passageiros em geral.

É importante considerar o fator humano, isto é, quem usa o transporte ferroviário é decisivo para a promoção do desenvolvimento sustentável do turismo ferroviário. O desenvolvimento sustentável por si implica a análise de dimensões, critérios e indicadores para considerar o limite entre o que é insustentável e o que é sustentável.

Fraga (2008), em estudo sobre a análise da sustentabilidade dos trens turísticos brasileiros, constatou a possibilidade de trabalhar com as dimensões da sustentabilidade: ambientais, sociais, econômicas, culturais, técnico-espaciais e políticas. A partir dessas dimensões, foram construídos alguns critérios junto a especialistas e tomadores de decisão de mercado sobre os temas: ferrovia, turismo e sustentabilidade. O objetivo era analisar o comportamento dos trens turísticos diante das dimensões e dos

critérios estabelecidos. Os critérios a partir das dimensões estão dispostos na tabela a seguir:

Tabela 16.2: Dimensões e critério para análise da sustentabilidade dos trens turísticos brasileiros

Dimensões	Critérios
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Coleta de lixo seletiva • Guias e/ou orientadores ecológicos • Uso de energia renovável • Preservação ambiental
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento da comunidade local • Geração de emprego e renda para a Comunidade local
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Preservação ferroviária • Valorização da cultura local • Marketing cultural
Econômica	<ul style="list-style-type: none"> • Lucratividade • Estruturação da tarifa • Investimento financeiro para a comunidade
Técnico-espacial	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestrutura básica de apoio ao turismo • Qualificação e gestão profissional • Segurança – operacional e policial
Político-institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento à legislação ferroviária e turística • Relacionamento com o restante do mercado turístico e poder público

Fonte: Fraga (2008).

Para o desenvolvimento do turismo ferroviário, de acordo com os pressupostos da sustentabilidade, é necessário analisar os critérios expostos na **Tabela 16.2**. Os critérios auxiliarão na construção de indicadores fundamentais para a gestão e operação do transporte de acordo com os pressupostos do desenvolvimento do turismo ferroviário sustentável.



Atividade

Atende aos Objetivos 1 e 2

1. De acordo com informações retiradas do site da Giordani Turismo (<http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>), operadora do Trem do Vinho, responda:

a) Explique quais os possíveis atributos que geram valores para o mesmo ser percebido como a própria experiência turística.

Trem do Vinho	Possíveis atributos considerados para o uso exclusivo para o turismo
<p>“O passeio turístico de trem a vapor é uma memorável atração na Serra Gaúcha, na Região Uva e Vinho. Os turistas são recepcionados na estação de Bento Gonçalves com uma deliciosa degustação de vinho. Ao soar o sino, todos embarcam nesta viagem repleta de alegria e que traduz o jeito de ser dos imigrantes italianos. São 23 quilômetros de agradável percurso com duração média de 2 horas. Durante o passeio, a festa é conduzida por atrações típicas italianas e gaúchas.”</p>	

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>. Acesso em 3 jan. 2011.

b) A empresa Giordani Turismo disponibiliza no site uma pesquisa de satisfação que solicita aos usuários que atribuam uma nota de 0 (zero) a 10 (dez), sendo 0 insatisfeito e 10 muito satisfeito. A partir da análise das perguntas retiradas dessa pesquisa e das dimensões propostas na **Tabela 16.2**, responda quais dimensões da sustentabilidade estão sendo consideradas para o desenvolvimento do Trem do Vinho como atração do turismo ferroviário sustentável.

Pergunta 1: Quanto ao atendimento.

Dimensões	Critérios pesquisados
	Reserva via telefone
	Reserva via email
	Bilheteria
	Recepcionista do carro (vagão)

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado).

Pergunta 2: Quanto ao passeio de trem.

Dimensões	Critérios pesquisados
	Pontualidade
	Infraestrutura
	Limpeza
	Organização
	Condições dos carros (vagões)
	Qualidade do som
	Serviço de bar
	Ônibus de ida ou de volta

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado).

Pergunta 3: Quanto às atrações.

Dimensões	Critérios pesquisados
	Show gaúcho
	Show de tarantella
	Teatro
	Coral italiano
	Show na estação férrea de Bento Gonçalves
	Show na estação férrea de Garibaldi
	Show na estação férrea Carlos Barbosa

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado).

Pergunta 4: Quanto às degustações:

Dimensões	Critério pesquisado
	Vinho
	Suco de uva
	Filtrado doce

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado)

Resposta Comentada

a) Para responder a essa questão, devemos considerar que o Trem do Vinho está inserido em uma região turística já reconhecida; que oferece serviço de recepção e ainda que proporciona degustação de vinho, gerando valores históricos, nostálgicos e culturais associados à imigração italiana. Portanto, é um trem turístico que atende ao segmento denominado turismo cultural.

b) Para responder a essa questão, é fundamental considerar as dimensões e critérios da sustentabilidade apontados na **Tabela 16.2**: ambiental (coleta de lixo seletiva, uso de energia renovável, projeto de preservação ambiental); social (envolvimento da comunidade local, geração de emprego e renda para a comunidade local); cultural (marketing cultural, valorização da cultura local; preservação ferroviária); econômico (lucratividade, estruturação da tarifa, investimento na comunidade local); técnico-espacial (infraestrutura básica e de apoio ao turismo, qualificação e gestão profissional, segurança operacional e policial); político-institucional (atendimento à legislação ferroviária e turística; relacionamento com o restante do mercado turístico e com o poder público). Portanto, observe o quadro com as possíveis respostas.

Pergunta 1: Quanto ao atendimento.

Dimensões	Crítérios pesquisados
Técnico-espacial	Reserva via telefone
Técnico-espacial	Reserva via e-mail
Técnico-espacial	Bilheteria
Técnico-espacial	Recepcionista do carro (vagão)

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado)

Pergunta 2: Quanto ao passeio de trem.

Dimensões	Critérios pesquisados
<i>Técnico-espacial</i>	<i>Pontualidade</i>
<i>Técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Infraestrutura</i>
<i>Ambiental e técnico-espacial</i>	<i>Limpeza</i>
<i>Técnico-espacial</i>	<i>Organização</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Condições dos carros (vagões)</i>
<i>Cultural</i>	<i>Qualidade do som</i>
<i>Técnico-espacial</i>	<i>Serviço de bar</i>
<i>Técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Ônibus de ida ou de volta</i>

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado)

Pergunta 3: Quanto às atrações.

Dimensões	Critérios pesquisados
<i>Cultural, social e político-institucional</i>	<i>Show gaúcho</i>
<i>Cultural, técnico-espacial, social e político-institucional</i>	<i>Show de tarantela</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Teatro</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Coral italiano</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Show na estação férrea de Bento Gonçalves</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Show na estação férrea de Garibaldi</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Show na estação férrea Carlos Barbosa</i>

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado)

Pergunta 4: Quanto às degustações.

Dimensões	Crítérios pesquisados
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Vinho</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Suco de uva</i>
<i>Cultural, técnico-espacial e político-institucional</i>	<i>Filtrado doce</i>

Fonte: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html> (adaptado)

Transporte ferroviário e o desenvolvimento regional do turismo de forma sustentável

A infraestrutura de transportes é fundamental para o desenvolvimento regional do turismo de forma sustentável. No entanto, é essencial compreendermos o que é desenvolvimento regional do turismo, contextualizá-lo junto aos princípios da sustentabilidade e, somente após, discutir o papel do transporte ferroviário como componente para o desenvolvimento do turismo regionalizado.

A definição de desenvolvimento regional é controversa, pois não é apenas a noção espacial de delimitações a partir de marcos geográficos que determinam o termo regional no contexto do desenvolvimento. O fator econômico relacionado à produtividade em comum é fundamental para a percepção de aglomerados que formarão verdadeiros **clusters** turísticos em prol do desenvolvimento regional.

O pesquisador Tomazzoni (2007) considera como elemento preponderante do desenvolvimento regional a capacidade de a região exportar o que produz. No turismo, a produção da experiência turística ocorre no local de seu consumo, fato que marca suas características mais evidentes: intangibilidade, perecibilidade e heterogeneidade. Portanto, a capacidade de exportação está diretamente relacionada à retenção e distribuição do que é consumido pelos turistas na própria região visitada.

Cluster

Cluster no turismo pode ser compreendido como a concentração de empresas e atividades necessárias à prática da atividade turística em um determinado espaço geográfico. Portanto, o desenvolvimento regional do turismo está associado diretamente à formação de *cluster*. Para Santos Silva (2007), “Uma configuração de *cluster* de turismo pode ser considerada como um modelo de desenvolvimento regional”.

Entretanto, destacamos que o desenvolvimento regional em sintonia com os princípios da sustentabilidade não implicam somente no desenvolvimento econômico, mas também no desenvolvimento social, cultural e ambiental.

Para contextualizar estratégias de desenvolvimento regional nas políticas públicas de turismo, é interessante compreender o que acontece no Brasil. Esse é um país de dimensões continentais, e, para organizar a atividade turística e promover o desenvolvimento regional de forma sustentável, é proposto pelo Ministério do Turismo o Plano Nacional de Turismo (2003-2007 e 2007-2010), que contém o Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

Esse programa é o elemento central para a promoção do desenvolvimento turístico regional no país. Em consonância com o Plano Nacional de Turismo, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil visa contribuir para a gestão descentralizada, coordenada de forma integrada.

A elaboração de roteiros turísticos, a partir da identificação das regiões turísticas, em especial dos municípios indutores da atividade turística, é o ponto-chave para o desenvolvimento regional do turismo no Brasil. Portanto, o desenvolvimento regional do turismo visa por complementaridade (através de diferentes aspectos) ou similaridade (através de aspectos parecidos) integrar diversos municípios de uma região turística na formação de **cadeias produtivas** para a execução do turismo.

A acessibilidade e a mobilidade proporcionada pelas redes de transportes, através da intermodalidade, são fundamentais para o desenvolvimento regional de forma sustentável. Nesse contexto, é válido fazer a análise do transporte ferroviário de média e longa distância.

A consideração sobre a extensão do percurso e a classificação sobre o que é médio e longo percurso dependerá da própria delimitação da região. Entretanto, em geral, até 200 km é considerado um trecho de médio percurso, acima disto são trechos de longo percurso.

Cadeias produtivas

De acordo com Zagheni (2004): “A cadeia produtiva do turismo pode ser definida como um conjunto de empresas e de elementos materiais e imateriais que desenvolvem ocupações relacionadas ao turismo, em busca de mercados estratégicos, utilizando-se de produtos competitivos” (ZAGHENI, 2004).

A tecnologia empregada também é um importante fator para a análise do transporte ferroviário como componente do desenvolvimento regional de forma sustentável. Dependendo do *cluster* turístico e do seu nível de desenvolvimento, será mais adequado o uso de trens de alta velocidade ou de trens de média velocidade; e ainda, em alguns casos; os próprios trens turísticos serão os veículos ideais para contribuir com o desenvolvimento regional.

Portanto, é fundamental fazer uma análise de três quesitos: a vocação turística e a potencialidade para a formação de *clusters*; a demanda e a infraestrutura disponível, antes de determinar qual tipo de transporte ferroviário será o mais adequado ao desenvolvimento regional sustentável do turismo.

Em geral, o transporte sobre trilhos apresenta altos custos de implantação e manutenção. Portanto, considerar as questões políticas também é fundamental para a implantação e/ou gestão do sistema ferroviário para o desenvolvimento regional de forma sustentável.

Temos como exemplo no Brasil, de acordo com Pastori (2007), as parcerias público-privadas (PPP). São normatizadas pela lei 11.079/04, de 30 de dezembro de 2004, denominada “Lei das PPP”, sendo ferramentas importantes para a viabilização de transporte sobre trilhos. O autor afirma que:

Particularmente para a realidade brasileira, a PPP também é indicada em casos de projetos de infraestrutura com pouca ou nenhuma autossustentabilidade, ou seja, aqueles que, se implementados e operados única e exclusivamente pela iniciativa privada, certamente não lograrão obter o retorno desejado. Essa possibilidade existe quando a previsão de geração de receita operacional do projeto se mostra insuficiente para promover o equilíbrio econômico-financeiro (EEF) do empreendimento e, conseqüentemente, garantir o retorno adequado aos acionistas privados. Portanto, a PPP surge como um estimulante ao investidor privado para efetivação de investimentos públicos, na medida em que poderá contribuir para atingir o EEF, através do compartilhamento de certos riscos entre os parceiros (PASTORI, 2007).

Em alguns casos, nos quais há condições políticas adequadas com a formação de parcerias público-privadas eficientes, ou determinação do governo e/ou interesse da iniciativa privada, a implantação de transporte ferroviário de médio e longo percurso pode se constituir em verdadeiro diferencial logístico para o desenvolvimento regional.

Esse diferencial está associado à prerrogativa de esse transporte favorecer o desenvolvimento do próprio *cluster* turístico, devido à ampliação da acessibilidade e da mobilidade na região geográfica de abrangência. No entanto, é fundamental atentar para fatores como a intermodalidade entre o modo ferroviário e os demais modos de transportes, bem como a acessibilidade financeira ao sistema, com estruturação adequada das tarifas cobradas de acordo com a sazonalidade e demais fatores intervenientes.



Atividade

Atende ao Objetivo 3

2. O Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Transportes da Universidade Federal do Rio de Janeiro realizou – por solicitação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES) – um estudo para identificar trechos potenciais para implantação de trens regionais de passageiros no Brasil.

Com a privatização da malha ferroviária no país, as concessionárias que detêm o poder de uso dos trilhos apresentam grande interesse em transporte de carga e, portanto, o transporte de passageiros sob trilhos em média e longa distância foi quase que totalmente erradicado. Os trens regionais de passageiros, como o próprio nome já diz, são aqueles destinados ao desenvolvimento regional.

A metodologia utilizada no estudo foi o Método de Análise Hierárquico Multicriterial (MAHM). De acordo com Dumoulin et al. (2006), o processo analítico hierárquico (AHP) foi desenvolvido por Thomas Saaty na década de setenta nos Estados Unidos e ainda é amplamente utilizado. O MAHM é utilizado como apoio

à tomada de decisão e muito útil quando os critérios a serem comparados e hierarquizados são quantitativos, relacionados a números e qualitativos relacionados a atributos e opiniões.

O estudo proposto pelo BNDES analisou 64 trechos relevantes. Para o nosso exercício, vamos considerar critérios similares para a determinação dos trechos para a implantação dos trens regionais de passageiros no Brasil:

- deve haver 200 km de distância entre um município e outro atendido pelo trecho;
- deve haver ociosidade do transporte de carga no trecho;
- pelo menos um dos polos geradores de viagem (cidades) deve possuir mais de 100 mil habitantes;
- pelo menos um dos municípios deve ter vocação turística.

Com base nesses critérios, explique a seguinte afirmação:

É evidente nesse caso, que o desenvolvimento regional do turismo através do transporte ferroviário de médio percurso está associado à disponibilidade de infraestrutura e demanda turística.

Exercício elaborado com base no estudo: Scharinger, F. J. *Trens regionais de passageiros: o renascimento de um vetor de desenvolvimento econômico no país*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002. Trata-se de um bom material para estudo.

Resposta Comentada

Para responder essa questão, é importante considerar todos os critérios determinados no estudo solicitado. Portanto, na tentativa de explicar a afirmação, vamos fazer uma análise dos critérios. O critério distância (200 km de distância entre um município e outro atendido pelo trecho) determina a área geográfica e, portanto, a base regional na qual se quer estabelecer o desenvolvimento, a partir da implantação do trem regional. O critério relacionado à ociosidade do transporte de carga no trecho significa que as concessionárias detentoras do trecho em questão não terão suas operações para o transporte de carga comprometidas, já que com a privatização é evidente o maior interesse pelo transporte de carga que pelo de passageiro. O critério relacionado à quantidade de habitantes (pelo menos um dos polos geradores de viagem, as cidades, deve possuir mais de 100 mil habitantes) está relacionado à demanda potencial que utilizará o trem, contribuindo para o desenvolvimento regional através do deslocamento entre as cidades atendidas. Por último, o critério relacionado diretamente com o turismo (pelo menos um dos municípios deve ter vocação turística). A vocação turística determina a possibilidade inicial da formação de cadeias produtivas e, portanto, possíveis formações de clusters turísticos que poderão ser desenvolvidos através do transporte ferroviário regional.

O uso do transporte sobre trilhos para o desenvolvimento do turismo de base local

Nesta parte da aula, concentraremos nossos esforços na compreensão da importância do transporte sobre trilhos para o desenvolvimento das atividades turísticas, em um determinado destino turístico. Serão analisados os sistemas metroviários, os trens de subúrbios, os trens de aeroportos e o uso da tecnologia denominada transporte leve sobre trilhos.

No entanto, para iniciar esta análise é importante compreender o que é desenvolvimento local e qual sua associação com o próprio desenvolvimento regional na perspectiva do transporte e do turismo.

Para os pesquisadores Cassiolato e Szapiro (2003):

A ideia de aglomerações torna-se explicitamente associada ao conceito de competitividade, principalmente a partir do início dos anos 1990, o que parcialmente explica seu forte apelo para os formuladores de políticas.

Portanto, a formação de *clusters* e arranjos produtivos locais (APL) que fortalecem o desenvolvimento de base local são fundamentais ao desenvolvimento sustentável do turismo de forma competitiva. Nesse contexto, os transportes tornam-se elementos estratégicos. Vamos analisar alguns transportes fundamentais para o desenvolvimento turístico de base local:

- Metrô

As cidades que apresentam uma rede metroviária ampla e integrada a outros modos de transportes apresentam maiores chances de contribuir para o desenvolvimento eficiente da própria atividade turística, pois possibilitam acesso e maior mobilidade entre as atrações e equipamentos de apoio ao turismo. As cidades que apresentam maior extensão são Londres (415 km) e Nova York (398 km).

É evidente que o tamanho das cidades e a forma como as atrações e os equipamentos de apoio ao turismo estarão dispostos faz total diferença. No entanto, se compararmos Londres com 415 km e São Paulo com 42 km, mesmo a cidade de São Paulo sendo bem inferior em tamanho à cidade londrina, com certeza o acesso entre as atrações e os equipamentos de apoio ao turismo em Londres são mais eficientes que na cidade de São Paulo. Os fatores relacionados são a intermodalidade e a capilaridade da rede, ou seja, o raio de atuação da rede.

A integração tarifária com outros modos de transportes (bilhete único para o uso do metrô e do trem, ou do metrô, trem e ônibus urbano etc.) é um atrativo ao uso do transporte metroviário para acesso às atrações e aos equipamentos de apoio ao turismo. Outra vantagem são os bilhetes por períodos de tempo que oferecem desconto. Por exemplo, um turista que pretende ir a Paris e a

Oyster Card

É um cartão eletrônico para o uso do transporte em Londres. Confira mais informações (em inglês) no site <<https://oyster.tfl.gov.uk/>>.

Londres pode adquirir em Paris a *Carta Orange* ou o Paris Visite e, em Londres, o cartão eletrônico denominado *Oyster Card*.

Para visualizar os detalhes do uso dos passes em Paris, compreenda que a *Carta Orange* dá direito ao uso do sistema de transporte por dia, semana e mês determinados. Por exemplo, por semana, ela começa a valer na segunda-feira e termina no domingo. Caso o turista tenha chegado a Paris no sábado, não vale a pena comprar a *Carta Orange* para a semana. *Navigo* é o bilhete eletrônico recarregável e é bem útil para quem mora em Paris, servindo aos turistas apenas como souvenir após o uso. O importante é verificar qual a abrangência da *Carta Orange*. O ideal é comprar a que atenda às seis zonas da *Île-de-France*, que dá acesso aos aeroportos (Charles de Gaulle, Orly); à Disney e ao Palácio de Versalhes. O *Paris Visite* oferece a possibilidade de predeterminar dia de início e término do uso do passe.

As parcerias também são relevantes para o desenvolvimento do turismo, a partir do transporte sobre trilhos na cidade. Por exemplo, na cidade de São Paulo existe um projeto, denominado Turismetrô, no qual é possível executar um *city tour* pela cidade através do uso do metrô. Confira a descrição do projeto:

O Turismetrô é o fruto de uma parceria entre a São Paulo Turismo e o Metrô. Com ele você vai percorrer inúmeros pontos turísticos e históricos da cidade de São Paulo. Para isso, foram elaborados cinco roteiros diferentes, sendo que todos os percursos têm acompanhamento de guias bilíngues e a presença de atores, encenando a história de São Paulo (intervenções artísticas). Os cinco roteiros têm como ponto de partida a Estação da Sé do Metrô (Turismetrô).

São iniciativas como esta que associam o transporte ao turismo, gerando produtos turísticos inovadores e competitivos no mercado.

- Trens metropolitanos ou de subúrbio

A existência de transporte metropolitano sobre trilhos que atende aos subúrbios, também conhecido como trens de subúrbios, é um diferencial para o desenvolvimento do turismo nas

idades, pois facilita a visitação a atrativos pouco procurados por estarem afastados das áreas centrais.

O transporte, interligando zonas mais afastadas a zonas mais centrais, possibilita a hospedagem em outras áreas que não sejam só as mais requisitadas tradicionalmente pelo turismo, contribuindo para a distribuição geográfica do lucro, advindo com o turismo na localidade.

Em alguns casos, o uso do transporte sobre trilhos dentro da cidade é a própria experiência turística para visitantes e de lazer para os moradores. Por exemplo, no Rio de Janeiro, existe o Trem do Samba, que opera no dia 2 de dezembro, em comemoração ao Dia do Samba. O subúrbio carioca – como Oswaldo Cruz, denominado “berço do samba” – é atendido por um trem especial que oferece o samba do início ao fim da viagem.

- Trem de aeroporto

Os trens de aeroporto são em geral expressos capazes de transportar um grande número de pessoas em um curto espaço de tempo devido à alta velocidade. São várias as tecnologias implantadas para a operacionalização dos trens de aeroporto.

Em geral, os trens de aeroporto são interligados às linhas de metrô e aos demais sistemas de trem, promovendo uma maior mobilidade em função da interconexão com outros veículos ferroviários e a intermodalidade com outras modalidades de transportes.

Em aeroportos de grande porte, como o Aeroporto Internacional de Dallas (DFW), nos Estados Unidos, que é o mais movimentado da região centro-sul, além do trem que interliga o terminal à cidade, Trinity Railway Express, existe o *Skylink*, um trem capaz de interligar em cinco minutos os diversos terminais.

- Bonde e o conceito de veículos leves sobre trilho

Alguns bondes urbanos modernos podem ser entendidos como veículos leve sobre trilhos, quando a estrutura utilizada for eletrificada e leve. São amplamente implementados em centros urbanos, pois contribuem para a preservação do meio ambiente, uma vez que são eletrificados.

Além de atração turística por suas características ou por percorrer rotas turísticas, podem ser o próprio sistema principal para circulação em grandes centros urbanos.

Em Lisboa, a empresa de transporte público que opera os famosos bondinhos, mais conhecidos como elétricos é denominada de Carris. Além de circularem pelo centro da cidade em rotas turísticas, dão acesso a famosos bairros que são alvos de visitação turística na cidade.



Atividade

Atende ao Objetivo 4

3. Um grupo, oriundo do Brasil, composto por dez turistas, com faixa etária entre 25 e 30 anos, formado por casais, vai fazer um *tour* pela Europa. O grupo visitará a incrível cidade de Londres por dois dias, no mês de setembro.

As áreas mais cotadas para hospedagem são próximas aos tradicionais atrativos turísticos, localizados nas zonas centrais da cidade (1 e 2). O sistema de transportes sobre trilhos em Londres pode ser visualizado no link:

<http://www.tfl.gov.uk/assets/downloads/standard-tube-map.pdf>

No entanto, a existência de metrô e trens, interligando de forma eficiente os bairros mais distantes, faz com que a hospedagem em lugares mais afastados das zonas centrais 1 e 2 tornem-se opções atraentes pelo baixo custo oferecido. O grupo optou por se hospedar em *Ealing Common*. O roteiro *day by day* (dia a dia) para a visita é:

Primeiro dia (sábado)		
Horário	Atividade	Estações de metrô
8h	Café da manhã estilo inglês no hotel.	Não se aplica.
9h	Visita guiada aos museus: National Gallery e a National Gallery Portrait.	De: Ealing Common. Para: Charing Cross.
12h	Almoço: Sugestão de restaurante – Cripty – localizado na Trafalgar Square, ao lado da National Gallery.	Não se aplica.

14h	Visita ao mercado de rua Portobello Road Market, que ocorre aos sábados no famoso bairro de Notting Hill. Tempo livre para compras.	De: Charing Cross. Para: Notting Hill.
18h	Retorno ao hotel.	De: Notting Hill. Para: Ealing Common.
21h	Visita a <i>pub</i> (bar) inglês em Ealing Common, localizado a duas ruas do hotel (consumação não incluída).	Não se aplica.
Segundo dia (domingo)		
Horário	Atividades	Estações de metrô
9h	Visita ao extravagante bairro Camden Town, reduto dos <i>punks</i> .	De: Ealing Common. Para: Camden Town.
12h	Almoço: Sugestão de restaurante – Gilka Mash (comida asiática).	Não se aplica.
15h	Visita a um dos parques oficiais da monarquia inglesa – o Hyde Park.	De: Camden Town Para: Hyde Park Korner.
18h	Retorno e <i>check out</i> no hotel em Ealing Common.	De: Hyde Park Korner. Para: Ealing Common.
21h	Embarque no terminal 2 do Aeroporto de Heatrow com destino a Paris com a cia. aérea Air France (AF).	De: Ealing Common. Para: Heatrow Terminal 2.

A partir do uso do transporte sobre trilhos, em especial o metrô (mais conhecido em Londres como *Underground*), observe o roteiro dia a dia proposto e justifique por que a escolha da hospedagem é estratégica para promover o desenvolvimento local de forma sustentável.

Resposta Comentada

Para responder esta questão, é importante você recuperar o significado de desenvolvimento local e regional. Você deverá perceber que o amplo atendimento da rede de transportes em uma cidade, como é o caso do transporte sobre trilhos em Londres, é fundamental para a distribuição geográfica do turismo. É a partir de uma rede de transporte eficiente que bairros que não apresentam vocação turística podem ser utilizados como dormitórios, por oferecerem serviços e equipamentos turísticos, como hotéis. Sendo assim, mesmo as áreas que não concentram os atrativos e os hotéis tradicionalmente procurados poderão se beneficiar do turismo, criando uma base de desenvolvimento local mais consistente.

As estações

As estações ferroviárias são destinadas a embarque e desembarque de passageiros e ao carregamento e descarregamento de carga, oriundos do uso do transporte sobre trilhos. Algumas estações contam não somente com plataformas e salas para abarcar passageiros como também com oficinas para manutenção do veículo e da via, depósitos e armazéns para cargas, entre outras estruturas.

A funcionalidade proporcionada pela intermodalidade, somada à importância histórica e ao posicionamento geográfico, torna os terminais que atendem aos transportes sobre trilhos alvo estratégico para o desenvolvimento socioeconômico de uma determinada localidade e/ou região.

O posicionamento geográfico é estratégico para a formação dos aglomerados, *clusters* e arranjos produtivos locais na prestação dos serviços turísticos, pois existe a formação de muitos *hubs* – pontos de interconexões nas redes de transportes – ferroviários. Um exemplo é a Gare Du Nord (Estação do Norte), em Paris, que é um *hub* internacional da operadora SNFC – Sociedade Nacional das Ferrovias Francesas.

Em alguns casos, as estações são verdadeiros centros de prestação de serviços para variados fins, sendo consideradas como *shopping centers* ferroviários ou mesmo assumindo as nomenclaturas: *metroshopping*, quando é um terminal exclusivamente metroviário e *ferroshopping*, quando é um terminal exclusivamente ferroviário. Nesses casos, a comunidade local é atraída para o uso dos serviços ofertados, como supermercados, restaurantes etc., independente do uso do transporte.

A ferrovia, como parte fundamental dos bens materiais que representam o patrimônio, apresenta aspectos culturais, arquitetônicos e históricos fundamentais para serem percebidas pelos visitantes como verdadeiro atrativo turístico.

Em alguns casos, existem ações específicas para que o terminal ferroviário seja percebido como parte fundamental da experiência turística ao se visitar uma determinada cidade.

No Brasil, o edifício da Estação da Luz, em São Paulo, considerado patrimônio histórico do século XIX, abriga atualmente o Museu da Língua Portuguesa. Portanto, a visitação à Estação da Luz é potencializada pela estratégia de funcionalizá-la não apenas como terminal operacional de passageiros.

Nesta aula, foi possível compreender um pouco mais sobre o universo fascinante dos transportes ferroviários em interface com o turismo. Nas próximas aulas, analisaremos a realidade internacional e nacional.



Atividade Final

Atende ao Objetivo 5

Você deverá elaborar uma reflexão crítica sobre o papel de um terminal ferroviário de passageiros para o desenvolvimento local e regional do turismo. Utilize uma estação ferroviária como exemplo.

Resposta Comentada

Você deverá ser capaz de refletir criticamente sobre alguns fatores fundamentais para o desenvolvimento local e regional, a partir do transporte ferroviário, em especial, os terminais:

a) Localização geográfica do terminal: se ele está em uma área central ou periférica da cidade, qual a abrangência da rede de transportes; se o terminal é um hub para determinadas companhias ferroviárias.

b) Importância histórica e arquitetônica: se o terminal é um patrimônio com aspectos históricos e culturais relevantes para uma determinada época.

c) Funcionalidade: se existe oferta de intermodalidade com outros modos de transportes.

d) Potencial para ser um centro de negócios: se existem serviços que atraíam a comunidade local, além dos viajantes.

Resumo

Foram apresentados temas muito relevantes para a compreensão da íntima relação entre turismo e transportes ferroviários, na perspectiva do desenvolvimento local e regional de forma sustentável. Em um primeiro momento, analisamos os transportes sobre trilhos como a própria experiência turística. Então, concentramos no entendimento sobre a importância dos transportes ferroviários para o desenvolvimento regional com o uso dos trens regionais de passageiros de média e longa distância, com o uso da tecnologia de alta velocidade para o setor ferroviário. Centramos a atenção no uso dos transportes ferroviários na cidade e identificamos como este pode contribuir para o desenvolvimento local que beneficie amplamente a cidade, e não só as áreas que concentram atrativos turísticos. Por fim, analisamos a relevância dos terminais para os transportes sobre trilhos como elemento-chave para o desenvolvimento de base local e regional do turismo.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, analisaremos o panorama internacional dos transportes ferroviários. As principais empresas que atuam nos diversos continentes e a interrelação com o desenvolvimento da atividade turística.

17

Panorama internacional dos transportes ferroviários

*Carla Conceição Lana Fraga
Rafael Teixeira de Castro*

Meta da aula

Apresentar características fundamentais do modo ferroviário em interface com o turismo em alguns países do mundo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar algumas das principais operadoras ferroviárias em diversos países do mundo;
- 2 descrever a importância dos preceitos da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no mundo para o desenvolvimento do turismo em interface com os transportes sobre trilhos;
- 3 reconhecer as características do mercado de trens turísticos em diversos países do mundo.

Introdução

Esta aula é muito instigante, uma vez que nos mostrará parte relevante da realidade ferroviária mundial. E na próxima aula, poderemos estudar a fundo a realidade ferroviária turística brasileira.

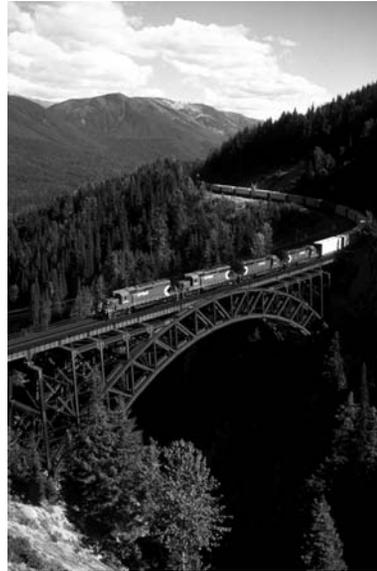
Ao identificarmos as principais operadoras ferroviárias, também poderemos constatar como essas tratam a questão do turismo. Poderemos analisar se os transportes ferroviários em interface com o turismo são considerados fatores de desenvolvimento local e regional e analisar o que é responsabilidade social empresarial aplicada a esse cenário.

De acordo com as informações sobre diversos países, dispersas nos mais variados continentes, será possível compreender a fundo as características essenciais do modo ferroviário em interface com o turismo na matriz de transporte mundial.

Por fim, centraremos nossa atenção no mercado ferroviário exclusivo para fins turísticos, atentando para os diferentes tipos de equipamentos (trens, bondes etc.) que determinam o desenvolvimento do turismo ferroviário.

Transportes ferroviários no exterior

O transporte ferroviário caracteriza-se por servir ao desenvolvimento do transporte de massa, que serve a grande quantidade de passageiros e/ou cargas. Utilizado principalmente para médias e longas distâncias, também é funcional como parte integrante dos transportes urbanos em zonas metropolitanas adensadas.



David R. Spencer

Figura 17. 1: Travessia entre Roger's e Flat Creek, no Canadá.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Eastbound_over_SCB.jpg

De acordo com as características elencadas, nas aulas anteriores, sobre o modo ferroviário, verificamos que ele é de grande importância para o desenvolvimento do turismo de base local e regional. Constituindo-se, em alguns casos, na própria experiência turística para o cliente, motivado pelos atributos, relacionados às características do transporte sobre trilhos em si.

A primeira ferrovia utilizada para passageiro foi inaugurada no Reino Unido, no continente Europeu, em 1825. A interligação foi realizada entre as cidades de Stokton e Darlington. Na tabela a seguir, observaremos algumas das principais operadoras ferroviárias por países na atualidade:

Tabela 17.1: Ferrovias e links

Países ou Continentes	Ferrovias	Links interessantes para consulta *
África	Ferrovias africanas	www.railwaysafrica.com/
Alemanha	Ferrovias federais alemãs, ferrovias do Estado alemão (DB)	www.bahn.com/i/view/index.shtml
Austrália	Ferrovias australianas	www.railaustralia.com.au/
Áustria	Ferrovias federais austríacas (ÖBB)	http://www.oebb.at/en/
Bélgica	Sociedade nacional das ferrovias belgas (SNCB/NMBS)	http://www.b-rail.be/main/E/
Bulgária	Ferrovias do Estado búlgaro (BDZ)	http://www.bdz.bg/
Canadá	Pacífico canadiano (CP)	http://www8.cpr.ca/cms/
	Via Rail Canadá	www.viarail.ca/
Croácia	Ferrovias croatas (HZ)	http://www.hznet.hr/
Dinamarca	Ferrovias do Estado dinamarquês (DSB)	http://www.dsb.dk/
Eslováquia	Zcheznice Slovenskey Republiky (ZSR)	http://www.zsr.sk/
Eslovênia	Ferrovias eslovacas (SZ)	http://www.slo-zeleznice.si/en/
Espanha	Rede nacional das ferrovias espanholas (RENFE)	http://www.renfe.com/
Estados Unidos	Associação das ferrovias norte-americanas (AAR)	http://www.aar.org/
Finlândia	Ferrovias do Estado finlandês (VR)	http://www.vr.fi/
França	Sociedade nacional de estradas de ferro franceses (SNCF)	http://www.sncf.com/
Grécia	Organização das ferrovias helênicas (CH)	www.ose.gr/
Holanda	Ferrovias holandesas (NS)	http://www.ns.nl/
Hungria	Ferrovias do Estado húngaro (GYSEV/ROEE)	www.gysev.hu/
Índia	Ferrovia federal indiana	www.indianrail.gov.in/
Irlanda	Companhia de transportes irlandesa (CIE)	www.irishrail.ie/
Israel	Ferrovia em Israel	www.rail.co.il/
Itália	Ferrovias do Estado italiano (FS)	www.trenitalia.com/
Japão	Ferrovias japonesas	www.japanrail.com/
Letônia	Ferrovias do Estado letão (LDZ)	www.ldz.lv/
Lituânia	Ferrovias lituanas (LG)	www.litrail.lt/

Luxemburgo	Sociedade nacional das ferrovias luxemburgueses (CFL)	www.cfl.lu/
Noruega	Ferrovias do Estado norueguês (NSB)	www.nsb.no/
Polónia	Ferrovias do Estado polaco (PKP)	www.polrail.com/
Portugal	Comboios de Portugal (CP)	www.cp.pt
Reino Unido	Ferrovias britânicas (BR)	www.rail.co.uk/
	Ferrovias da Irlanda do Norte (NIR)	www.irrs.ie
República da Bielorrússia	Ferrovias bielorrussas (BC)	www.rw.by/
República Checa	Ceske Draky (CD)	www.cd.cz/
Romênia	Ferrovias romenas (CFR)	www.cfr.ro/
Rússia	Ministério das Ferrovias da Federação Russa	www.eng.rzd.ru/
Suécia	Ferrovias do Estado sueco (BV), Administração nacional ferroviária sueca (SJ)	www.sj.se
Suíça	Ferrovias federais suíças (CFF)	www.sbb.ch/
Turquia	Ferrovias estatais da República Turca (TCDD)	www.tcdd.gov.tr/
Ucrânia	Ferrovias ucranianas (UZ)	www.railway.te.ua

* Para consultar, utilize o *site* Google Translate: <http://translate.google.com.br>. (Tradutor)

Fonte: Elaborado por Fraga (2011).

Ao consultar os mais variados *sites*, é possível vislumbrar o uso do transporte ferroviário em curta, média e longa distância em prol da distribuição geográfica da demanda e, portanto, para o desenvolvimento local e regional do turismo.

A participação do transporte ferroviário na matriz de transportes dos países é bem variada, ainda mais se tratando do transporte ferroviário de passageiros. Exemplificando, em linhas gerais, no continente europeu o uso do transporte ferroviário para passageiros é muito desenvolvido. Na América do Sul, é precário devido aos processos de privatização e opção pelo rodoviarismo, na maioria dos países.

Diferenciais competitivos e responsabilidade social empresarial

Em geral, as operadoras ferroviárias buscam diferenciais competitivos em prol do alcance de novos mercados. Além da integração com outros modos de transporte, pontualidade, rapidez e alcance, existem outros fatores que acirram a disputa para a conquista do mercado de transportes pelo modo ferroviário.

Em função dos diferenciais competitivos, alguns aspectos relacionados à funcionalidade são essencialmente ofertados por várias empresas na prestação dos serviços ferroviários. Esses atributos podem ser analisados e exemplificados na tabela a seguir:

Tabela 17.2: Diferenciais competitivos e exemplos

Diferenciais competitivos	Exemplos de operadoras que oferecem esses serviços	Link para consulta
Sistema de milhagem	Na Via Rail, no Canadá, existe a possibilidade de adesão ao Via Preference que é um programa de milhagem similar aos programas utilizados pelas companhias de transporte aéreo.	http://www.viapreference.com/
Desconto para grupos	O sistema ferroviário em Israel oferece desconto para grupos.	http://www.rail.co.il/EN/Tickets/Pages/Groups.aspx
Classes de serviços	A alemã Deutsche Bahn oferece primeira e segunda classes em todos os trens.	http://www.aa.com/i18n/aboutUs/codesharePartners/deutsche_bahn.jsp
Serviço customizado	A empresa Eurostar oferece serviço customizado de atendimento ao cliente.	http://www.eurostar.com/UK/uk/leisure/about_eurostar/employment/our_business/customer_services.jsp
<i>Business lounge</i> (espaço físico para negócios)	A empresa Eurostar oferece espaço para negócios após o <i>check-in</i> .	http://www.eurostar.com/UK/uk/leisure/about_eurostar/employment/our_business/customer_services.jsp
Reserva de bilhete <i>online</i>	A possibilidade de reserva <i>online</i> é realidade para várias operadoras como a francesa SNCF.	http://www.sncf.com/
Uso de <i>Wi-Fi</i>	O trem-bala no Japão oferece o uso de internet sem fio (rede <i>Wi-Fi</i>) desde 2009.	http://www.planobeta.com/2009/03/trens-bala-do-japao-terao-wi-fi/

Alianças com outras empresas ferroviárias e oferta de vantagens como os passes

Na Europa, é possível adquirir o *Europass* através da integração entre várias ferrovias em prol de um sistema ferroviário europeu.

<http://portugues.eurail.com/enpt/home>

* Para consultar, utilize o *site* Google Translate: <http://translate.google.com.br>. (Tradutor)

Fonte: Elaborada pelos autores com base nos *sites* descritos nos *links* para consulta.

Responsabilidade Social Empresarial

De acordo com o Instituto Ethos, responsabilidade social empresarial é: a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (ETHOS, Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em: 12 de jan. 2011).

Ao observarmos os diferenciais competitivos oferecidos por diversas operadoras ferroviárias mundialmente, torna-se interessante refletir também sobre a **Responsabilidade Social Empresarial (RSE)** dessas empresas em prol do desenvolvimento sustentável do turismo.

A análise de alguns indicadores de responsabilidade social empresarial é fundamental para a gestão dos transportes em prol do desenvolvimento sustentável do turismo de base local e regional.

No Brasil, o Instituto Ethos demarcou alguns indicadores quantitativos e qualitativos para definir a Responsabilidade Empresarial Social. Existe também a Norma SA8000, que é uma norma internacional sobre responsabilidade social empresarial.

A Norma SA8000 é o documento que possibilita que a empresa seja auditada e serve para avaliar a responsabilidade social das empresas instituídas a partir das convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e da Declaração dos Direitos Humanos, proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU). A ISO 26000 também é uma norma proposta para regularizar aspectos relativos à responsabilidade social das empresas.



Nesse sentido, em prol do desenvolvimento sustentável do turismo, as empresas ferroviárias também apresentam responsabilidade social empresarial a cumprir. Elas devem primordialmente atentar para as dimensões básicas para a análise da sustentabilidade: ambiental, cultural, social e econômica na perspectiva de todos os atores sociais envolvidos: funcionários das empresas, fornecedores, comunidade local e clientes.



Assista ao vídeo sobre a norma 26000 no *site* do Inmetro disponível em <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp> e reflita sobre a importância dos princípios norteadores da responsabilidade social para a estruturação e desenvolvimento do transporte ferroviário no turismo.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Você foi contratado para elaborar um diferencial competitivo para um transporte ferroviário de passageiros que apresenta as características descritas na tabela. Atente para a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) da empresa operadora frente aos clientes.

Características	OTrem de Alta Velocidade (TAV) que concorre com o transporte aéreo é operado entre duas metrópoles localizadas no sudoeste asiático. Os horários mais procurados são os do início do dia e os do final do dia. Em geral, por turistas de negócios. A empresa tem como grande desafio apresentar um diferencial competitivo a esses clientes que atenda aos princípios da Responsabilidade Social Empresarial.
-----------------	---

Tabela 17.3: Categorias e tipos

Categorias	Tipos
Trem	Excursão
	Parque de diversão
	Campo de mineração
	Luxo
	Outros
	Auto trens
Miniatura de trem	Parque de diversão
	Outros
<i>Trolleys</i> (bondes)	Excursão
	Outros
Funiculares	Excursão
	Outros
Museus	Grandes museus
	Outros museus/mostras

Fonte: Elaborada por Fraga (2011) com base nos dados do site <http://www.tourist-trains.net>.

Os trens turísticos são classificados de acordo com interesses bem específicos.

Por esse *site*, também podemos buscar os 4988 equipamentos ferroviários turísticos a partir da propulsão, sendo os tipos: a vapor, diesel e eletrificado. Bem como o estilo da via, sendo possível encontrá-los a partir do tipo de bitola (larga, métrica e estreita) e outras categorias como: **cremalheira**, monotrilho, levitação magnética entre outras.

De acordo com o gráfico a seguir sobre a oferta total identificada pelo *site* Tourist Trains, é possível avaliar que a grande maioria são trens (48%), seguidos de museus (24%), miniaturas (17%) *Trolleys* – bondes (6%) e por fim funiculares (5%).

Cremalheira

É um terceiro trilho dentado que visa dar mais estabilidade no alcance de grandes altitudes, como montanhas.

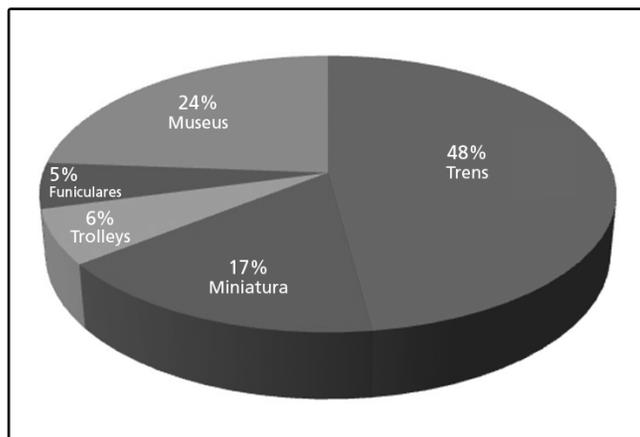


Gráfico 17.1: Resultado da pesquisa do Tourist Train.

Fonte: Elaborado por Fraga (2011) com base nos dados do *site* Tourist Trains, disponível em <<http://www.touristtrains.net/cgi-bin/statistic1.pl>> Acesso em 9 de janeiro de 2011.

De acordo com Fraga (2011), ao consultar o *site* sobre trens turísticos, é possível identificar mais de mil trens turísticos que funcionam nas mais variadas partes do mundo. A experiência ferroviária é variada e a oferta bastante segmentada para atingir a todos os gostos, podendo ser encontradas ofertas ferroviárias que dialogam com os mais variados segmentos de mercado.

Como exemplos, temos o Trem do Vinho, no Chile, que é um exemplo de experiência cultural e gastronômica ou o Trem das Nuvens, na Argentina, que é reconhecido pelo valor cênico. E ainda os trens turísticos operados pela companhia francesa SNCF, que são tematizados de acordo com a região em que estão inseridos, sendo que alguns operam em determinada estação do ano devido às condições climáticas adequadas ao passeio.



Figura 17.2: Trem das Nuvens, em Salta, na Argentina (visão a partir do último vagão).

Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Tren_a_las_Nubes_puente.JPG

Nesta aula, foi possível identificarmos algumas das principais operadoras ferroviárias em diversos países do mundo, com destaque para o continente Europeu. Concluímos que os preceitos da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) são fundamentais para a estruturação do turismo ferroviário. Ao final da aula, foi possível identificar o mercado ferroviário turístico no mundo.



Atividade Final

Atende ao Objetivo 3

De acordo com os estudos de Fraga (2011), vários *sites*, como o da SNCF, da França, oferecem informações sobre os trens de interesse exclusivo para o turismo. Analise a oferta ferroviária turística na França, a partir dos dados da SNCF, localizados no mapa, para responder:

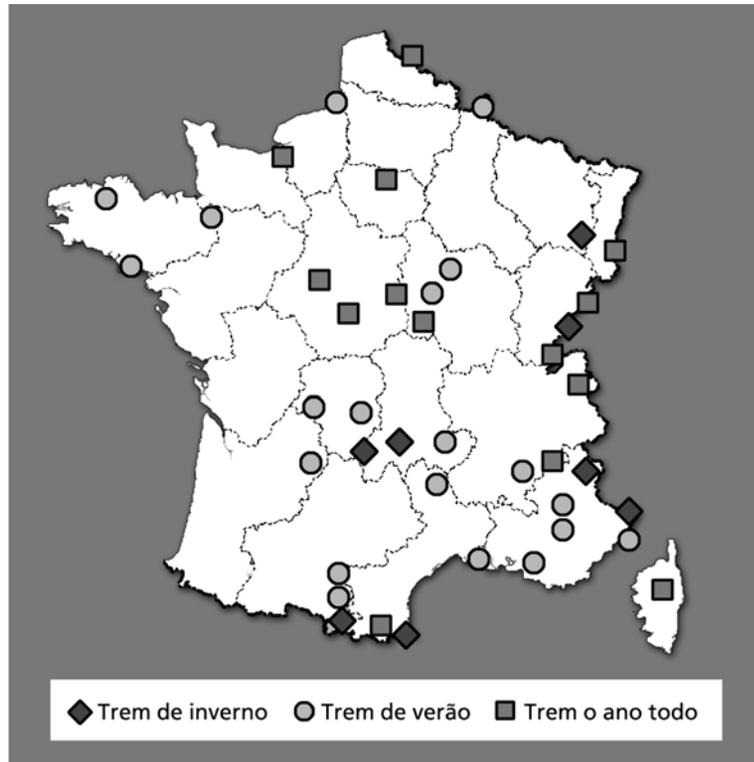


Figura 17.3: Mapa dos trens turísticos franceses, segundo a SNCF.

Fonte: Ilustração com base na imagem e informações disponibilizadas no site da SNCF, disponível em <<http://www.trains-touristiques.sncf.com/index2.asp>> Acesso em 12 de janeiro de 2011.

De acordo com os dados sobre os trens turísticos franceses, é possível verificar como é segmentado este mercado. Explique como se dá a segmentação de mercado para os trens turísticos.

Resposta Comentada

Os trens turísticos podem ser segmentados das mais variadas formas e essa segmentação estará de acordo com a experiência proporcionada. As variáveis podem estar relacionadas ao contexto geográfico, histórico e cultural em que o trem está inserido, bem

como através de suas características técnicas, tais como: propulsão (a vapor); valor cênico (através de amplas janelas). Outras variáveis a serem consideradas podem ser relativas aos aspectos climáticos, como ocorre com os trens turísticos franceses operados pela SNCF.

Resumo

Nesta aula, compreendemos boa parte do cenário ferroviário internacional e a sua importância para o desenvolvimento local e regional do turismo. Refletimos sobre a importância da responsabilidade social empresarial, a RSE, e identificamos alguns aspectos da SA8000 e da ISO 26000. Por fim, concentramos nossos esforços em analisar as particularidades do mercado ferroviário exclusivo para turismo e identificamos que existem elementos complementares aos trens que também são fundamentais para o desenvolvimento do turismo ferroviário, como as miniaturas, os museus e os funiculares entre outros.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, veremos o panorama dos transportes ferroviários em interface com o turismo no Brasil.

18

Transportes ferroviários no Brasil

*Carla Conceição Lana Fraga
Rafael Teixeira de Castro*

Meta da aula

Apresentar características fundamentais do modo ferroviário em interface com o turismo no Brasil.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** analisar os aspectos relativos à implantação do transporte ferroviário no Brasil;
- 2** identificar a abrangência geográfica das principais operadoras ferroviárias para passageiros em diversos estados brasileiros na atualidade;
- 3** reconhecer a importância do transporte ferroviário para o desenvolvimento do turismo no Brasil, com destaque para a análise da cartilha que orienta a implantação de trens turísticos no país.

Introdução

Nesta aula, poderemos estudar a fundo a realidade ferroviária brasileira desde um resgate sobre a história dos transportes ferroviários até a compreensão do desenvolvimento do turismo a partir do transporte ferroviário no país. Para tanto, será interessante identificar quais são as principais operadoras ferroviárias que atuam no transporte ferroviário de passageiros na atualidade, bem como a abrangência geográfica destas no território nacional. Será interessante perceber quais regiões apresentam o transporte ferroviário como opção.

Em 2010, foi lançada a cartilha que orienta a proposição de projetos para a implantação de trens de interesse turístico no país, contribuindo para o desenvolvimento organizado e planejado do turismo ferroviário. Esse documento surge de uma ação interministerial envolvendo os ministérios dos Transportes e do Turismo, o Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (Iphan), entre outros órgãos, e será devidamente analisada como suporte à compreensão do cenário ferroviário turístico nacional.

Ao final desta aula, focaremos nossa atenção na importância do desenvolvimento do transporte ferroviário em interface com o turismo no Brasil. Analisaremos iniciativas como o projeto Trem É Turismo, destaque no site da ABOTTC, e a criação do Clube Amantes da Ferrovia.

Breve histórico da ferrovia no Brasil



Figura 18.1: Irineu Evangelista, o barão de Mauá.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Irineu_evangelista_de_sousa_the_viscount_of_maua.png

A primeira ferrovia no Brasil foi empreendida por Irineu Evangelista de Souza, mais conhecido como barão de Mauá. A referida ferrovia (Estrada de Ferro Petrópolis ou Estrada de Ferro Mauá) foi inaugurada em 30 de abril de 1854 e interligava os fundos da baía da Guanabara à raiz da serra de Petrópolis, no estado do Rio de Janeiro, com aproximadamente 14,5 km. A primeira locomotiva a trafegar ficou conhecida como *Baroneza*, em homenagem à esposa do barão de Mauá.



A locomotiva *Baroneza* está em exposição no Museu Ferroviário do Engenho de Dentro, da Rede Ferroviária Federal S.A. (RFFSA), localizado no Rio de Janeiro. Para saber mais clique em <<http://www.rffsa.gov.br/principal/museu.htm>>.

A ferrovia Dom Pedro II, com a proclamação da República em 1899, tornou-se Estrada de Ferro Central do Brasil. Essa ferrovia é fundamental para a compreensão da evolução histórica do transporte ferroviário no Brasil, uma vez que a intenção era gerar uma verdadeira integração nacional sobre trilhos.



Figura 18.2: Estação Central, Estrada de Ferro Central do Brasil, 1870: o passado.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Esta%C3%A7%C3%A3o_Central_Estrada_de_Ferro_Central_do_Brasil,_1870.jpg

A Rede Ferroviária Federal S.A. (RFFSA) foi criada em 1957 com o objetivo de promover o desenvolvimento sobre trilhos no país. Com sede na cidade mineira de Juiz de Fora, a empresa estatal foi dissolvida em 1999 e extinta oficialmente em 2007. A privatização da malha ferroviária (trilhos) brasileira no final da

década de 1990 do século XX promoveu uma divisão desta em “lotes” para a concessão. As concessionárias, oriundas do setor privado, apresentaram interesse no transporte de carga e o transporte de passageiros foi quase que totalmente extinto.

De acordo com dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) de 2009, a malha ferroviária brasileira apresenta aproximadamente 29.637 km, com doze operadoras reguladas pela ANTT, totalizando 28.465 km, e cinco demais operadoras totalizando 1.172 km. Atualmente, a empresa Vale (antiga Companhia Vale do Rio Doce) opera dois trens de passageiros de longa distância. São eles: Estrada de Ferro Vitória–Minas, na região Sudeste, e Estrada de Ferro Carajás, na região Nordeste do Brasil. A outra opção de transporte ferroviário sobre trilhos entre duas cidades concentram-se nos trens operados para fins turísticos.



Figura 18.3: Estrada de Ferro de Vitória–Minas, passando na cidade mineira de Governador Valadares. Trem de passageiros.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:PIC_2112.JPG

Existe uma série de projetos e estudos para averiguar a viabilidade para a implantação de trens regionais de passageiros, trens de alta velocidade, como também outros trens turísticos no Brasil. Na próxima seção, vamos analisar a oferta ferroviária turística brasileira na atualidade.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Você foi convidado para ministrar uma palestra seguida de debate sobre transporte ferroviário no Brasil. Na palestra, você explicou que o Brasil é um país de dimensões continentais, apresentando cinco regiões bem definidas (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste, Sul). E, ao abrir para debate, a primeira pergunta realizada por um ouvinte foi: “Qual a importância da formação da Estrada de Ferro Central do Brasil para o desenvolvimento regional do Brasil?” Responda à pergunta.

Resposta Comentada

Ao responder à pergunta, você deve considerar que o objetivo da construção da antiga Estrada de Ferro D. Pedro II, renomeada como Estrada de Ferro Central do Brasil após a proclamação da República, em 1889, foi gerar uma verdadeira integração nacional sobre trilhos e, portanto, promover desenvolvimento socioeconômico de forma equilibrada nas e entre a maioria das regiões.

Transporte ferroviário de interesse turístico no Brasil

A experiência ferroviária para fins turísticos é composta por uma série de atributos associados à percepção sobre os próprios elementos que compõem os transportes (que, segundo Palhares, 2002, são: via, veículo, força motriz e terminal). Um trem turístico nostálgico invariavelmente apresenta algum aspecto temático de época impresso no veículo. Um passeio ferroviário pelo interior da Mata Atlântica apresenta, a partir da via e das possíveis adaptações do veículo (como janelas grandes e largas), um valor cênico relevante para que a experiência ferroviária tenha grande valor turístico.

Existem outros trens cujo valor turístico está associado a aspectos culturais relacionados a atividades no interior do trem, como a gastronomia (alimentos típicos de uma dada região são servidos); as artes (apresentações teatrais ou de dança são realizadas no interior do veículo) (FRAGA, 2011).

E ainda existem trens que operam em nichos de mercados muito específicos, como é o caso do transporte ferroviário de luxo, no qual a experiência está relacionada ao investimento financeiro e à raridade do passeio. No Brasil, com a privatização da malha ferroviária, no final da década de 1990, o transporte ferroviário de médio e longo percurso para passageiros tornou-se uma experiência rara e as opções ferroviárias exclusivas para fins turísticos ganharam grande destaque.

Em 2004, foi fundada oficialmente a Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (ABOTTTC), com sede na cidade do Rio de Janeiro. A entidade congrega uma série de trens e bondes de interesse turístico que operam nas mais variadas cidades do país. Conheça mais sobre a entidade, acessando <<http://www.abotttc.com.br/>>.

Nessa parte do nosso estudo serão apresentadas algumas operadoras e suas características, a partir de visitação realizada pelos autores aos passeios e de consultas aos sites das empresas operadoras. Será incentivado que você busque mais informações sobre os passeios ferroviários turísticos e contextualize a importância de iniciativas como o Clube Amantes da Ferrovia para o desenvolvimento do turismo em função dos passeios ferroviários no Brasil. Conheça mais sobre o clube, em <<http://www.amantesdaferrovia.com.br/>>.

Na região Sul do Brasil, existe uma operadora ferroviária para fins turísticos que é a Giordani Turismo Ltda. Essa empresa opera trens do tipo maria-fumaça entre as cidades de Carlos Barbosa, Garibaldi e Bento Gonçalves, na Serra Gaúcha. De acordo com o site oficial da empresa que opera o trem, o passeio conta com degustação de queijos e espumantes nas estações e shows de música e danças típicas, como a *tarantella*. O valor da experiência turística nesse passeio está associado diretamente aos atributos nostálgicos e culturais. Nostálgicos porque a locomotiva (maria-fumaça) que opera o passeio é antiga e culturais, pelas atrações no interior do trem e nas estações.

Ainda na região Sul, mas agora no estado de Santa Catarina, a organização não governamental (ONG) Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF) opera alguns passeios ferroviários, a saber: o Trem das Termas, entre Piratuba e Marcelino Ramos (essa última cidade na divisa entre Santa Catarina e Rio Grande do Sul), e o Trem da Serra do Mar, entre os rios Negrinho e Natal. Ambos os passeios são operados em locomotivas a vapor e apresentam atributos que os caracterizam como uma experiência turística histórica e cultural.

No estado do Paraná, entre as cidades de Curitiba e Morretes, a empresa Serra Verde Express opera trens e litorinas. Um dos diferenciais do passeio é o valor ecológico, uma vez que o trajeto é realizado dentro da Mata Atlântica. Essa empresa opera o primeiro trem de luxo do Brasil. Para mais informações, acesse o site <<http://www.serraverdeexpress.com.br/>>.

Na região Sudeste, existem trens em operação nos quatro estados. Em São Paulo, a ABPF opera na capital o Trem dos Imigrantes, interligando o bairro do Brás à Mooca, no coração de São Paulo. A Companhia Paulista de Transporte Metropolitano (CPTM), em parceria com a ABPF, opera três expressos com saída da Estação da Luz, interligando São Paulo (capital), às seguintes cidades: Mogi das Cruzes (Expresso Mogi); Paranapiacaba (Expresso Paranapiacaba – distrito de São Paulo, que é uma verdadeira vila inglesa do século XVIII) e Jundiaí (Expresso Jundiaí). Mais informações disponíveis em <http://www.cptm.sp.gov.br/E_OPERACAO/ExprTur/>.

No estado de São Paulo, ainda existe a centenária Estrada de Ferro Campos do Jordão (EFCJ), que é a segunda construída exclusivamente para fins turísticos no Brasil. Em Campos do Jordão, também há os bondes urbanos que são operados pelo Governo do Estado de São Paulo (ver maiores informações em http://www.camposdojordao.com.br/estrada_ferro.php). Entre as cidades de Campinas e Jaguariúna, existe a Viação Férrea Campinas–Jaguariúna, operacionalizada com locomotiva a vapor pela ABPF. Para saber mais sobre os trens turísticos operados pela ABPF no estado de São Paulo, acesse o site <http://www.abpfsp.com.br/>.

Na cidade de Santos, existe o bonde urbano operado exclusivamente para fins turísticos e o bonde Monte Serrat, que é de uma empresa privada que opera bondes que chegam a 147 m acima do nível do mar. Veja mais informações sobre o bonde Monte Serrat no site <<http://www.monteserrat.com.br/>>.

No estado do Rio de Janeiro, o Trem do Corcovado é a primeira estrada de ferro para fins exclusivamente turísticos na capital. Funciona entre o bairro do Cosme Velho e o alto do morro do Corcovado, onde se encontra o monumento Cristo Redentor, e apresenta um dos maiores números de passageiros transportados por ano.



Figura 18.4: Estação do Cosme Velho, Trem do Corcovado.
Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:CorcovadoStation1.JPG>

Ainda na cidade do Rio de Janeiro, o bonde de Santa Teresa, que é operado pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro, interliga o charmoso bairro homônimo ao centro da cidade, tornando-se uma grande atração para turistas e servindo aos moradores. Na cidade de Paraíba do Sul, no estado do Rio de Janeiro, existe a proposta de reestruturação do Trem da Estrada Real, que já foi operado pelo poder público municipal (ver mais informações no site <<http://www.paraibanet.com.br/>>). O trajeto interliga a cidade de Paraíba do Sul ao seu distrito Cavarú e é realizado em locomotiva a vapor.

Em Minas Gerais, existem quatro trens turísticos em operação: dois são operados pela Vale (antiga Companhia Vale do Rio Doce), sendo o primeiro entre as cidades históricas de São João Del Rei e Tiradentes e o segundo, entre Mariana e Ouro Preto (ver mais informações em <<http://www.tremdavale.org/pt/educacao-patrimonial/vale-conhecer/>>). Os outros dois trens operados pela ABPF, denominados Trem das Águas (ver mais informações no site <<http://www.tremdasaguas.com.br/>>) – que interliga São

Lourenço a Soledade de Minas – e Trem da Serra da Mantiqueira – que interliga o centro de Passa Quatro à estação Coronel Fugêncio, na divisa do estado com São Paulo. Mais informações sobre os trens operados pela ABPF podem ser acessadas no site <http://www.abpf.com.br/site/modules/mastop_publish/?tac=3>.

No estado do Espírito Santo, a empresa Serra Verde Express operacionaliza o Trem das Montanhas Capixabas. Na região Centro-Oeste, em especial no estado do Mato Grosso do Sul, o Trem do Pantanal, também operacionalizado pela empresa Serra Verde Express, trafega entre importantes cidades como Campo Grande, Miranda e Aquidauana.

Na região Nordeste, o Trem do Forró, operado pela SerrambiTurismo, é sazonal (pois acontece apenas na época do São João pernambucano, isto é, nos meses de junho e julho) e é composto por trios de forró dentro do trem, tornando suas saídas verdadeiras festas. Para saber mais clique em <<http://www.tremdoforro.com.br/>>. Ainda na região Nordeste, a organização não governamental (ONG) VerdeTrem operacionaliza passeios ferroviários no estado da Bahia. Acesse o blog <http://projetovertetrem.blogspot.com/> e conheça mais sobre este importante projeto.



A Associação Brasileira de Preservação Ferroviária, qualificada como organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), detém grande parte do patrimônio ferroviário e é experiente na operação de mairias-fumaças para fins turísticos no país. Suas seccionais se subdividem por várias regiões do país, demonstrando, assim, a sua magnitude. Para saber mais clique em <<http://www.abpf.org.br/>>.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. Quais são as duas operadoras que apresentam maior número de oferta de passeios ferroviários e abrangência geográfica (atua em diversos estados e regiões do país) no Brasil?

Resposta Comentada

São a Associação Brasileira de Preservação Ferroviária e a Serra Verde Express. Em número de ofertas, a ABPF é a principal, atuando com dois trens na região Sul (Trem das Termas e Trem da Serra do Mar); cinco na região Sudeste (Trem dos Imigrantes, Viação Férrea Campinas-Jaguariúna e Estrada de Ferro Campos de Jordão, no estado de São Paulo); Trem das Águas e Trem da Serra da Mantiqueira, em Minas Gerais) e ainda fazendo parceria com a CPTM para operação dos Expressos que interligam a Estação da Luz em São Paulo a Mogi das Cruzes, Paranapiacaba e Jundiá. A empresa Serra Verde Express é a maior em abrangência geográfica por região, operando em três regiões (Sul, Sudeste e Centro-Oeste), respectivamente, com os trens Curitiba-Paranaguá e Trem de Luxo (região Sul); Trem do Pantanal (região Centro-Oeste) e Trem das Montanhas Capixabas (região Sudeste).

A importância do transporte ferroviário para o desenvolvimento turístico do país

A importância do transporte ferroviário para o desenvolvimento do turismo no Brasil está relacionada, principalmente, a alguns fatores elencados por Fraga (2011) e detalhados a seguir:

- **Acessibilidade e mobilidade:** com a ampliação da oferta de transporte ferroviário de passageiros de apelo regional, o turismo poderá ser mais regionalizado. E, portanto, a sinergia turismo e ferrovia poderá promover um desenvolvimento socioeconômico mais equilibrado entre as regiões do país.
- **Diferencial competitivo:** os trens de interesse turístico são verdadeiros atrativos turísticos que podem gerar um grande diferencial competitivo para o Brasil com a atração de um público interessado no turismo cultural ferroviário no país.

Compreender a importância do transporte ferroviário para o desenvolvimento local e regional do turismo do Brasil é fundamental para analisarmos iniciativas como o Clube Amantes da Ferrovia, o projeto Trem É Turismo (parceria ABOTTC e Sebrae) e mesmo a proposta de uma cartilha que orienta a implantação de trens turísticos no país.

A implantação e gestão dos trens turísticos devem estar relacionadas à própria gestão do território com a compreensão dos diversos atores sociais pertencentes à cadeia produtiva turística que se forma a partir do trem. Por exemplo, de acordo com dados do site da Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (<http://www.abottc.com.br/>), a entidade firmou um convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e está desenvolvendo o projeto Trem É Turismo, que tem entre os objetivos qualificar os diversos atores que atuam na cadeia produtiva estabelecida a partir do trem turístico. São 24 trens contemplados.

Segundo dados do site da ABOTTC, o projeto Trem É Turismo:

consiste em um amplo programa de apoio à melhoria da competitividade dos operadores dos trens e dos micro-pequenos empreendimentos que atuam no seu entorno, através de ações de capacitação empresarial (oficinas e consultorias) e de acesso ao mercado (plano de marketing, divulgação e promoção).

Fonte: http://www.abottc.com.br/trem_turismo_projeto.htm acessado em 9 de setembro de 2011.

A capilaridade, isto é, a abrangência geográfica dos 24 trens selecionados pelo projeto Trem É Turismo demonstra a importância do transporte ferroviário para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

Outra iniciativa que demonstra o crescimento do mercado ferroviário turístico é a criação do Clube Amantes da Ferrovia, a qual, em princípio, pode ser entendida como uma rede de relacionamentos baseada no conceito de redes sociais como Orkut e Facebook que integra interessados no transporte ferroviário. Esses membros podem participar e criar comunidades sobre os mais diversos assuntos relativos à ferrovia. A iniciativa auxilia na disseminação da cultura ferroviária e no desenvolvimento do turismo. O clube oferece uma ferramenta que é o Mapa das Ferrovias, na qual é possível marcar as ferrovias que você conhece e compartilhar com os demais membros do clube. Para saber mais acesse: <<http://www.amantesdaferrovia.com.br/>>.

Com o crescimento do mercado ferroviário para fins turísticos no Brasil, houve a necessidade de criação de mecanismos que orientem e auxiliem no planejamento dos transportes ferroviários em interface com o turismo. Nesse sentido, a cartilha, lançada em 2010, tem como objetivo:

fornecer orientações práticas e objetivas para a apresentação de Projetos Turísticos e Culturais de Cunho Ferroviário no Brasil. Com ela espera-se simplificar e acelerar os trâmites necessários para a aprovação de projetos e viabilizar o ressurgimento turístico e cultural.

Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/22Projetos_Trens.html

A cartilha foi elaborada em conjunto pelos seguintes órgãos:

- Ministério do Turismo;
- Ministério dos Transportes;
- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan;
- Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT;

- Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes – DNIT;
- Secretaria do Patrimônio da União – SPU;
- Inventariança da extinta Rede Ferroviária Federal S. A. – RFFSA.



A cartilha conta, ao final, com o modelo a ser preenchido pelos interessados em fazer uma proposta para a implantação de um trem turístico. Algumas questões, em especial as de número 121 a 128, relacionam-se justamente com o desenvolvimento turístico. O profissional de turismo é habilitado ao preenchimento desses dados. O crescimento do mercado ferroviário também constitui-se em uma grande oportunidade de inserção no mercado de trabalho para esses profissionais. Para conhecer a cartilha, acesse:

http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/cartilha-final-b.pdf



Atividade Final

Atende ao Objetivo 3

Você foi indagado por um aluno sobre algumas questões:

a) De que forma iniciativas como as do Clube Amantes da Ferrovia e do projeto Trem É Turismo podem contribuir para o desenvolvimento do turismo no Brasil?

b) Qual a importância da “Cartilha de orientação para a proposição de projetos de trens turísticos e culturais” para o desenvolvimento do turismo no Brasil? Qual a importância do profissional de turismo na atuação em projetos de trens turísticos e culturais?

Resposta Comentada

a) Você deverá responder que iniciativas como Clube Amantes da Ferrovia contribuem para a disseminação do conhecimento sobre ferrovias e, conseqüentemente, auxiliam como importantes divulgadores do turismo ferroviário. E iniciativas como o projeto Trem É Turismo, realizada em parceria com grupos de interesses diversos como a ABOTTC e o Sebrae, podem contribuir para a qualificação e estruturação do turismo a partir da ferrovia.

b) A importância da cartilha está relacionada ao planejamento e à organização do crescimento desse mercado. O papel do profissional de turismo é fundamental nos projetos de trens turísticos e culturais, pois ele é o profissional mais habilitado para preencher uma série de questões relativas às exigências da cartilha.

Resumo

A aula sobre transporte ferroviário no Brasil serviu para contextualizar não só a formação histórica da ferrovia e sua importância atual para o desenvolvimento do turismo como também para a compreensão da abrangência geográfica das ferrovias. Por fim, a análise crítica e pontual de iniciativas e ações que contribuem para o desenvolvimento, planejamento e organização do turismo no país foi um diferencial da aula que finaliza os estudos sobre o modo ferroviário.

Informação sobre a próxima aula

A próxima aula será sobre o modo de transporte aéreo. Na parte introdutória, será possível analisar os principais conceitos que nortearão o estudo dos transportes aéreos em interface com o turismo.

Transporte

Referências

Aula 11

BAND MOTOR-MOTOR HOME. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=0S4c9L_2p_M>. Acesso em: 14 dez. 2010.

BRASIL. Ministério dos transportes. Agência Nacional De Transportes Terrestres. Disponível em: <<http://www.antt.gov.br>>. Acesso em: 02 nov. 2010.

CCR Nova Dutra. Disponível em: <www.novadutra.com.br>. Acesso em: 14 dez. 2010.

CCR Nova Dutra. Disponível em: <http://www.novadutra.com.br> Acesso em 01 nov. 2010.

CITY sightseeing. Disponível em: <<http://www.citysightseeing.com>>. Acesso em: 02 nov.2010.

MOTORHOMES NETBR. Disponível em: <www.motorhomes.net.br>. Acesso em: 14 dez. 2010.

PAGE, Stephen. Transporte e turismo: perspectivas globais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. Transportes turísticos. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. Transportes. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

RECREATIONAL VEHICLE INDUSTRY ASSOCIATION. Disponível em: <<http://www.rvia.org>>. Acesso em: 02 nov 2010.

RIO terá ônibus panorâmicos de dois andares. Correio do Brasil, Rio de Janeiro, ano 11, n. 4000, 16 jul. 2010. Disponível em: <<http://correiodobrasil.com.br/rio-tera-onibus-panoramicos-de-dois-andares/170269/>>. Acesso em: 14 dez. 2010.

Aula 12

AGÊNCIA NACIONAL DE TRANSPORTES TERRESTRES (ANTT). Disponível em:<<http://www.antt.gov.br>>. Acesso em: 02/11/2010.

PAGE, Stephen. *Transporte e Turismo*: perspectivas globais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes Turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAZ GLOBAL: sociedade das florestas do Brasil. Disponível em: <<http://www.pazglobal.com.br>>. Acesso em: 04 jan. 2011.

SOARES, Ubiratan Pereira. *Procedimento para a localização de terminais rodoviários interurbanos, interestaduais e internacionais de passageiros*. 2006. 343 p. Dissertação (Mestrado em Ciências de Engenharia de Transportes)-. Programa de Engenharia de Transportes, Rio de Janeiro, UFRJ, 2006.

SOCICAM. Disponível em:<<http://www.socicam.com.br>>. Acesso em: 04 jan. 2011.

THUM, Tássia. Aluguel de bicicletas volta com previsão de expansão de estações até o Centro: atualmente há 190 bicicletas disponíveis para aluguel em 90 dias, pagamento poderá ser feito com o RioCard. G1: o portal de notícias da globo, Rio de Janeiro, mar. 2010: Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,MUL1538764-5606,00-ALUGUEL+DE+BICICLETAS+VOLTA+COM+PREVISAO+DE+EXPANSAO+DE+ESTACOES+ATE+O+CENTRO.html>>. Acesso em: 04 jan. 2011.

VÉLIB. Disponível em: <<http://www.velib.paris.fr>>. Acesso em: 04 jan. 2011.

Aula 13

AUTO Rental News. Disponível em: <<http://www.autorentalnews.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

AVIS EUROPE. Disponível em: <<http://www.avis-europe.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

AVIS. Disponível em: <<http://www.avis.com>>. Acesso em: 20 nov.2010.

BUSABOUT. Disponível em: <http://www.busabout.com>. Acesso em: 20 nov. 2010.

BUSINESS Travel News. Disponível em: <<http://www.btonline.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

CONEXXION. Disponível em: <<http://www.conexxion.nl>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

DB BAHN. Disponível em: <<http://www.bahn.de>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

ENTERPRISE Holdings. Disponível em: <<http://www.enterpriseholdings.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

EUROLINES. Disponível em: <<http://www.eurolines.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

FIRST GROUP. Disponível em: <<http://www.firstgroup.com>>. Acesso em: 20 nov.2010.

GREYHOUND. The future of bus travel has arrived: well ahead of Disponível em: <<http://www.greyhound.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

KEOLIS. Disponível em: <<http://www.keolis.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

NOBINA. Disponível em: <<http://www.nobina.com>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

PAGE, Stephen. *Transporte e Turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

RITA: research and innovative technology administration: bureau of transportation statistics. Disponível em: <<http://www.bts.gov>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

VEOLIA. Disponível em: <<http://www.idf.veolia-transport.fr>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

Aula 14

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS. *Anuário estatístico 2010*. Disponível em: <<http://www.abla.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

_____. *Anuário estatístico 2009*. Disponível em: <<http://www.abla.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Anuário estatístico 2010*. Disponível em: <<http://www.dadosfatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

_____. Ministério dos Transportes. Agência Nacional de Transportes Terrestres. *Anuário estatístico 2008: transporte rodoviário coletivo interestadual e internacional de passageiros*. Brasília, 2008.

COMPANHIA SÃO GERALDO DE VIAÇÃO. Disponível em: <<http://www.saogeraldo.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

JURISWAY: sistema educacional online. <<http://www.jurisway.org.br/v2/noticia.asp?idnoticia=18654><http://www.youtube.com/watch?v=fNTyrArC5EE>>. Acesso em: 02 mar. 2011.

LOCALIZA. Disponível em: <<http://www.localiza.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

UNIDAS. Disponível em: <<http://www.unidas.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

VIAÇÃO ANAPOLINA. Disponível em: <<http://www.viacaoanapolina.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

VIAÇÃO GONTIJO. Disponível em: <<http://www.viacaogontijo.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

VIAÇÃO ITAPEMIRIM. Disponível em: <<http://www.itapemirim.com.br>>. Acesso em: 01 dez. 2010

Aula 15

BONIFACE, B.; COOPER, C. *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*. 3. ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Turismo cultural: orientações básicas*. 3. ed. 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Orientacoes_Basicas_Turismo_Cultural.pdf> Acesso em: 30 dez. 2010.

CLUBE amantes da Ferrovia: apaixonados por trem. Disponível em: <<http://amantesdaferrovia.com.br/>> Acesso em: 15 set. 2011.

EXPRESSO turístico. Disponível em: <http://www.cptm.sp.gov.br/e_operacao/expurtur/parana.asp>. Acesso em: 15 set. 2011.

FRAGA, C. C. L. *Análise da sustentabilidade de trens turísticos no Brasil*. 2008. Dissertação (Mestrado)-Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

_____. Trem do corcovado: experiência turística ou funcional? 2004. Conclusão de curso (Monografia apresentada ao Curso de bacharelado em Turismo)-Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2004.

MONTESERRAT. Disponível em: <<http://www.monteserrat.com.br/>>. Acesso em: 15 set. 2011.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

Aula 16

ABOTTC – Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais – <http://www.abottc.com.br>

AGÊNCIA NACIONAL DE TRANSPORTES TERRESTRES (ANTT). Disponível em: <http://www.antt.gov.br>. Acesso em 02/11/2010.

ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres – <http://www.antt.gov.br>

BENI, M.C. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 2006.

BNDES, Transporte Ferroviário Regional de Passageiros. Informe infra-estrutura, nº19. Rio de Janeiro, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 1998.

CASSIOLATO, J.E.; SZAPIRO, M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. Disponível em <http://internotes.fieb.org.br/rede_APL/arquivos/cassiolatomarina.pdf> Acesso em 6 de janeiro de 2011.

DUMOULIN, B.; GUIMARAES, D.; NEVES, G. (2006). O Método AHP como ferramenta de focalização do processo de gerenciamento de projetos – Caso: Apex Brasil. Disponível em <<http://www.macroplan.com.br/Documentos/ArtigoMacroplan20091019143137.pdf>> Acesso em 3 de janeiro de 2011.

FRAGA C.C.L.; SANTOS, M.P.S. *Oferta de Trens Turísticos no Brasil*. Anais do V Rio de Transportes. BNDES. Rio de Janeiro, 2007.

FRAGA, C.C.L. (2008). *Análise da sustentabilidade de trens turísticos no Brasil*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Engenharia de Transportes da COPPE/Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

FRAGA, C.C.L. (2011). *Contribuição metodológica para a implantação de trens turísticos no Brasil*. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Engenharia de Transportes da COPPE/ Universidade Federal do Rio de Janeiro em novembro de 2011.

- GIORDANI TURISMO. Trem do Vinho. Disponível em < <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>> Acesso em 3 de janeiro de 2011.
- GIORDANI TURISMO. Pesquisa de Satisfação Disponível em < <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>> Acesso em 3 de janeiro de 2011.
- IGNARRA, L.R. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo:Thomson,2003.
- Oyster. Disponível em <<<https://oyster.tfl.gov.uk/>>. Acesso em 14 de fevereiro de 2011.
- PAGE, Stephen. *Transporte e Turismo: Perspectivas Globais*. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes Turísticos*. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2002.
- PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2002.
- PASTORI, A. *As PPP como ferramentas para viabilizar projetos de infraestrutura de transporte de passageiros sobre trilhos*. Revista do BNDES. Rio de Janeiro. V14. N28. P.93-120.dez.2007.
- SANTOS SILVA, J.A. (2007).Turismo, crescimento e desenvolvimento: Uma análise urbano-regional baseada em cluster, Edição eletrônica gratuita. Texto completo disponível em < <http://www.eumed.net/tesis/jass/index.htm>> Acesso em 3 de janeiro de 2011.
- SCHALINGER, J.F. *Trens Regionais de Passageiros*. BNDES/Coppe. UFRJ. Rio de Janeiro, RJ,2002.
- SCHOPPA, R. F. *Cento e cinquenta anos do trem no Brasil*. Rio de Janeiro, RJ,2004.
- SKYSCRAPERCITY. *Sistema metroviário mundial*. Disponível em <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=391541>> Acesso em 4 de janeiro de 2011.
- TOMAZZONI, E.L. (2007). Turismo e desenvolvimento regional. Modelo APL TUR aplicado a região das Hortênsias (Rio Grande do Sul – Brasil). Tese de doutorado apresentada ao Programa de Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo,2007. Disponível em < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-11052009-111001/pt-br.php>> . Acesso 3 de janeiro de 2011.
- TREM DE LUXO. Disponível em < <http://serraverdeexpress.com.br/luxo/destinos>> Acessado em 3 de janeiro de 2011.
- TREM DO FORRÓ. Disponível em < <http://www.tremdoforro.com.br/>> Acessado em 3 de janeiro de 2011.
- TREM VIP. Disponível em < <http://www.corcovado.com.br/vip.html>> Acessado em 3 de janeiro de 2011.
- TURISMETRO. Disponível em <<http://www.metro.sp.gov.br/cultura/turismetro/turismetro.asp>> Acesso em 4 de janeiro de 2011.

ZAGHENI, E.S.S.(2004). *A logística da cadeia produtiva do turismo em Joinville – Santa Catarina*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Aula 17

ETHOS. Responsabilidade social empresarial. Disponível em <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em: 12 jan. 2011.

FRAGA, C. C. L. *Contribuição metodológica para a implantação de trens turísticos no Brasil*. 2011. Tese (Doutorado em Engenharia de Transportes)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

ISO 26000. *Diretrizes em responsabilidade social*. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 12 jan. 2011.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

SA8000. Disponível em <<http://www.sa-intl.org>>. Acesso em: 12 jan. 2011.

SNCF. *Les trains touristique*. Disponível em <<http://www.trains-touristiques.sncf.com/index2.asp>>. Acesso em: 12 jan. 2011.

TOURIST Train. Disponível em <<http://www.touristtrains.net/cgi-bin/statistic1.pl>> Acesso em: 09 jan. 2011.

Aula 18

ABOTTC. Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais. Disponível em: <<http://www.abottc.com.br>>. Acesso em: 14 mar. 2011.

ABOTTC. Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais. *Projeto Trem é Turismo*. Disponível em: <http://www.abottc.com.br/trem_turismo2.htm> Acesso em: 9 set. 2011.

ABPF. Associação Brasileira de Preservação Ferroviária. Disponível em: <<http://www.abpf.org.br>>. Acesso em: 14 mar. 2011.

ABPF. Trens da ABPF. Disponível em: <http://www.abpf.com.br/site/modules/mastop_publish/?tac=3> Acesso em: 11 jan. 2011.

ABPFSP. Disponível em <<http://www.abpfsp.com.br/>>

BRASIL. ANTT. Agência Nacional de Transportes Terrestres. Disponível em <<http://www.antt.gov.br/concessaofer/apresentacaofer.asp>> Acesso em: 14 mar. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Orientações para a proposição de projetos de trens turísticos e culturais*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/22Projetos_Trens.html>. Acesso em: 3 abr. 2011.

CLUBE amantes da ferrovia: apaixonados por trem. Disponível em: <<http://www.amantesdaferrovia.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

CPTM. Companhia Paulista de Trens Metropolitanos. Disponível em: <http://www.cptm.sp.gov.br/E_OPERACAO/ExprTur>. Acesso em: 01 fev. 2012.

ESTRADA de ferro de Campos do Jordão. Disponível em <http://www.camposdojordao.com.br/estrada_ferro.php>. Acesso em: 01 fev. 2012.

FRAGA, C. C. L. *Contribuição metodológica para a implantação de trens turísticos no Brasil*. 2011. Tese (Doutorado em Engenharia de Transportes)-Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

MARIA fumaça. Disponível em: <<http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>>. Acesso em 14 mar. 2011.

MONTE Serrat. Disponível em: <<http://www.monteserrat.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

MUSEU do Trem. Disponível em <<http://www.rffsa.gov.br/principal/museu.htm>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

SERRA Verde Express. Disponível em: <<http://www.serraverdeexpress.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

SITE oficial de Paraíba do Sul. Disponível em: <<http://www.paraibanet.com.br>> Acesso em: 11 jan. 2011.

TREM da Vale. Disponível em: <<http://www.tremdavale.org/pt/educacao-patrimonial/vale-conhecer>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

TREM das águas. Disponível em: <<http://www.tremdasaguas.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

TREM do Corcovado. Disponível em <<http://www.corcovado.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

TREM do Forró. Disponível em <<http://www.tremdoforro.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

VER de trem: 25 anos de luta pela revitalização das ferrovias. Disponível em: <<http://projetovertrem.blogspot.com>>. Acesso em: 01 fev. 2012.