



AS MOTIVAÇÕES DE TURISTAS NA CIDADE DE GUARUJÁ

Vitor Vieira da Silva Pereira

Resumo: Guarujá, uma das cidades mais visitadas do litoral Paulista, tem uma forte relação com o turismo. Como ponto forte: praias selvagens, monumentos históricos e paisagens diversas. Possuindo a maior rede Hoteleira da Baixada Santista atrai um número significativo de turistas, o município recebe visitantes de todo o mundo. Como importante fator para a decisão do destino final de viagem, a motivação é que influencia o turista e o impulsiona a tomar decisões, dentre diversos motivos, a cidade é escolhida por sua privacidade, segurança beleza e por passar a sensação de refúgio da vida urbana.

Palavras-chave: turismo, motivação turística,

Abstract: Guarujá, one of the most visited cities of the coast, has a strong relationship with tourism. Strong point: pristine beaches, historic monuments and diverse landscapes. Possessing the largest network of Santos Hotel attracts a significant number of tourists, the city welcomes visitors from around the world. As an important factor in deciding the final destination of travel, is the motivation that drives and influences the tourists to make decisions, among many reasons the city is chosen for its privacy, security and beauty to feel like a refuge from urban life.

Keywords: tourism, tourist motivation,

Guarujá é atualmente uma das cidades do litoral paulista que mais recebe turistas. A beleza das praias, o fato de sua localização privilegiada, muito próxima da capital, foram motivos apontados por outros autores. O nosso interesse é verificar quais as motivações que envolvem e impulsionam as pessoas a terem como destino de viagem a cidade de Guarujá. Há muitas teorias sobre motivação humana, porém para esse trabalho utilizaremos a teoria das necessidades aprendidas de David McClelland.

Guarujá: características.

Em dois de setembro de mil oitocentos e noventa e três, Dr. Elias Fausto Pacheco Jordão fundou o município de Guarujá. Hoje estima-se que haja aproximadamente trezentos e cinco mil habitantes distribuídos em uma área de cento e quarenta e dois mil e sete quilômetros quadrados, tornando-a na terceira maior ilha do litoral paulista.



Com uma das mais valorizadas orlas litorâneas, o município tem como tradição atrair turistas de todo o mundo, e a cada temporada confirma seu codinome de ‘Pérola do Atlântico’ por possuir praias com alto padrão de qualidade, paisagens sofisticadas e clima agradável todo o ano (adjetivo o qual deixou de ser usado após a década de setenta).

Em seu histórico traz grandes nomes, dentre eles: Padre Anchieta, Vicente de Carvalho (o poeta), Domênico Rangoni, cónego o qual fez história na educação e medicina da região e Santos Dummont, que pelos brasileiros é considerado ‘O pai da aviação’, que por fins ainda que trágicos devido a sua morte no Grande Hotel La Plage, tornou a cidade mais conhecida.

Infra-estrutura

A cidade de Guarujá dispõe de cinemas, hotéis, dos mais simples aos de alto padrão, pousadas, albergue, Transportes diversos, tanto terrestres, aéreos quanto hidroviários, tais como balsas, escunas, lanchas dentre outros; praias urbanizadas e selvagens, trilhas, cachoeiras, shoppings com vistas naturais, assim como o ‘La Plage’ localizado no centro da cidade, um grande centro comercial situado no bairro de Vicente de Carvalho.

Utilitários que em meio a acidentes geográficos formam paisagens ímpares, valorizando ainda os momentos de lazer que podem ser desfrutados com toda a tranquilidade oferecida pela segurança da cidade.

Fatores estes que juntos formam uma infra estrutura e cenário ideais para o turismo no município.

Turismo

Segundo a Organização Mundial de Turismo, a definição acadêmica de turismo é o : ‘‘Movimento de Pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias desde que esta não realize atividades econômicas’’.

Portanto turismo é a realização de viagens para local diverso do qual a pessoa more, seja a lazer, passeio, negócio, religião, ou outra atividade diversa da econômica. O turismo na cidade de Guarujá tem relação com fatores econômicos da cidade, pois freqüentemente atrai milhares de



turistas e excursionistas. Levando em consideração a importância da atividade no município , para a economia turística, relacionar as motivações as quais os levam a visitar a região torna-se algo de grande valia.

Motivação

Segundo Dorin (1978,p.163)“O termo motivo é de origem latina. Em latim, o verbo “movere” significa pôr em movimento, mover”.Em Psicologia, dizemos que quando um organismo é colocado em movimento significa que foi motivado.

Podemos dizer, então, que motivo é o fator que determina o comportamento de uma pessoa numa dada situação. A sede, por exemplo, motiva o ato de beber.

O mesmo autor utiliza a seguinte definição mais adiante: “A motivação pode ser definida como o conjunto de razões, de justificativas, que explicam o comportamento de uma pessoa”.

Em outras palavras é o conjunto de fatores que acionam o organismo.

Um dos autores mais mencionados quando se fala em motivação é A. Maslow. Este autor buscou compreender o homem dentro de uma percepção multidimensional, observando a existência de diversas necessidades humanas, desde as mais básicas(necessidades fisiológicas) até as mais complexas (auto-realização) e numa inter-relação dinâmica. Ao explicar, entretanto, a motivação como o caminho para a satisfação da necessidade dominante, Maslow fugiu do aspecto da espontaneidade contido no conceito da motivação até então aceito.

A teoria de Maslow sugere que as pessoas têm um conjunto de cinco categorias de necessidade, que foram organizadas por prioridade, a saber: fisiológicas, de segurança, sociais, estima e de realização pessoal. Quando um nível de necessidades for satisfeito, passa-se automaticamente ao próximo. Assim, os dois primeiros níveis de necessidades (fisiológicas e de segurança) constituem as chamadas necessidades primárias e os restantes níveis constituem as necessidades secundárias.

Para Maslow, as necessidades não satisfeitas, são os motivadores principais do comportamento humano, havendo precedência das necessidades mais básicas sobre as mais elevadas. Logo, se as necessidades fisiológicas não estiverem satisfeitas, um indivíduo não se sentirá estimulado pelas necessidades mais elevadas. . No entanto, satisfeitas as necessidades de



um nível, automaticamente surgem as necessidades de nível superior no indivíduo, deixando as de nível inferior de serem motivadoras.

Segundo a Teoria de Maslow, as necessidades humanas podem ser agrupadas em cinco níveis:

Necessidades fisiológicas: estas são as necessidades mais básicas, sede, fome, sono, sexo. Quando o indivíduo não tem estas necessidades satisfeitas sente desconforto, sente-se mal, irritado, com medo e doente.

Necessidade de segurança: esta necessidade está ligada à necessidade do homem em sentir-se seguro, fugir dos perigos, a busca por abrigo, segurança, proteção, procura de estabilidade e continuidade. O desejo de casa própria, o emprego registrado, o concurso público também são exemplos desta necessidade. A busca da religião, de uma crença deve ser colocada neste nível da hierarquia.

Necessidades sociais O ser humano tem a necessidade de ser amado, querido por outros, de ser aceito por outros. Quer sentir-se necessário a outras pessoas ou grupos de pessoas. Esse agrupamento de pessoas pode ser a antiga tribo, ou a tribo (grupo) atual, no seu local de trabalho, na igreja, na família, no clube ou na sua torcida.

Necessidades de "status" ou de estima: O ser humano busca ser competente, alcançar objetivos, obter aprovação e ganhar reconhecimento. Há dois tipos de estima: a auto-estima e a hetero-estima. A auto-estima é derivada da proficiência e competência em ser a pessoa que se é, é gostar de si, é acreditar em si e dar valor a si próprio, está ligada ao autoconceito.. Já a hetero-estima é o reconhecimento e a atenção que se recebe das outras pessoas.

Necessidade de auto-realização: O ser humano busca a sua realização como pessoa, a demonstração prática da realização permitida e alavancada pelo seu potencial único. O ser



humano pode buscar conhecimento, experiências estéticas e metafísicas, ou mesmo a busca de Deus.

A teoria das necessidades aprendidas de David McClelland.

David McClelland, Psicólogo americano, Apresentou 3 necessidades ou motivos como os responsáveis pelo comportamento humano. Para ele os principais vetores da necessidade para que um ser humano pudesse obter a sua satisfação eram: necessidade de realização, necessidade de afiliação e a necessidade de poder. A Teoria de McClelland afirma que cada pessoa tem um nível de necessidade diferente da outra. Mas, essas necessidades nunca são nulas, ou seja, sempre haverá um traço dessa necessidade, por menor que seja, principalmente a "Realização", que é a primeira necessidade aprendida durante os primeiros anos de vida.

A base da Teoria afirma que quando um indivíduo consegue algo através de algum motivo, o mesmo meio será utilizado para resolver outros problemas. Isto caracteriza o estilo da pessoa.

Essas necessidades apontadas por McClelland correspondem aos níveis mais altos da pirâmide de Maslow .

Motivação Turística

Segundo Dann (1981) “A viagem é uma resposta a algo que é desejado, mas está faltando”. Explica vários motivos para se escolher determinado destino: impulso individual, atração exercida pelo atrativo turístico, fantasia e propósito específico.

Os turistas são motivados pelo desejo de experimentar fenômenos que sejam diferentes daqueles que estão disponíveis no seu ambiente doméstico.

A atração da destinação, em resposta ao impulso individual. Faz a distinção entre a



motivação do turista individual em termos de nível de desejo (impulso) e a atração exercida pela destinação, ou atrativo turístico.

A motivação como fantasia, sugere que os turistas viajam para assumir comportamentos que não seriam culturalmente aceitos em seu meio doméstico.

A motivação como um propósito motivador classificado: os propósitos podem incluir a visita a amigos ou parentes, atividades de lazer ou estudos.

Outra forma de se estudar as motivações turísticas é através de tipologias motivacionais. Esta abordagem está internamente dividida em:

- (a) Tipologias comportamentais, que referem à busca de amenidades melhores que as disponíveis em casa e curiosidade para experimentar o estranho e o diferente;
- (b) Tipologias que enfocam as dimensões do papel do turista. As viagens estão inicialmente relacionadas a necessidades, e que isto se manifesta em termos de desejos, a à força da motivação ou impulso como o energizador da ação.

A motivação é baseada em aspectos sociológicos ou psicológicos de normas, atitudes, cultura e percepção adquiridas, levando a formas de motivações específicas de cada pessoa.

A imagem na destinação, criada através de vários canais de comunicação irá influenciar a motivação e, posteriormente, afetar o tipo de viagem escolhida.

Segundo Vaz, (1999, p. 42) “Os principais tipos de benefícios buscados pelas pessoas que viajam são os seguintes: ”mudança de ambiente, repouso, recreação, tratamento, aquisição e troca de conhecimentos, projeção social, funcionalidade, praticidade, economia”

A Motivação Turística na cidade de Guarujá

As motivações turísticas na cidade de Guarujá seguem 4 vertentes: segurança, privacidade, belezas naturais e sensação de refúgio quanto ao ambiente urbano.



Há turistas, vem permanecer no município por um período de dois a três dias. Neste período o foco do turista é descansar e relaxar nas praias. Há os que comparecem especialmente para desfrutar de casas noturnas; principalmente o público jovem.

As belezas naturais atraem a todos os que vivem em uma paisagem diversa, os visitantes em geral têm como paisagem o urbano e interiorano, a motivação está ligada às belezas, mudança de cenário e sair da rotina. A privacidade está ligada ao fato de que o município, fora de temporada, tem suas praias pouco ocupadas, seus estabelecimentos dificilmente estão superlotados e o fato de a população adotar hábitos diurnos, o que está relacionado ao interesse de privacidade, motivação de descanso em lugar mais tranquilo que as grandes cidades.

Guarujá apresenta vários aspectos turísticos que podem motivar todo tipo de turista. Aplicando-se a teoria de necessidades aprendidas de McClelland, as pessoas com necessidade de afiliação encontram nas praias, principalmente na alta temporada, a oportunidade de conviver em um ambiente propício a toda família, amigos de forma prazerosa. Os que têm como necessidade principal o poder, podem afirmar que estão na cidade mais badalada do litoral paulista, tendo a oportunidade de encontrar nos passeios do calçadão artistas da moda e gente bonita e rica.

Ainda, aqueles que têm como maior motivação a necessidade de realização, podem planejar a viagem com muita antecedência, procurar as melhores opções de instalação, sejam hotéis ou pousadas, planejar os passeios de Jet ski ou escuna, enfim, poderão realizar a viagem de seus sonhos.

Enfim, Guarujá pode motivar as pessoas a arrumarem as malas para visitarem a cidade e aproveitarem seus atrativos turísticos.

BIBLIOGRAFIA:

DANN, Graham M. S. **Tourist motivation: an appraisal**. Annals of tourism research, v. 8, n.2, p. 187-219, 1981.

DORIN, Lannoy. **Psicologia Geral**. SP. Editora do Brasil. 11ed, 1978

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico: receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 1999. 295 p.