

CAP PMES ANTÔNIO VIDIGAL

CAP PMMT RAIMUNDO FRANCISCO DE SOUZA

1º TEN PMGO SÍLVIO LUIS RIBEIRO

POLICIAMENTO DE PONTOS TURÍSTICOS NO ESTADO DE GOIÁS

Orientador: CAP PM ERITON BENEVIDES DE O. E SOUZA

GOIÂNIA - 1997

**CAP PMES ANTÔNIO VIDIGAL
CAP PMMT RAIMUNDO FRANCISCO DE SOUZA
1º TEN PMGO SÍLVIO LUIS RIBEIRO**

POLICIAMIENTO DE PUNTOS TURÍSTICOS NO ESTADO DE GOIÁS

*Trabalho técnico-pedagógico apresentado à
Academia de Polícia Militar do Estado de
Goiás, como requisito final para a conclusão
do Curso de Técnica de Ensino.*

ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS

Goiânia - 1.997

(...) Com a verdadeira “Indústria sem Chaminés”, o turismo se consolida hoje como uma das mais significantes atividades do universo econômico, social e cultural. Desenvolvê-lo em GOIÁS é nossa meta.

MAGUITO VILELA
Governador de Goiás

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pois sem a sua infinita bondade não teríamos o dom da vida e, conseqüentemente, esta oportunidade.

Aos nossos pais, que nos mostraram o caminho a ser percorrido, orientando-nos em todos os momentos de nossas vidas.

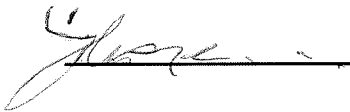
A todas aquelas pessoas que, de forma direta ou indireta, contribuíram de algum modo para o nosso crescimento e, conseqüentemente, para o engrandecimento das Corporações a que pertencemos.

A todos os órgãos ETF-GO, SEBRAE, SENAC, SICTUR, FTG-ES, APM-BA, APM-PA e todos os Policiais Militares do Estado de Goiás que colaboraram, espontaneamente, com nossa pesquisa, permitindo-nos a confecção deste Trabalho Técnico Pedagógico.

CAP PMES ANTÔNIO VIDIGAL
CAP PMMT RAIMUNDO FRANCISCO DE SOUZA
1º TEN SÍLVIO LUIS RIBEIRO

POLICIAMENTO DE PONTOS
TURÍSTICOS NO ESTADO DE GOIÁS

APROVADA EM ____/____/____



SUMÁRIO

RESUMO.....	12
INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO I	
-HISTÓRIA DO TURISMO	19
1. A EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE TRANSPORTES, DAS VIAGENS E DOS ALOJAMENTOS ATRAVÉS DA HISTÓRIA.	19
1.1 A PRÉ-HISTÓRIA E OS MARCOS DA EVOLUÇÃO DOS TRANSPORTES	19
1.2 DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL AOS TEMPOS MODERNOS	21
2.TURISMO NO BRASIL	22
2.1 O TURISMO ONTEM E HOJE	22
2.2 ALGUMAS PERSONALIDADES BRASILEIRAS QUE FORTALECERAM O TURISMO	24
2.3 PARTICIPAÇÃO DE ÓRGÃOS PRIVADOS E PÚBLICOS NO TURISMO BRASILEIRO.....	25
2.4 ÓRGÃOS OFICIAIS LIGADOS DIRETAMENTE AO TURISMO	27
CAPÍTULO II	
NOÇÕES GERAIS DE TURISMO.....	28
1. CONCEITO DE TURISMO.....	28
1.1 TURISMO EM FUNÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS.....	29
1.1.1 Turismo de Elite.....	29
1.1.2 Turismo de Massa.....	30
1.1.3 Turismo Social.....	30
1.1.4 Turismo Popular (alternativo).....	30
1.2 TURISMO EM FUNÇÃO DO DESTINO.....	31
1.2.1 Turismo Interno ,nacional ou doméstico.....	31
1.2.2 Turismo Externo ou internacional.....	31
1.2.3 Turismo regional.....	31

1.2.4 Turismo Receptivo.....	31
1.3 TURISMO EM FUNÇÃO DO NÚMERO DE PESSOAS EM VIAGEM	32
1.3.1 Turismo individual.....	32
1.3.2 Turismo de grupo.....	32
1.4 TURISMO EM FUNÇÃO DO OBJETIVO DA VIAGEM.....	32
1.4.1 Turismo recreacional ou voltado para o lazer.....	32
1.4.2 Turismo cultural.....	32
1.4.3 Turismo de saúde.....	33
1.4.4 Turismo esportivo.....	33
1.4.5 Turismo de congressos.....	33
1.5 TURISMO EM FUNÇÃO DOS MEIOS DE TRANSPORTE.....	33
1.5.1 Turismo terrestre.....	33
1.5.2 Turismo náutico e fluvial.....	34
1.5.3 Turismo aéreo.....	34
1.6 TURISMO EM FUNÇÃO DA IDADE.....	34
1.6.1 Turismo jovem.....	34
1.6.2 Turismo adulto.....	34
1.7 TURISMO EM FUNÇÃO DO SEXO.....	34
1.7.1 Turismo masculino.....	34
1.7.2 Turismo feminino.....	34
CAPÍTULO III	
POLÍCIA MILITAR E O TURISMO.....	35
1. A POLÍCIA MILITAR E A SEGURANÇA DOS TURISTAS.....	37
2. POLÍCIA MILITAR E A FUNÇÃO GOVERNAMENTAL.....	38
3. O POLICIAL MILITAR UNIFORMIZADO.....	40
4. INFORMAÇÕES AO PÚBLICO.....	41
CAPÍTULO IV	
PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DE GOIÁS.....	44
1. ASPECTO GEOGRÁFICO.....	45
2. BREVE HISTÓRICO.....	45
3. LOCALIDADES TURÍSTICAS.....	47

3.1. ALTO PARAÍSO.....	47
3.1.1 Parque Nacional Chapada dos Veadeiros.....	48
3.1.2 Saltos do Rio Preto.....	48
3.1.3 Vale da Lua.....	48
3.1.4 Cidade de alto Paraíso.....	49
3.1.5 Povoado de São Jorge.....	49
3. 2. CALDAS NOVAS.....	49
3.2.1 Parque Estadual da Serra de Caldas.....	51
3.2.2 Lago de Corumbá.....	51
3.2.3 Comércio.....	51
3.3 GOIÁS.....	51
3.4 ITAJÁ.....	53
3.4.1 Lagoa Santa.....	54
3.4.2 Rio Aporé.....	54
3. 5 PIRENÓPOLIS.....	54
3.5.1 Fazenda Babilônia.....	56
3.5.2 Fazenda Vagafogo.....	56
3.5.3 Recanto da Mata - Lavras de Ouro.....	56
3.5.4 Fazenda Bonsucesso.....	56
3.5.5 Fazenda Caiçara.....	57
3.5.6 Morro do Cabeludo.....	57
3.5.7 Fazenda do Lázaro.....	57
3.5.8 Cachoeira do Abade.....	57
3.5.9 Serra dos Pireneus.....	58
3.5.10 Região das Pedreiras.....	58
3.6 RIO QUENTE.....	58
3.7 RIO ARAGUAIA.....	59
3.8 TRINDADE.....	61
CAPÍTULO V	
ASPECTOS LEGAIS DA POLÍCIA MILITAR E O TURISMO.....	63
1. NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.....	63

2. NA CONSTITUIÇÃO ESTADUAL.....	65
CAPÍTULO VI	
TURISMO E SUA IMPORTÂNCIAECONÔMICA/CULTURAL.....	67
1.A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NA CULTURA.....	67
2. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NA ECONOMIA.....	68
2.1 OS EFEITOS DIRETOS.....	69
2.1.1 Efeito na balança de pagamentos.....	69
2.1.2 Efeito no nível de emprego.....	70
2.1.3 Efeito na redistribuição da renda.....	71
2.2 OS EFEITOS INDIRETOS.....	71
2.2.1 Efeito multiplicador.....	71
2.2.2 Efeito no mercado para certos produtos.....	72
2.2.3 Efeito no setor público.....	72
3. FUTURO ECONÔMICO DO TURISMO.....	72
4. CENÁRIOS E PERSPECTIVAS NO ANO 2.000.....	73
5. TRABALHADORES NO MUNDO.....	74
6. A GRANDEZA DA ECONOMIA TURÍSTICA.....	74
CAPÍTULO VII	
POLÍTICAS DE SEGURANÇA PÚBLICA AO TURISMO.....	79
1. POLÍTICA TURÍSTICA.....	79
2. POLÍTICA DE SEGURANÇA.....	81
3. AS RELAÇÕES CRIMINOSAS E O PODER.....	82
4. POLÍTICA GOVERNAMENTAL.....	83
5. POLÍTICA DA PMGO EM APOIO AO TURISMO.....	85
CAPÍTULO VIII	
PESQUISA DE OPINIÃO DO PÚBLICO INTERNO.....	88
CONCLUSÃO.....	99
ANEXOS.....	106
APÊNDICES.....	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	128

LISTA DE FIGURAS

Figura n. 01- <i>Salto do Rio Preto</i>	44
Figura n. 02– <i>Cachoeira da Boa Sorte</i>	47
Figura n. 03– <i>Parque das Primaveras</i>	50
Figura n. 04 – <i>Chafariz de Calda</i>	52
Figura n. 05 - <i>Lagoa Santa</i>	54
Figura n. 06 – <i>Cavalcadas de Pirenópolis</i>	55
Figura n. 07 – <i>Parque de Águas Quentes</i>	59
Figura n. 08 – <i>Praia do Rio Araguaia (Aruanã)</i>	60
Figura n. 09 – <i>Igreja Matriz Divino Pai Eterno</i>	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico n. 01 – <i>Conhecimento de outros pontos turísticos</i>	89
Gráfico n. 02 – <i>Envolvimento nas ocorrências atendidas</i>	90
Gráfico n. 03 – <i>Atendimento de ocorrências com turistas estrangeiros</i>	91
Gráfico n. 04 – <i>Conhecimento sobre outro idioma</i>	92
Gráfico n. 05 – <i>Necessidade de um curso sobre turismo</i>	93
Gráfico n. 06 – <i>Curso realizado na área de turismo</i>	94
Gráfico n. 07 – <i>Disciplinas importantes para um curso de turismo</i>	95
Gráfico n. 08 – <i>Interesse em trabalhar em área turística</i>	96
Gráfico n. 09 – <i>Causam os problemas mais sérios ao policiamento</i>	97
Gráfico n. 10 – <i>Interesse em participar de um curso sobre turismo</i>	98

RESUMO

O presente Trabalho Técnico Pedagógico tem por objetivo verificar a realidade do “Policciamento Turístico do Estado de Goiás”, sua importância para a atual conjuntura, bem como apresentar propostas que visem melhorar o desempenho da PMGO nessa importante atividade desenvolvida pela milícia goiana. Para a realização desse trabalho, o grupo procurou pesquisar diversas fontes bibliográficas de vários autores, bem como realizou consultas junto a outras Co-irmãs, em especial a PMMT e PMES, que já desenvolvem trabalhos nesse sentido, bem como através de pesquisa de campo, realizado junto às Unidades da PMGO que se localizam em áreas consideradas pontos turísticos. Para a realização da pesquisa, o grupo levou em conta os policiais militares que já realizam policiamento em áreas turísticas, através de questionário previamente elaborado, para a coleta de opiniões e depoimentos de uma amostra do tipo aleatória e de probabilidade, procurando abranger o máximo de efetivo que exerce esse tipo de atividade, principalmente dentro do Comando do Policiamento do Interior. Como resultado, a pesquisa demonstrou claramente a falta de conhecimento, por parte dos policiais militares da forma correta de se lidar com os turistas durante o seu serviço do dia-a-dia, bem como a maioria apontou a necessidade de receber informações adequadas. O grupo também fez visita ao SEBRAE, SENAC, SICTUR e ETFGO e, ao final, propusemos a implantação de um curso ou convênio entre a Polícia Militar, e outros órgãos, ou até mesmo a possibilidade de criação de um grupamento turístico, voltado para a proteção e assistência ao turista.

INTRODUÇÃO

O turismo, tal como é entendido modernamente, é um setor dinâmico dentro do desenvolvimento social/econômico do Estado. Provoca o crescimento e a distribuição da renda interna e aumento dos níveis de emprego, não só no próprio setor, mas através de efeitos induzidos que impulsionam outros setores da economia. Por gerar divisas para o Estado, necessita o turista, em contrapartida, de **segurança**, ou seja, um maior relacionamento dos componentes da **Polícia Militar**. Essa aproximação é ainda pequena, visto que somente nos locais de maior movimento é que se realizam segurança aos turistas, como: aeroportos, rodovias federais e estaduais, ferrovias, rodoviárias e nos locais de maior frequência dos mesmos. Nesses locais, o **policial militar fardado**, presta informações aos visitantes, transmitindo-lhes a devida segurança.

Dados estatísticos fornecidos por organismos oficiais de turismo evidenciam a importância do setor turístico, através de vários índices ou indicadores econômicos, representado pelo aumento dos estabelecimentos hoteleiros, em número cada vez maior, de bares, restaurantes, lanchonetes e agências de viagens. Esta estrutura, que faz do turismo uma atividade produtiva, complexa e composta, é verificada, ainda uma vez, e se tenta pesquisar o efeito

que recai sobre a renda nacional. Enfim, parece evidente que o dinheiro deixado pelo turista, passa por todos os setores da economia de uma Nação.

O turismo apresenta-se como um setor com grande capacidade para absorver mão-de-obra, tanto direta, como indiretamente, sendo um importante veículo gerador de empregos. O turismo repercute em outros setores da atividade econômica, provocando uma verdadeira reação em cadeia. Sua atuação é indireta, gerando renda não só através da indústria turística complementar, mas de quase todos os demais setores econômicos.

No setor público, obras de infra-estrutura, ligado ao produto turístico, ao artesanato e *souvernirs*, pelo mesmo processo de reação, beneficia toda rede de indústria e serviços relacionados aos transportes. Na indústria complementar o setor de diversão e cultura, representado por cinemas, teatros, bibliotecas, museus, prédios históricos, festas tradicionais e típicas, etc., sofrem uma dinamização proporcional ao incremento da atividade turística. O turismo exerce ainda, incontestável influência na preservação, expansão e valorização do patrimônio cultural e histórico de um povo, sendo esse patrimônio uma vital fonte de atração turística.

Mas o turismo é tudo isso e muito mais, é inesgotável, é belo e a um só tempo, é fator dotável de grande potencial concreto, objetivo e dinamizador. É fenômeno sociológico, é impulsionador da cultura, e é gerador do progresso.

O turismo é uma atividade que entendida em sua inteireza e complexidade, ao ponto de ser adequadamente planejada e implementada, poderá viabilizar o progresso de Estados, Países e Regiões, que não reúnem elementos e condições de promovê-lo por outras vias, inclusive a industrial.

O Brasil começa a aumentar sua receita nesse setor e, em Goiás o mercado turístico vem evoluindo consideravelmente. Esta visão a respeito da atividade turística, tem norteado a ação governamental do Estado, já há algum tempo. O que se vem buscando é transformar esse patrimônio natural e cultural de Goiás num produto turístico acabado e colocá-lo a venda nas áreas

prioritárias, além de buscar uma política de *marketing*, conforme o que nos foi passado em visita à Secretaria de Indústria Comércio e Turismo do Estado de Goiás (SICTUR/GO).

A nossa opção pelo tema, decorreu basicamente de vários fatores, interrelacionados e interatuantes. A importância da atividade turística para o Estado de Goiás ensejou, como já vimos, o surgimento de uma política governamental incentivadora do desenvolvimento da referida atividade.

A Polícia Militar de Goiás, como integrante do Sistema de Administração Pública Estadual, não poderia ficar à margem do processo e, conseqüentemente, também se engajou ao esforço comum.

O título **“O Policiamento de Pontos Turísticos no Estado de Goiás”** não surgiu em sua essência, ao acaso, nem tão pouco após o início deste Curso de Técnica de Ensino (CTE), mas já era uma idéia perseguida pelo Comando da Academia de Polícia Militar e do próprio Comando da Corporação, uma vez que desde a realização dos primeiros Cursos de Aperfeiçoamento de Oficiais (CAO) e de Técnica de Ensino já apareceram trabalhos relativos ao assunto, preocupados que já estavam com a segurança do turismo no Estado.

Com a adoção, pela Polícia Militar, de uma política identificada com as diretrizes do Governo do Estado, voltadas para o turismo, linha que a Corporação preserva de forma crescente, evidencia-se o primeiro elemento concreto da referida oportunidade, ou seja, na possibilidade de instruir e dar um conhecimento básico ao policial militar envolvido nos pontos turísticos.

Coerente com tal orientação, a Polícia Militar de Goiás, com a finalidade de melhorar o nível da ação de manutenção da Ordem Pública no Estado, poderá envidar esforços, no sentido de apoiar as atividades de turismo e, ao passarmos a desenvolver um trabalho de equipe com os Oficiais e Praças da Corporação, em prol do interesse público e, portanto, também do turismo, tivemos, na verdade, uma gratificante experiência.

Para a concepção e elaboração específica deste Trabalho Técnico Pedagógico, além das experiências e vivências anteriores já ressaltadas, realizamos uma pesquisa bibliográfica documental e de legislação, que se revelou um suporte de grande importância para o trabalho. Procedemos ainda uma pesquisa de campo junto a diversos setores, privados e oficiais do Estado de Goiás, principalmente em relação à Escola Técnica Federal de Goiás (ETFGO), SICTUR, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Faculdade de Turismo de Guarapari-ES (FTG-ES), Academia de Polícia Militar da Bahia (APM/BA) e Academia de Polícia Militar do Pará (APM/PA), onde mantivemos vários contatos com presidentes, chefes, diretores e comandantes dessas Instituições, de quem recebemos valiosos dados e apoio.

O apoio ao turismo é uma nova faceta para a Polícia Militar, é um novo desafio para ser superado e a Corporação mais uma vez saberá provar o seu valor, pois nós, dessa equipe CTE/97, acreditamos que o Comando da Corporação, de posse desses dados, dará ênfase ao policiamento em pontos turísticos, onde o PM estará espelhando não só a PMGO, mas também o próprio Estado de Goiás.

Entre outras ações de curto, médio e longo prazo, vem sendo implementadas pelo Governo a decisão de construir no país e no exterior, a imagem real do Estado que ao longo das últimas décadas foi deturpada com rastro de uma campanha de *marketing* negativo, calcado nos problemas sociais e econômicos decorrente de uma perniciosa convivência com a inflação e também pela vazão do césio 137, em 1.987, desgastando sobremaneira a imagem da Capital e, em particular do Estado.

Com o fim de um processo histórico inflacionário, o Governo Federal instituiu a Política Nacional de Turismo (1.996 - 1.999), que formaliza as propostas que hoje norteiam as ações públicas, destinadas a permitir que a indústria brasileira do turismo se transforme em agente decisivo de geração de

renda e emprego. O documento objetiva a implementação de estratégias destinadas, em prazos variados, a transformar a indústria brasileira do turismo em um setor da economia produtiva ajustado a tendência da globalização da economia e com reais condições de competir com os destinos, hoje, prioritários para o mercado de viagens e lazer.

Enfim, no desenvolver deste trabalho poderemos mostrar quão importante será para a PMGO e para o Estado de Goiás um investimento da Corporação nessa especialização dos policiais militares, de forma perene, pois será também de grande valia para o próprio crescimento profissional dos mesmos.

Justificativa

Turismo é o fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes dessa interação. Consequentemente, é uma atividade multidisciplinar, cujo estudo e planejamento exigem a utilização de critérios e métodos de uma série de ciências.

Sendo uma atividade econômica de grande abrangência por propiciar uma série de relações entre as pessoas e situações de caráter econômico, sociológico e político, o turismo torna-se um importante fator de equilíbrio para as economias das regiões em desenvolvimento, representando uma nova alternativa para o desenvolvimento do Centro-Oeste e, em especial, para Goiás.

A atividade turística tem um aspecto social tão importante quanto o desenvolvimento econômico, isto é, a possibilidade de expansão do ser humano, seja pelo divertimento, seja pela possibilidade de conhecer novas culturas e enriquecer os conhecimentos através de viagens.

Desde sua criação neste Estado, a Escola Técnica Federal de Goiás sempre esteve atenta à necessidade de formação de profissionais técnicos qualificados para os diversos setores da sociedade.

Em decorrência das várias alterações contidas na proposta da Secretaria de Educação Média e Tecnológica (SEMTEC), dentre as quais a ampliação do setor de serviços, que revelam um grande crescimento.

CAPÍTULO I

HISTÓRIA DO TURISMO

1. A EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE TRANSPORTES, DAS VIAGENS E DOS ALOJAMENTOS ATRAVÉS DA HISTÓRIA

Não há turismo sem viagem, embora haja viagem que não seja turística. 2.000 a.C. já existiam estradas para o comércio e o primeiro marco do desenvolvimento dos veículos foi a descoberta da roda 3.500 a.C., aproximadamente. A cada tipo de civilização e sociedade correspondeu uma maneira de viajar.

1.1. - A PRÉ-HISTÓRIA E OS MARCOS DA EVOLUÇÃO DOS TRANSPORTES

Da pré-história até o final da Era das Diligências, século XIX, não houve turismo, como o entendemos hoje, houve apenas viagens esparsas. No

período da Renascença - transição da Idade Média para a Moderna - ocorriam viagens além de negócios, também por motivo de saúde. No século XIX constata-se cientificamente a qualidade terapêutica de águas minerais e termais, quando foram criados na Europa os banhos medicinais e construídos balneários e locais para alojamentos, junto a eles, os antecessores dos hotéis. No final do século XVIII, os filhos dos nobres, principalmente da Inglaterra, recém-formados eram premiados com um *Grand Tour*, para completarem seu aprendizado. Uma viagem de caráter entre acadêmico e turístico.

Já era assim, o turismo participando da educação dos jovens, pois essas viagens à Europa e Oriente Médio, que duravam de dois a três anos, tinham também como objetivo o jovem informar-se, para adquirir condições de assumir empregos diplomáticos, aprender novos métodos e técnicas agrícolas, artes do comércio e da incipiente indústria que se descortinava.

A Itália clássica estava sempre incluída nessa grande viagem, em face de sua superior posição no campo artístico-cultural. Também eram visitados Portugal, Holanda, Bélgica, França e Espanha. Isso dava *status* àqueles jovens, que levavam com eles um preceptor de sua escolha.

Às vezes ocorria uma segunda etapa, quando eram incluídas viagens à Suíça, Grécia e Alemanha. As experiências vividas por eles naqueles percursos não apenas os aproximava a maior cultura como também a atrações mundanas. O *Grand Tour* era elitista e sua menção se faz pelo caráter do turismo. Nessa época os navios eram demorados, onerosos, perigosos e desconfortáveis. Eram eles o único meio de transporte existente, a longa distância. Outrora, motivos econômicos e de conquista eram os objetivos de viagem, seguidos de fé religiosa.

As diligências entre cidades, como veículos de transporte a distância, surgiram no século XVII. As primeiras linhas regulares foram na França, Itália, Alemanha e Inglaterra.

As diligências e outros carros puxados a animais apresentavam todos os inconvenientes dos navios, e cobriam curtas distâncias. A medida que foram evoluindo os meios de transporte, através da descoberta da roda, de velas de navios, de leme, de motor, de bússola, da utilização do vapor e de outros instrumentos que permitiam melhor prever e controlar os fenômenos da natureza e mais tarde criar os de acesso rodoferroviários e sistemas de alojamentos melhores, as viagens foram crescendo em número e em distância.

1.2 - DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL AOS TEMPOS MODERNOS

O período entre a segunda metade do século XVIII e a primeira metade do século XIX foi marcado por outro momento importante na história do turismo - a transformação econômica social ocorrida como consequência da Revolução Industrial; o surgimento da classe média com novos gastos e necessidades, principalmente, no que se referiu ao tempo livre. Além da existência desses fatos mencionados, organizaram-se as primeiras atividades turísticas por iniciativa de algumas pessoas de destaque como Thomas Cook, Pbeury Wells, George Pullman, e outros.

Um dos personagens mais importantes para a história do turismo moderno foi Thomas Cook que colocou em prática a idéia de fretar um trem para transportar 570 pessoas em uma viagem de 22 milhas entre as cidades de Leicester e Loughbough para participar de um Congresso Anti-Alcoólico em 1.841. A partir de então, inúmeros foram os empreendimentos de Cook na qualidade de primeiro agente de viagem a promover benefícios para o desenvolvimento do turismo. Dentre esses podemos citar:

- O *Handbook Of The Trip*, considerado como o primeiro itinerário descrito de viagem;
- A criação dos *Vouchers* de viagens; e

- A primeira volta ao mundo, com um grupo de nove pessoas em uma viagem que durou 222 dias, cujas crônicas foram publicadas no *Times* em Londres.

Já no século XX, no período compreendido entre as duas grandes guerras, o automóvel veio revolucionar ainda mais as novidades da época, e o turismo continuou crescendo.

Em 1.924, foi criada a União Internacional de Organizações Oficiais para a Propaganda Turística, cujo congresso foi celebrado na cidade de Haya. Cinquenta anos mais tarde, essa instituição deu origem à Organização Mundial de Turismo (OMT).

Diversos países começaram a interpretar o turismo como forma de captação de divisas, inclusive, superiores em muitos casos ao valor de suas exportações de produtos convencionais. A importância do turismo na economia tornou-se clara e tão evidente que o Departamento de Comércio dos Estados Unidos, em 1.931, publica o trabalho *Promotion Travel by Foreign*, destinada a justificar gastos de publicidade do País em divulgação turística. Vemos, assim, que o turismo tornou-se assunto de interesse e preocupação também para as autoridades governamentais.

2.TURISMO NO BRASIL

2.1 - O TURISMO ONTEM E HOJE

No Brasil também foram utilizados os navios a vapor e os animais para grandes distâncias, bem como, as diligências para curtas distâncias terrestres. Sendo que esses meios de transportes possuíam os mesmos inconvenientes do navio, ou seja, desconfortável, moroso, perigoso e dispendioso. O Brasil teve suas primeiras manifestações de movimentação

turística a partir de 1.854, com a inauguração da primeira estação ferroviária, por Barão de Mauá, e de 1.861, com a inauguração dos 144 Km da estrada de rodagem União e Indústria. Ao longo de nossas estradas carroçáveis tinham tabernas para alojar os viajantes, para troca de animais e entrega de correspondência pelos mensageiros. No século passado a família imperial veraneava de diligência de 15/20 km por hora, indo a Petrópolis, no que era imitada pela corte, a elite da época. Ao findar o Império eram 9.000 Km de estradas e a navegação a vapor, articulava o país do Pará ao Rio Grande do Sul.

O transporte por terra era ainda por tração animal e os rios navegáveis representavam um meio de deslocamento, de pessoas e de mercadorias, bastante apreciável (Paraguai, Paraná, Amazonas e São Francisco).

Em 1.854 chega a locomotiva no Brasil, e aos poucos foram chegando os modernos veículos de transporte. A partir do início deste século, fabricamos diversos veículos de transportes, abrimos inúmeras estradas, instalamos aeroportos e portos diversos, exploramos petróleo, preparamos mão-de-obra específica para o turismo, instituímos o ensino de línguas estrangeiras, desenvolvemos a hotelaria, criamos empresas ligadas ao turismo, promulgamos as Leis Sociais mais belas do mundo, aumentando o tempo livre do trabalhador. A década de 30 coincidiu com o surgimento e divulgação de nossas primeiras estâncias hidrominerais. Começamos nosso turismo interno e com os países limítrofes, e mais recentemente com os países mais distantes; geramos empregos, enriquecemos o país, melhor distribuindo as riquezas e promovendo, conseqüentemente, melhor qualidade de vida para todos. Nos últimos 20 anos desenvolvemos nossa conscientização ambiental.

No Brasil, em 1.932 usou-se pela primeira vez, a palavra turismo, num Decreto que fixava a temporada de turismo no Distrito Federal. E a partir daí o turismo brasileiro começou a tomar feições de setor econômico significativo, graças a nova mentalidade governamental e empresarial, aos planos de longo alcance e aos incentivos fiscais.

Ciente da importância da atividade de turismo, que não requer investimentos vultuosos e que permite um retorno a curto prazo dos recursos que foram empregados, o Governo Federal criou, no ano de 1.966, a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) e ainda estabeleceu o esquema de funcionamento do Sistema Nacional de Turismo, que passou a reunir Órgãos federais, estaduais e municipais, além da iniciativa privada.

Embora existam fatos anteriores ao ano de 1.966, que registram o interesse do Governo pelo turismo, foi com a criação da EMBRATUR e CNTUR que este setor passou a experimentar significativo incremento em suas atividades.

2.2 - ALGUMAS PERSONALIDADES BRASILEIRAS QUE FORTALECERAM O TURISMO

Com este tópico destacaremos algumas personalidades mais atuais, que através de suas obras colaboraram diretamente para o desenvolvimento do turismo do Brasil:

a) **Washington Luiz**, teve como meta em seu governo, “abrir estradas” inaugurou a primeira auto-estrada do Brasil: Rodovia Rio - São Paulo;

b) **Getúlio Vargas**, promulgou as nossas Leis Sociais, valorizando o trabalho, estabelecendo salários, férias remuneradas e tempo livre para o trabalhador;

c) **Gaspar Dutra**, inaugurou a Petrobrás, fábricas de asfalto e siderúrgicas; encampou as estradas de ferro deficitárias, pavimentou a rodovia Rio - São Paulo, construiu a hidrelétrica de São Francisco;

d) **Juscelino Kubitschek**, promoveu a interligação de todo o país, através de estradas de rodagem e facilitou a fabricação de veículos automotores. A meta de seu governo foi: energia, transporte e estradas. Expandiu as indústrias

de aço e petróleo, a de construção naval, construiu Brasília e as usinas hidrelétricas de Três Marias e de Furnas;

e) **Castelo Branco**, criou em 1.966, a EMBRATUR, órgão responsável pelo destino turístico do país, no que se refere à normatização;

f) **Ernesto Geisel**, manifestou-se quanto à harmonia entre os povos através do turismo;

g) **Itamar Franco**, colocou o turismo como integrante do Ministério de Indústria e Comércio; e

h) **Fernando Henrique**, está tornando a nossa moeda, o **Real**, forte, ante aos outros países.

2.3 - PARTICIPAÇÃO DE ÓRGÃOS PRIVADOS E PÚBLICOS NO TURISMO BRASILEIRO:

a) O **Touring Club do Brasil**, pioneiramente, deu o mais significativo passo em direção ao processo consciente do turismo. Fundada em 23/11/1.923, essa entidade associativa, desde logo ocupou-se da sinalização das estradas, criando ao lado delas postos de assistência para motoristas e também, publicação de manuais e folhetos de orientação referentes ao bom uso das estradas, dos veículos e quanto à legislação de trânsito. Atualmente, vem realizando, também, perseverante catequese e ajuda ao turismo, no setor de transporte e movimentação, com alcance internacional.

b) O **SENAC**, há alguns anos, vem mantendo inúmeros cursos de nível médio de preparação e aperfeiçoamento de mão-de-obra turística e hoteleira, bem como de pós-graduação de bacharéis para a área de hotelaria. Recentemente, imprimiu cartilhas de conscientização turística para estudantes de nível médio, com informações conceituais.

c) O **SEBRAE** vem desenvolvendo cursos, estágios e palestras nesta área com o fim de assessorar as empresas e Órgãos Públicos que militam

nesse setor. Exemplo disto é o Anuário Turístico do Estado de Goiás que o mesmo é responsável pela sua publicação.

d) O **DETRAN**, em alguns Estados, esporadicamente promove cursos de conscientização turística junto aos motoristas de táxi, que atuam diretamente com turistas, ministrando-lhes noções de história da cidade, identificação de monumentos e de personagens ilustres que deram nomes aos parques, praças, ruas e demais logradouros, noções de câmbio e moedas e de inglês.

e) A **American Express Company** (AMEX), fundada em 1.850 nos EEUU, por Henry Wells, um exemplo de parceria a ser imitado. Desde 1.993, vem mantendo no Brasil, um curso, com seleção, a nível de 1º e 2º graus com duração de 3 anos, gratuito, fornecendo material didático. Tal curso é de complemento profissional na área de turismo e é em parceria com 20 outras empresas, dentre elas: VARIG, ABAV, Panrotas Editora e American Air Lines. Após a conclusão do curso que tem as seguintes disciplinas: Inglês, Turismo, Geografia, Português, Informática e Datilografia, os concludentes têm direito a estágio remunerado nas empresas da parceria patrocinadora do curso, que é realizado na Academia de Viagens e Turismo de São Paulo, que fora criada pela American Express e é desenvolvida em vários países, além do Brasil.

Além desses órgãos e empresas outros setores como agências de propaganda, imprensa em geral, o Automóvel Clube do Brasil, Faculdades de Turismo (mais de 50 atualmente), Federação Internacional de *Campings*, Banco do Brasil e outros bancos, empresas de cartões de crédito, casas de câmbio etc., vêm caminhando juntos e às vezes a frente dos organismos públicos de turismo, com intuito de colaborar para o engrandecimento deste importante setor sócio-econômico-cultural do país.

2.4 - ÓRGÃOS OFICIAIS LIGADOS DIRETAMENTE AO TURISMO:

- a) **Conselho Nacional de Turismo (CNTUR)**, como órgão normativo;
- b) **Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR)**, como órgão executor das diretrizes e normas adotadas e do incremento das atividades turísticas;
- c) **Ministério das Relações Exteriores**, através das Missões Diplomáticas e Representações Consulares do Brasil, para tarefas de divulgação turística nacional;
- d) **Órgãos Regionais de Turismo** para execução de tarefas mediante delegação nos Estados, Territórios e Municípios;
- e) **Instituto de Planejamento Econômico e Social** para estudos, pesquisas e análises de projetos específicos que se façam necessários.
- f) **Organização Mundial de Turismo (OMT)**, ex União Internacional dos Órgãos Oficiais de Turismo (UIOOT), em Haia, na Holanda, que é o órgão de representação internacional.

CAPÍTULO II

NOÇÕES GERAIS DE TURISMO

1. CONCEITO DE TURISMO

Várias são as definições sobre o turismo, de acordo com o professor Salh-Eldin Abdel Wahad, *turista é interpretado como qualquer pessoa que viaje para outro país por um período mínimo de 24 horas sem residência fixa*. Desse conceito, as pessoas que viajam para fins de estudo, a serviço remunerado ou de natureza lucrativa, não são considerados turistas. Outros autores enfocam ainda que *turista é qualquer pessoa que desloca-se a um país por razão legítima, que não seja imigração e que permaneça no mínimo 24 horas em viagem de lazer*. Turismo em nossos dias, é um fenômeno dos mais interessantes e de maior influência na vida dos povos. Pode também ser definido como um conjunto de relações produzidas pelo deslocamento e permanência de pessoas fora de seus

domicílios, participando socialmente do desenvolvimento de uma região ou país. Turismo é uma palavra de origem inglesa que apareceu em documentos no ano de 1.760. Vem do latim *turnus*, dando idéia de giro de viagem circular, de alguém que sai, viaja e volta ao ponto de partida. A essa raiz, foram acrescentadas as terminações *ismo* (turismo), que designa movimento e *ista* (turista), que qualifica quem faz esses movimentos. O conceito histórico é bastante simples e sempre foi compreendido como “viagem de prazer”.

Após a 2ª Guerra Mundial, esse conceito foi se evoluindo e hoje vemos, através das estatísticas, que as viagens são realizadas pelos mais variados motivos e não só o de passear, como eram feitas até o final do século XIX e até quase meados deste nosso século. Mas, a partir de então, as correntes turísticas alcançaram cifras tais que apagaram literalmente as viagens de prazer. As pessoas que hoje viajam atendendo os mais diversificados motivos, utilizam os mesmos meios de transportes, o agente de viagem, os meios de hospedagem, comunicação, os restaurantes, os meios de divertimentos, etc., pagando seus serviços da mesma forma que o turista assim o faz.

1.1 TURISMO EM FUNÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS

Quatro são as classes de turismo que o policial militar irá defrontar durante sua missão: elite; de massa; social e o popular.

1.1.1 Turismo de elite

São aqueles que mais gastam individualmente. Frequentam estações de equipe, fazem cruzeiros marítimos e só usam transporte, hotéis e restaurantes de primeira classe. Viajam quando querem, para onde querem e pelo tempo que desejarem. Descubrem lugares pouco conhecidos, tornando-os famosos.

1.1.2 Turismo de massa

Representa o maior movimento de pessoas e dinheiro. utilizam hotéis de turismo, restaurantes “B” “B” (Bom e Barato) e usam classe econômica ou turística nos meios de transporte. Procuram lugares que a elite tornou famosa. Viajam em excursões, porque o pacote sai mais barato que o individual. Hoje representa o maior movimento de pessoas e dinheiro, seu tempo e dinheiro são limitados.

1.1.3 Turismo social

É aquele subsidiado pelo governo ou pela iniciativa privada. Nos países comunistas e capitalistas mais desenvolvidos, ele é exercido e incentivado pelo próprio governo. Em Portugal, surgiu em 1.953, em pleno regime salazista, com a Fundação Nominal para Alegria do Trabalhador. No Brasil, já existe há algum tempo e é exercido, em sua maioria, pelas colônias de férias do SESI, SENAC e SENAI ou por entidades de classes ligadas a iniciativa privada. Utilizam colônias de férias ou hotéis conveniados; como meio de transporte, utilizam o ônibus.

1.1.4 Turismo popular (alternativo)

Popularmente conhecido como “farofeiros”, algo bem brasileiro, não levam muitas divisas, pois carregam quase tudo de comer e beber e quando regressam, deixam no lugar visitado, grande quantidade de lixo. Viajam somente em fins de semana, no máximo de três dias, acampam em barracas, usam ônibus fretados e cotizados entre os ocupantes. Para as refeições, usam alimentação preparada em casa, como: farofa, sanduíches e frutas. Seu destino geralmente é a peregrinação religiosa, praias, piqueniques, casamentos, etc.

1.2 TURISMO EM FUNÇÃO DO DESTINO

1.2.1 Turismo interno, nacional ou doméstico

Que corresponde ao movimento turístico de cidadãos e residentes estrangeiros no âmbito do próprio país.

Quando é exercido no mesmo país, proporciona a redistribuição da renda e a integração social. Distribui o capital nacional e eleva o consumo, cria empresas e contribui para o desenvolvimento social local.

1.2.2 Turismo externo ou internacional

Corresponde ao movimento turístico entre diversos países do mundo.

Quando é exercido fora do país. Provoca a evasão de divisas, sendo o mais negativo para o país quem o faz. Promove também a integração social.

1.2.3 Turismo regional

Que é o movimento turístico procedido entre países que integram a mesma região turística, como por exemplo, em relação aos países da Europa Ocidental.

1.2.4 Turismo receptivo

Proporciona a entrada de estrangeiros, aumenta a renda e a economia de quem recebe, promovendo a integração social, sendo o mais vantajoso, porque proporciona divisas sob o ponto de vista econômico.

1.3 TURISMO EM FUNÇÃO DO NÚMERO DE PESSOAS EM VIAGEM:

1.3.1 Turismo individual

Viagem de apenas uma pessoa ou de uma família.

1.3.2 Turismo de grupo

Várias pessoas viajam juntas, motivadas por um relacionamento anterior, como por exemplo, os integrantes de um clube, de uma escola, etc.. As pessoas também podem ser reunidas em uma excursão programada por uma agência de viagem, com o acompanhamento de um guia. O tamanho do grupo geralmente supera o número de 15 (quinze) pessoas.

1.4 TURISMO EM FUNÇÃO DO OBJETIVO DA VIAGEM:

1.4.1 Turismo recreacional ou voltado para o lazer

Atuando como regenerador da capacidade mental e física da pessoa, recuperando-a da exaustão e do cansaço motivados pelo trabalho. Geralmente é feito em estâncias de repouso.

1.4.2 Turismo cultural

Compreende visitas a feiras e exposições, a eventos culturais, a lugares dotados de beleza natural, a escavações arqueológicas e a outros lugares afins. Objetiva distrair e ao mesmo tempo, aumentar o conhecimento sobre outros lugares.

1.4.3 Turismo de saúde

É um tipo de turismo que exige condições especiais ligadas ao asseio, silêncio e um razoável nível de vida. Objetiva atender às necessidades de tratamentos médicos em outras regiões ou em outros países que possuam facilidades terapêuticas, tais como banhos de lama, fontes sulfurosas, águas minerais e areia quente usadas para tratamentos, além de outros meios.

1.4.4 Turismo esportivo

Que atende aos aficionados da pesca, esqui, caminhadas, excursões, etc..

1.4 .5 Turismo de congressos

Que torna indispensável a existência no país ou no local, de toda uma infra-estrutura de apoio a reuniões científicas, profissionais e mesmo políticas. Também são necessários outros elementos tais como localização geográfica, bom clima, existência de meios de transporte e de comunicação. Os participantes de congressos, geralmente, além das atividades principais a que se dedicam, esperam contar com atrações turísticas ligadas à execução, compras, atrações folclóricas, etc.

1.5 TURISMO EM FUNÇÃO DOS MEIOS DE TRANSPORTE

1.5.1 Turismo terrestre

Feitos em ônibus, trens, carros particulares.

1.5.2 Turismo náutico e fluvial.

Realizados em navios, barcos, lanchas e outros meios de transporte do gênero.

1.5.3 Turismo aéreo.

São aqueles realizados por via aérea.

1.6 TURISMO EM FUNÇÃO DA IDADE

Surge uma distinção importante, porque a mesma exerce influência sobre os hábitos e sobre as necessidades. Temos então:

1.6.1 Turismo jovem

1.6.2 Turismo adulto.

1.7 TURISMO EM FUNÇÃO DO SEXO:

1.7.1 Turismo masculino

1.7.2 Turismo feminino.

CAPÍTULO III

POLÍCIA MILITAR E O TURISMO

A excelência do atendimento ao cliente deve ser uma das grandes preocupações do empresário, (aqui entendida como Estado) pois gera resultados extremamente positivos para a empresa ou a economia como um todo. Por seu intermédio é possível criar um poderoso diferencial em relação aos concorrentes, gerando vínculos mais duradouros com os consumidores (turistas). Uma situação que se traduz, inevitavelmente, em mais empregos, mais lucros, mais intercâmbio social e cultural.

O empresário não deve esquecer um ponto fundamental: um bom atendimento só funciona se for resultado de uma cultura estabelecida na empresa ou área geográfica turística, e a sua própria postura em relação aos consumidores, será o principal paradigma para todos os prestadores de serviço.

Reflexões com relação ao cliente (turista) e o serviço policial militar, poderiam incluir questões como:

- Há uma política de atendimento policial ao turista, quanto a prestar informações, receber reclamações e correção de eventuais problemas/insatisfações?

- A Polícia Militar treina seus funcionários para atender bem aos turistas?

- O policial militar tem liberdade para tomar decisões em prol do turista, “custe o que custar”?

- Há a preocupação da Polícia Militar em fazer um trabalho de *endomarketing* (propaganda interna) e de *empowerment* (fortalecimento do conceito policial), nas cidades?

- A Polícia Militar mantém e informa ao turista uma linha telefônica de recepção gratuita de ligações (do tipo 0800), para atender clientes turistas (em inglês, alemão, espanhol, italiano)?

- A Polícia Militar realiza algum tipo de pesquisa para checar o grau de satisfação do turista com relação ao policiamento?

- Nas áreas de intenso movimento turístico, em Goiás, está a Polícia Militar organizada e focada no cliente - o turista?

Todas estas questões levam a uma indagação: O que quer o turista? O que busca o turista? Como resposta é preciso encarar que o turismo em si é um desejo de evasão, em que o indivíduo tenta se liberar das diferentes repressões do sistema sócio-econômico, onde vive ou trabalha.

Conforme **Silva**, professor da Universidade Federal da Bahia (UFBA) (1.992):

“A viagem é motivada muito mais pelo desejo de deixar alguma coisa do que pelo de ir para alguma coisa, o fato da evasão à vida cotidiana desempenha um papel muito mais importante que o interesse pelas regiões e populações visitadas. Todos aqueles que são prisioneiros dos processos de trabalho, dos ciclos de vida e moradia que caracterizam a sociedade industrial, são visivelmente tributários do complexo externo. Para eles, o repouso, a tranquilidade, segurança e as férias são sinônimos de sair viajar. Nossa sociedade projeta para o

exterior as necessidades de repouso e acabou achando evidente a popularização: trabalhar e morar aqui - descansar além. Isto porque o universo industrial é percebido como uma prisão que incita a evasão.

O desejo de evasão, visto como elemento motivador do turismo, vincula-se ao processo de industrialização e urbanização próprio da evolução da sociedade contemporânea, constituindo-se em ponto central para a compreensão da dinâmica envolvida na produção do lazer.

Estes desejos e necessidades definem uma clara opção por busca de lazer em locais necessariamente tranquilos, seguros e agradáveis, que privilegie o descanso, o prazer e não a violência. O turista busca compensações do seu dia-a-dia em atividades sócio-econômicas, tecnológicas, só encontradas em locais que ofereçam: satisfação, descontração, tranquilidade, lazer, cultura, etc., menos violência no local do aparato turístico.

O turista sempre exige descanso em um marco espacial diferente daquele em que desenvolve sua vida cotidiana. Não pode ser um espaço submetido a crescente violência.

1. A POLÍCIA MILITAR E A SEGURANÇA DOS TURISTAS

A necessidade de segurança é basilar na vida do ser humano. Nos dias atuais, principalmente, a essencialidade da segurança, em termos de indivíduo, de comunidade, de país e até no âmbito mundial, tem se constituído numa das prioridades.

A Segurança Pública é uma importante função governamental e é a Polícia Militar, um dos principais elementos de que dispõe o Estado, para o desempenho dessa imprescindível função governamental.

O valor do trabalho da Corporação Policial Militar ainda pode ser destacado, no campo das atividades econômicas, na medida em que consideramos a manutenção da Ordem Pública como condição prévia, indispensável para o funcionamento do sistema econômico do Estado.

As atividades turísticas necessitam e devem ficar sob a proteção da Polícia Militar, ou de forma mais específica, a Segurança Pública é imprescindível para o desenvolvimento do turismo.

Constitui dever legal da Polícia Militar a proteção da sociedade, assegurando-lhe a paz pública e a manutenção da ordem e tranquilidade.

Ao desenvolver uma política de apoio ao turismo a Polícia Militar está sendo coerente com a sua destinação legal, com a natureza de sua missão e com a amplitude do seu papel no âmbito da sociedade.

A Polícia Militar participa efetivamente no apoio ao turismo, promovendo a segurança física do turista e de seu patrimônio, bem como assegurando os direitos e garantias individuais dos mesmos.

Outra forma da participação da Polícia Militar é no campo da comunicação turística, com seus elementos atuando como agentes de informação turística, possível graças a própria natureza de sua atividade e pela ostensividade de sua farda.

Em síntese, a Polícia Militar participa da infra-estrutura governamental turística, ao prestar o indispensável serviço de Segurança Pública, tão decisivo para o êxito de qualquer programação turística, além de ter relevante papel no campo da informação turística, principalmente quando há um preparo de seus homens para essa atividade.

2. POLÍCIA MILITAR E A FUNÇÃO GOVERNAMENTAL

A Polícia Militar destaca-se como um dos mais dinâmicos e úteis instrumentos da ação governamental. A função governamental Segurança Pública se exercita através das tradicionais subfunções Polícia Judiciária e Polícia Administrativa, com o objetivo de promover a defesa social e preservar a paz pública, mantendo a ordem e a tranquilidade, coparticipando da segurança interna, protegendo pessoas e patrimônios, assegurando direitos e garantias individuais, prevenindo e reprimindo a criminalidade, garantindo o cumprimento da lei e o exercício dos poderes constituídos.

A abordagem, já feita anteriormente e agora novamente apresentada, de forma proposital face à grande abrangência da mesma e o grande poder de ilustração, ressalta com clareza a importância e a amplitude da função governamental Segurança Pública.

Em outras palavras, a Polícia Militar é uma entidade estatal, que tem importante e decisiva participação no desempenho da função governamental Segurança Pública e que, por isso mesmo, exerce atividades voltadas para o interesse público. O trabalho policial militar, tem reflexos acentuados nas relações públicas governamentais. **Márcio César Leal Coqueiro**, afirma:

“A própria natureza das atividades de Relações Públicas identifica-a com a exercida pelo governo, principalmente aquele dito democrático, que se exerce, por definição, pelo povo e para o povo, isto é, tendo em vista a comunidade nacional, o grande público formado por todos os públicos da Nação”.

Cada policial militar deve ter uma cultura de relações públicas e deve atuar, em qualquer situação, como um autêntico agente de relações públicas, principalmente em se tratando do turista, que ao primeiro sintoma emergencial, patrimonial ou físico, procurará um agente de segurança fardado.

Na verdade, o bom relacionamento com os públicos inclusive com o público interno, deve ser uma prioridade e se reveste como uma condição essencial para a própria sobrevivência da Corporação Policial Militar. Podemos lembrar as dimensões da Polícia Militar; a sua presença junto a todos os segmentos da sociedade; as dimensões de seus públicos; a sua vulnerabilidade junto à opinião pública, face à própria natureza da função; a grande relevância social de sua função, tendo em vista o interesse público, além de outros aspectos também importantes.

São várias as situações em que o desgaste é inevitável, mas são muito mais numerosas as oportunidades que temos, para conquistarmos uma

nova dimensão para a Polícia Militar e para projetarmos uma imagem nova e melhor, que traga uma conotação de proteção, de segurança e de boa vontade.

3. O POLICIAL MILITAR UNIFORMIZADO

O uso de um uniforme, de uma farda, atribui ao policial militar uma responsabilidade ainda maior, que vem a se associar com a que já lhe é intrínseca, a própria função. O policial uniformizado é uma pessoa à parte, que se destaca, que é notado de pronto pelas pessoas. Toda vez que o policial uniformizado é uma pessoa à parte, que se faz notar e chama a atenção a todo momento, seu aspecto influirá muito na opinião que forma o público a respeito da Corporação que pertence. O uniforme, portanto, em sua correção, em seu aspecto, em seu alinhamento, é um poderoso instrumento de relações públicas. É ainda **Paul Ashenhurst** quem nos ensina:

“Recorde-se que o povo julga o Departamento pelo que vê e, naturalmente, pelo aspecto dos policiais uniformizados”(…).

“Devemos inculcar nos policiais, a idéia de que devem estar orgulhosos de seu uniforme, já que este os destaca como homens dotados de valor, de honestidade e de decência. Representa a lei e indica que o policial ocupa uma função importante e que deve conquistar a confiança do público”.

De acordo com essa idéia, verificamos que não basta dispor de um bom regulamento de uniformes, fornecer aos policiais militares uniformes adequados, de bom aspecto e em número suficiente, fiscalizar o uso e os cuidados com o uniforme. É necessário também fazer com que os nossos homens tenham orgulho do uniforme que usam.

A missão atribuída, com exclusividade, às Polícias Militares, repousa, justamente, na ostensividade do uniforme, que, por sua vez, adquire

importância fundamental para o exercício da principal ação da Polícia, que é a preventiva e quando necessária, a ação repressiva.

O uso dos uniformes, em sua ostensividade pelos organismos policiais fardados, tem uma importância reconhecida mundialmente.

Para a participação da Polícia Militar no apoio às atividades ligadas ao turismo, o policial uniformizado por se destacar e também, por inspirar confiança, é naturalmente procurado pelo turista para prestar as mais variadas informações. Será muito valioso que ao procurar o policial militar, o turista encontre o mesmo bem uniformizado, solícito, dotado de boa vontade e ao mesmo tempo preparado para prestar-lhe as informações ou dar-lhe as orientações que se fizerem necessárias. Deste contato, a partir do mesmo, terá sido formada a imagem de toda a Corporação. O policial militar, por natureza uniformizado, é um autêntico representante da Polícia Militar. É decisivo que o faça correta, adequadamente, bem apresentável e com boa vontade.

5. INFORMAÇÕES AO PÚBLICO

A ostensividade inerente ao uso do uniforme, torna o policial militar, naturalmente, um agente de informação ao público. Segundo **O. W. Wilson**:

A informação ao público é uma importante função administrativa em que o chefe do departamento necessita de ajuda, porque tem que dar atenção às relações com a imprensa, aos informes periódicos, jornais, às publicações do departamento e a outros meios que se use para manter o público informado. A educação do público está relacionada com sua informação.

Ao falarmos sobre a importância do apoio do público, é fundamental para as relações públicas, a relação de cada policial com cada cidadão. **O. W. Wilson** afirma que:

O público recorre sempre à Polícia, quando necessita de determinados informes, e cada membro da força policial deverá estar preparado para fornecê-los, por seu conhecimento a respeito das ruas, dos caminhos, dos horários dos transportes, das distâncias, dos lugares onde se encontram pontos de interesse especial como, por exemplo, edifícios públicos, parques, escolas, hotéis, teatros e muitos outros de interesse do turista. Cada policial deverá levar consigo um guia das ruas da cidade, que o ajude a dar informações ao público.

É o policial o agente de segurança e também prestador de informações turísticas. E quando o policial, além de estar preparado, tem boa vontade para servir, para prestar as informações, inevitavelmente, afortunadamente ele vai conquistar a boa vontade e a gratidão das pessoas por ele atendidas. Conforme **O.W. Wilson**:

Ao dar informações com gosto e disposição amável, fomenta a boa vontade; porém, pelo contrário, se o policial carrega a fisionomia, impacienta-se por que o cidadão não entendeu pontualmente ou demonstra descontentamento. Deverá atuar e dar a impressão de que para ele é um prazer servir e na realidade, chegará a ser.

Para conseguirmos a boa vontade do policial é necessário e indispensável um trabalho de conscientização e de motivação, onde segundo o próprio professor, com bastante propriedade, diz textualmente:

O cidadão bem informado quase sempre coopera; compreende a necessidade da vigilância, objetivo dos regulamentos e as razões das disposições e procedimentos policiais; em consequência, cumpre mais facilmente os regulamentos, e de outras maneiras ajuda e simplifica os problemas da Polícia. A experiência demonstra que nunca se logra cumprir as Leis sem a participação de um amplo programa de informação. Quanto mais eficaz for o programa educativo, menos força será necessária para fazer cumprir devidamente as Leis e disposições.

É inconcebível como, muitas vezes, deixamos de valorizar a informação ao público tanto institucional como individual. É lamentável que muitas vezes, haja uma tendência para os policiais militares de se fecharem na estreiteza da interpretação de sua missão, como se a grande façanha de nosso trabalho fosse apenas evitar delitos e prender pessoas.

CAPÍTULO IV

PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DE GOIÁS



Figura n. 01- Salto do Rio Preto

1. ASPECTO GEOGRÁFICO

Estado brasileiro, situado na região Centro-Oeste, com área de 642.092 Km². Acha-se incluído no Planalto Central, com seus terrenos cristalinos e sedimentares antigos, chapadões tabuliformes e planaltos trabalhados pela erosão.

As maiores altitudes localizam-se a leste e ao sul, onde se encontram a Chapada dos Veadeiros (1.678m) e a Serra dos Pirineus (1.395m).

Salvo a pequena área, onde predomina a floresta tropical, conhecida como Mato Grosso de Goiás, a maior parte do território corresponde a vegetação escassa do cerrado.

Referente à hidrografia, suas terras são drenadas por dois importantes rios: o Tocantins, com 2.640 Km, que recebe o Araguaia, com 2.627 Km e encaminha-se para a foz do rio Amazonas, depois de atravessar a maior parte do Estado no sentido sul-norte; e o Paranaíba, um dos formadores do rio Paraná, que banha a região meridional.

A principal característica climática é a existência de duas estações perfeitamente definidas durante o ano: a “Seca e Fresca”, que vai de maio a setembro, e a outra “Chuvosa e quente”, que vai de outubro a abril.

O clima é tropical úmido, sua altitude média é de 715m acima do nível do mar. As médias anuais de temperatura oscilam entre 19° e 25° C.

2. BREVE HISTÓRICO

Em 1.682 **Bartolomeu Bueno da Silva** faz sua primeira Entrada em sertões goianos, acompanhado do filho de 12 anos e com o mesmo nome. Encontraram a tribo dos *goyazes* e fez o ardil de queimar aguardente como se fosse água para atemorizar os índios a fim de que esses lhe mostrassem as ricas

minas auríferas da região. Com esse estrategema, valeu-lhe o apelido *Anhanguera*, que significa Diabo Velho-Homem de Fogo.

Após uma primeira tentativa frustrada, o filho do Anhanguera, em 1.726, parte de São Paulo com nova expedição a procura dos sertões onde estivera com seu pai. Desta feita encontra a região dos *goyazes* e funda os primeiros aglomerados auríferos que são os povoados do Ferreiro, Ouro Fino e em seguida, ergue a Capela da Barra, onde Bartolomeu tinha suas maiores lavras.

Posteriormente, da Barra transfere Bueno, para as margens do Rio Vermelho, ali fixando sua residência, onde construiu uma capela dedicada a Sant'Ana, em homenagem à padroeira de sua terra natal, a Vila do Paranaíba, em São Paulo.

Em 1.739 o Arraial de Sant'Ana é elevado à categoria de Vila, sendo nomeado os juizes ordinários, vereadores e o procurador, o Sr. João Lopes Zedes, nascendo assim o Município, que recebeu o nome de **Vila Boa de Goyaz**, em homenagem a Bueno, seu descobridor e colonizador, bem como, aos índios que ali foram os primeiros habitantes.

O filho do Anhanguera viveu pouco mais de 70 anos, já no final de sua vida, transferiu sua residência para o Arraial da Barra, por ele fundado, onde em 19 de setembro de 1.740, pobre, quase sem amigos, faleceu e foi enterrado.

Em 1.744, a comarca de Goyaz foi elevada a Capitania Geral, tendo por Capital a Vila Boa de Goyaz, separando-se, assim, do governo de São Paulo e tendo Dom Marcos de Noronha o seu primeiro Governador Privativo.

Em 1.818, Vila Boa de Goyaz é elevada a cidade e recebe o nome de Goyaz, sendo também a capital da Província.

O Decreto n.º 1.816, de 23 de março de 1.935, determina a mudança da capital do Estado, da cidade de Goiás para Goiânia, a qual é inaugurada oficialmente em 1.942, com a vinda do Presidente da República, Dr. Getúlio Vargas.

3. LOCALIDADES TURÍSTICAS

O potencial turístico do Estado ainda é pouco explorado, faltando infra-estrutura em muitas localidades. Constituem os centros turísticos de expressão econômica atualmente explorados no Estado:

3.1. ALTO PARAÍSO

Situada no paralelo 14 do nordeste goiano e habitada inicialmente pelos índios *goyazes*, Seus belos *cânions*, vales, saltos e as belezas da fauna e da flora têm atraído ao município, situado a 421 Km de Goiânia e a 230 km de Brasília, uma grande quantidade de turistas. Com altitude que varia de 600 a 1.700 m e temperatura média em torno de 21 graus centígrados, este município conheceu os primeiros homens brancos por volta de 1.592, durante a procura de pedras preciosas e ouro.

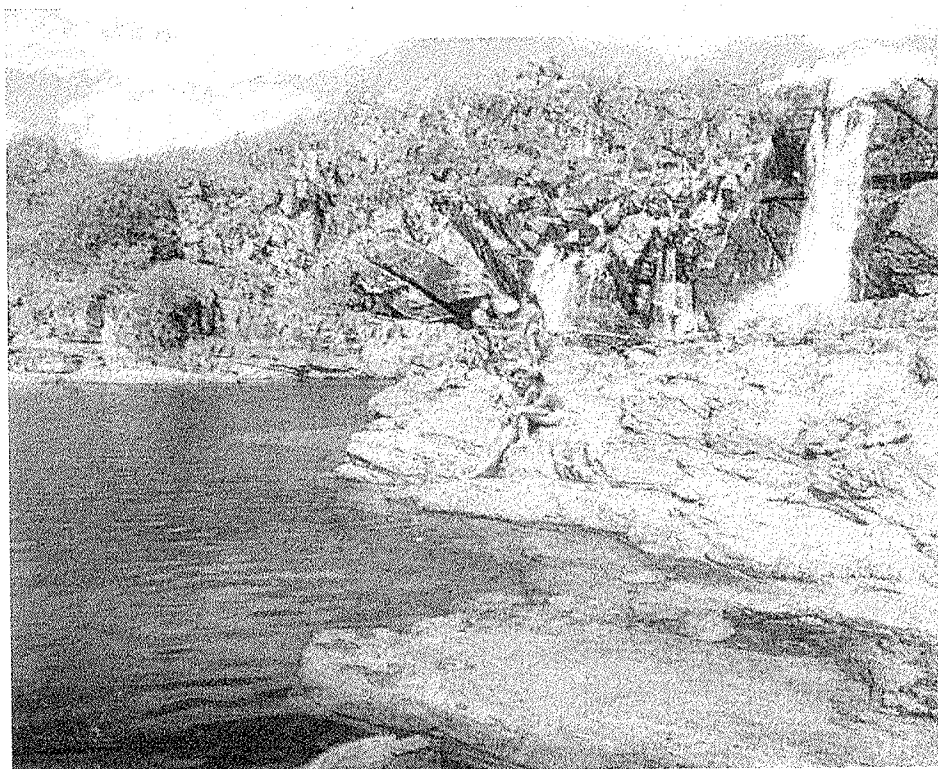


Figura n. 02— *Cachoeira da Boa Sorte*

3.1.1 Parque Nacional Chapada dos Veadeiros

Local de rara exuberância. Nele, as flores incomuns, a sonoridade dos pássaros e a beleza variada das borboletas compõem um cenário inesquecível. Piscinas naturais que surgem entre as pedras, vegetação rasteira típica do cerrado, clareiras e uma inigualável sucessão de quedas d'água, fazem a alegria de seus visitantes. O Parque conta com eficaz estrutura de comunicação, com equipamentos doados pela Embaixada Americana, guias responsáveis, filiados à Associação dos Condutores de Visitantes da Chapada dos Veadeiros (ACVVCV), acompanham os turistas a pontos como os de Pedreiras, Cachoeira das Cariocas, *cânions*, cachoeiras e Saltos do Rio Preto.

3.1.2 Saltos do Rio Preto

É outra opção. Apreciar a raridade das espécies vegetais e animais que povoam o parque, onde quedas d'água de até 120 metros garantem uma visão de inconfundível beleza e um frescor estonteante, em uma das mais antigas formações rochosas do planeta. As cachoeiras que jorram de paredões e que dão a impressão de “brotar” das rochas extasiam qualquer espectador. Como em quase tudo em Alto Paraíso, as águas também apresentam um certo mistério: apesar de límpidas, possuem tonalidade escura (cor de Coca-Cola). Aos que não se interessam por esse tipo de curiosidade, um gostoso banho nas piscinas naturais, formadas pelo desaguar das cachoeiras, revela a maravilha selvagem da região.

3.1.3 Vale da Lua

A paisagem insólita deste lugar, transmite a sensação de se estar em outro mundo, enigmática e, por vezes, perturbadora, a natureza em seu capricho criou um canto exótico e poderoso, com suas rochas esculpidas e águas

cristalinas; as Cúpulas de *Saint Germain*, com todo seu magnetismo, os mirantes, além de outros locais, completam a beleza e magia deste município da Era de Aquário.

3.1.4 Cidade de alto Paraíso

Razoável conforto e comodidade também não estão esquecidos na cidade, pois aconchegantes pousadas oferecem deliciosos pratos caseiros e típicos de Goiás e garantem acomodação aos turistas.

3.1.5 Povoado de São Jorge

Para os que preferem apreciar a brisa da noite, as belezas de um céu repleto de estrelas e um contato mais direto com a natureza, existe o povoado de São Jorge, localizado no desaguar dos Saltos de Rio Preto. Um lugar de descanso que oferece, além de hospedagem simples e comida caseira, relatos sobre vôos de objetos não identificados.

3. 2. CALDAS NOVAS

Águas com temperaturas que chegam até 51° C, cercadas por deliciosos lagos, variados tipos de pássaros e a visão de uma linda serra.. Tudo isso, com o conforto de luxuosos hotéis, apart-hotéis ou aconchegantes pousadas, chalés e *campings*, somados a uma população amistosa e acolhedora de cerca de 30 mil habitantes, um aeroporto e uma completa infra-estrutura. Essa é a receita que fez de Caldas Novas, município localizado a 167 Km de Goiânia, o maior complexo hoteleiro do Centro-Oeste.

A comprovada capacidade terapêutica das águas quentes da cidade pode ser usufruída pelos mais variados tipos de turistas. Para os que gostam da

modernidade, os hotéis e clubes locais oferecem os mais atuais recursos deste tipo de lazer, como toboáguas, bar aquático, atividades esportivas etc.. Já para os que preferem a calma e as belezas da natureza, há as saunas naturais, os bosques, nascentes e cascatas e uma variada espécie de fauna e flora - desde tucanos a juritis e canários - e uma mata frondosa, com ipês, canelas, paineiras etc., na lendária e majestosa Serra de Caldas que abraça a cidade.

A melhora das afecções alérgicas e do aparelho digestivo pode ser sentida em pouco tempo de contato com as águas quentes de Caldas Novas. Quem goza de excelente saúde, mas está em busca de um relaxante local para diminuir o estresse e ansiedade também encontra na cidade um excelente ponto de apoio. As águas quentes estimulam o metabolismo do corpo e a diurese, fazendo com que haja uma eliminação de toxinas e um consequente relaxamento natural.

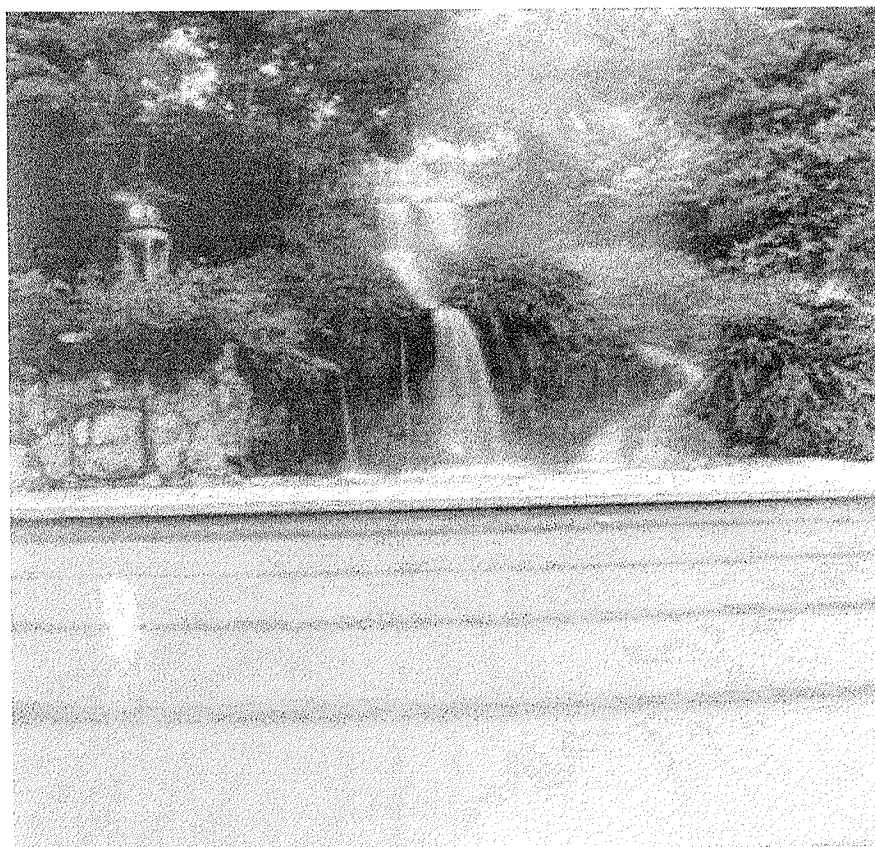


Figura n. 0 3– *Parque das Primaveras*

3.2.1 Parque Estadual da Serra de Caldas

Localizado nas encostas da cidade, ele é recomendado para quem tiver a intenção de procurar recantos exóticos e escondidos. Indicado para passeios a cavalo, ou até mesmo a pé. Criado em 1.970, para proteger as nascentes das águas hidrotermais do município, bem como sua vegetação e espécies animais características da região. Sua área é de 12 mil 315 hectares. O Rio Quente, que é responsável pelo abastecimento hidrotermal da cidade, nasce nas serras de Caldas e é a fonte de todo o potencial turístico da cidade.

3.2.2 Lago de Corumbá

Situado a 35 Km da zona urbana, foi formado pelo represamento do Rio Corumbá. sua extensão é de 27.800 m² de área drenada. Um grande lago de água doce indicado para a prática de esportes aquáticos, passeios de barco, pescarias e agradáveis banhos e bronzeados.

3.2.3 Comércio

O comércio de Caldas Novas também possui muitas atrações, como as lojas de artesanato, pedras e cristais, além de tradicionais doces caseiros. Os pratos saborosos de diversos restaurantes e cantinas e as românticas serestas dos clubes locais completam a programação noturna da cidade, sempre cheia de visitantes dos mais variados pontos do País e do mundo.

3.3 GOIÁS

Terra da poetiza **Cora Coralina** e do Rio Vermelho, Goiás é uma cidade de muitas histórias. Histórias políticas, história de amores e de riquezas. Em cada um de seus becos, ruas estreitas e muros de pedra estão talhados

trechos da memória estadual e do próprio Brasil. Antiga capital do Estado, o município mantém viva a nostalgia dos pioneiros. Seus casarios seculares de beirais talhados, de cores claras e leves, com portais de desenhos singulares e janelões, guardam as lembranças do tempo colonial.

A ardósia e os azulejos portugueses são provas dos anos dourados. Tempo em que a tradição, a fé religiosa, o ouro e o poder político eram as forças motrizes da região. Fundada em 1.722 pelo bandeirante Bartolomeu Bueno da Silva com o nome de Arraial de Sant'Ana, algum tempo depois passou a se chamar Vila Boa de Goyaz. Com a transferência da capital para Goiânia, é agora conhecida como cidade de Goiás, ou até Goiás Velho.

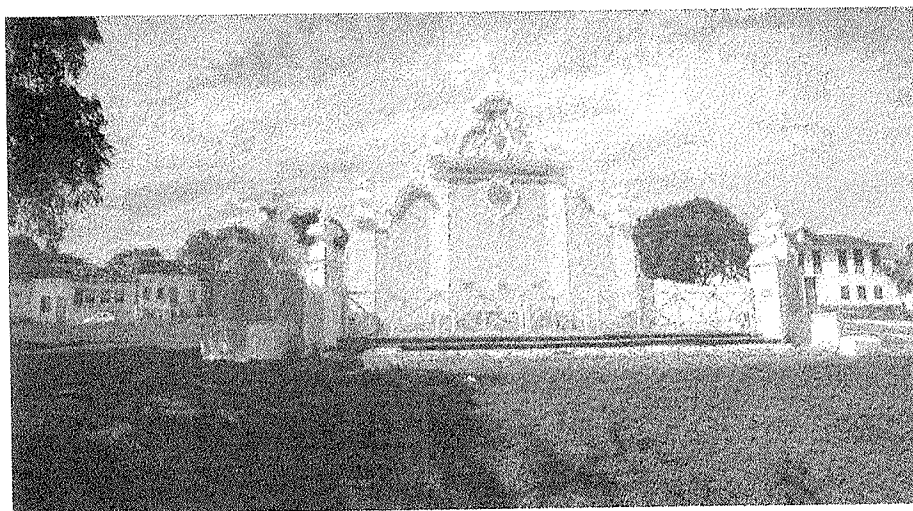


Figura n. 04 – *Chafariz de Calda*

O **Palácio Conde dos Arcos** é uma das atrações da cidade de Goiás. Sua mobília e os cômodos claros e bem arejados, com um jardim interno cheio de árvores, flores e folhagem de colorido todo especial, dão ao turista a sensação de voltar no tempo, na época em que ali eram apresentados saraus e peças teatrais. Na **Praça do Jardim**, destacam-se lindas casas e a imponente Catedral de Sant'ana. Também a **Igreja da Boa Morte**, transformada em museu sacro, acolhe o visitante em local fresco e quase místico. O **Fórum** construído

como sobrado, no Largo do Rosário, tem ainda a igreja de mesmo nome, com quadros de tamanho quase natural, pintados por Frei Nazareno Confalone.

No **Museu das Bandeiras**, antiga Cadeia Municipal, ainda é possível se ver instrumentos utilizados no garimpo, um verdadeiro testemunho das antigas riquezas da região. Porcelanas raras e delicadas confirmam a influência portuguesa na cidade. Para completar o passeio é preciso conhecer o Mercado Municipal e a loja do Dodô, famosa pela cachaça com mutamba e murici. Existem ainda outros pontos agradáveis, como o Rio Bacalhau, o Poço da Sota e o Rio Bagagem.

3.4 ITAJÁ

Águas quentes, frias e sulfurosas fazem de Itajá, município distante 462 Km de Goiânia e 672 Km de Brasília, por rodovias estadual e federal pavimentadas, mais uma atração turística de Goiás. A cidade, localizada na divisa de Goiás e Mato Grosso, foi emancipada de Jataí em 1.953, e seu nome é uma homenagem ao município mãe. Ali, em meio ao exuberante cerrado, centenas de nascentes termais da Lagoa Santa convivem harmoniosamente, lado a lado, com o caudaloso Rio Aporé.

A cidade nascida como povoado de São João e elevada à condição de distrito em 1.953, conta com uma incipiente estrutura hoteleira e ampla área de *camping*, propicia tranquilidade para quem deseja usufruir de suas delícias naturais. Com clima úmido e altitude de 380 metros, a vazão de água sulfurosa chega a 14,5 milhões de litros, fazendo a alegria dos visitantes. O passeio torna-se ainda mais agradável através do convívio com a receptiva população de cerca de 6 mil habitantes.



Figura n. 05 - Lagoa Santa

3.4.1 Lagoa Santa

Localizada a cerca de 24 Km do município, possui centenas de nascentes termais, que proporcionam deliciosos e saudáveis banhos. A Lagoa Santa possui ainda uma área de *camping* (sem estrutura) que chega a receber 900 pessoas de uma só vez.

3.4.2 Rio Aporé

Na mesma região, ele é um desafio à imaginação. Suas águas frias brotam no mesmo solo termal, oferecendo mais uma opção de lazer e diversão aos turistas.

3. 5 PIRENÓPOLIS

Pirenópolis é lugar onde as várias formas do homem encarar Deus não geram violência ou conflitos sociais. Neste município surgido em 1.727,

com a chegada da bandeira chefiada por Manoel Rodrigues Tomaz, cristãos e esotéricos convivem de forma harmoniosa e lutam por um único objetivo: tornar a cidade cada vez mais acolhedora para seus visitantes.

Berço da imprensa goiana - local onde funcionou a 1ª Tipografia de Goiás e imprimiu de 1.830 a 1.834 o jornal “Matutina Meia Pontense”-, a cidade foi tombada pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) em 1.988. Hoje, Pirenópolis constitui-se em um dos mais ricos acervos patrimoniais do Centro-Oeste. Com seus casarões seculares, ruas e calçadas com pedras e o fascínio do Rio das Almas, o município é um cartão postal da História do Brasil.

Nascida aos pés da Serra dos Pireneus, com o nome de Minas de Nossa Senhora do Rosário de Meia Ponte, Pirenópolis é conhecida internacionalmente pela realização da Festa do Divino Espírito Santo, onde se incluem as famosas cavalhadas, dança das pastorinhas, além de outras atrações. Instituídas em Portugal, pela Rainha Isabel, a Festa do Divino Espírito Santo foi trazida para o Brasil pelos jesuítas que, por seu intermédio, conseguiam atrair negros e indígenas para o credo cristão.



Figura n. 06 – Cavalhadas de Pirenópolis

3.5.1 Fazenda Babilônia

Casa de Engenho, construída em 1.800, tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional. Abrigou cerca de 200 escravos homens com suas famílias. Por volta de 1.860, a fazenda foi adquirida por antecessores dos atuais proprietários, estes já da 4ª geração que ali vivem. A distância da cidade: está a 20 Km por asfalto, mais 1 Km por estrada de terra, na saída para Anápolis.

3.5.2 Fazenda Vagafogo

Distante 5 Km da cidade por estrada de terra. Santuário de vida silvestre, e também Reserva Particular de Patrimônio Natural (RPPN). Na mata preservada se pode andar por trilhas interpretativas, observar fauna e flora da mata ciliar e testemunhos da passagem dos bandeirantes pelo local. No Centro de Visitantes há farto material ilustrativo do cerrado, onde também é servido um lanche composto por mais de trinta itens, produzidos quase todos na própria fazenda.

3.5.3 Recanto da Mata - Lavras de Ouro

Trilhas pelas lavras auríferas do século XVIII, onde se percorre um labirinto de canais abertos pelos bandeirantes em busca do ouro de aluvião cobertos por líquens, musgos e plantas centenárias que suportam o cascalho proveniente desta exploração. No local há um *camping* para cerca de 200 barracas, com iluminação e lanchonete. Situado a 2 Km, em estrada de terra, saída para a Serra dos Pirineus

3.5.4 Fazenda Bonsucesso

Fazenda antiga adaptada ao turismo da natureza, que compreende um complexo de 6 cachoeiras, cujo acesso é feito por trilhas na mata. Por esta fazenda passava o Caminho do Norte, estrada construída no século XVIII pelos

escravos, que servia para o transporte do ouro com destino a Salvador. Está a 6 Km do município, por estrada de terra.

3.5.5 Fazenda Caiçara

Antiga fazenda onde se pode visitar um engenho e seus diversos ambientes de produção de derivados de cana-de-açúcar. Nos meses de julho e agosto, pode ser visto o engenho em pleno funcionamento. Um monjolo ilustra o método rudimentar, mas ainda utilizado, para pilar o milho. Distância da cidade: 15 Km por asfalto, mais 1 Km por estrada de terra, saída para Anápolis.

3.5.6 Morro do Cabeludo

Complexo de rochas que datam há mais de 1 bilhão de anos, submetidas a diversas fases tectônicas durante sua formação. Os afloramentos rochosos sugerem a todo momento imagens de animais pré-históricos, ruínas gigantescas, torres etc. Campos úmidos, matas e cerrados rupestre impressionam pela preservação e beleza. Fica a 20 Km por estrada de terra ou 36 Km por rodovia pavimentada.

3.5.7 Fazenda do Lázaro

Fazenda antiga, adaptada ao turismo na natureza, onde estão localizadas as históricas cachoeiras do Lázaro e Caldeirão do Inferno. Localizada a 21 Km, por estrada de terra.

3.5.8 Cachoeira do Abade

Uma das maiores e mais lindas cachoeiras de Pirenópolis, histórica por estar próxima à Mira do Abade, na nascente do Rio Almas, palco de

acontecimentos importantes ao longo de dois séculos e meio. Está a 16 Km da cidade, por estrada de terra.

3.5.9 Serra dos Pireneus

Um dos locais mais altos do Estado de Goiás: 1.385 metros. Vista panorâmica, de onde se pode observar diversos morros, entre os quais o Morro do Cabeludo, e aspectos relevantes do cerrado rupestre. Neste local acontece a tradicional Festa da Santíssima Trindade, no plenilúnio de julho. Situada a 21 Km, por estrada de terra.

3.5.10 Região das Pedreiras

Complexo de atrativos contendo quedas d'água, lavras de ouro, pesque-pague, *camping*, lanchonete. Neste local está situada uma antiga usina hidrelétrica, e poderá ser observada as pias - extração das tradicionais pedras de Pirenópolis. Fica a 3,5 Km da cidade por estrada de terra.

3.6 RIO QUENTE

Rio Quente bem que merece o título de cidade ecologicamente correta. Com uma área de 280 Km², localizado aos pés da majestosa Serra das Caldas, e uma população de 1.850 habitantes, o município segue a risca seu Plano Diretor desde que foi criado, em 1.988. As normas rígidas de preservação do meio ambiente adotadas no local permitem a existência de um raro ecossistema, onde fauna e flora são preservadas a todo custo pelo homem.

Mas não é o cuidado com o meio ambiente que faz da cidade um ponto turístico. O município é mais conhecido por abrigar a Pousada do Rio Quente, o maior complexo hidrotermal do mundo. Um lugar de paz e beleza

inigualáveis. O Rio Quente - formado basicamente por 18 nascentes termais em que a temperatura da água, depois de descerem mais de 1.700 m, chega a 70° C - nasce no seio das rochas e desabrocha na Pousada formando oito piscinas naturais com temperatura que varia entre 37° C a 42° C. O volume de água produzido resulta numa vazão constante de mais de 149 milhões de litros a cada 24 horas e permite a existência deste maravilhoso complexo turístico, onde a modernidade convive sem problemas com a preservação da natureza.

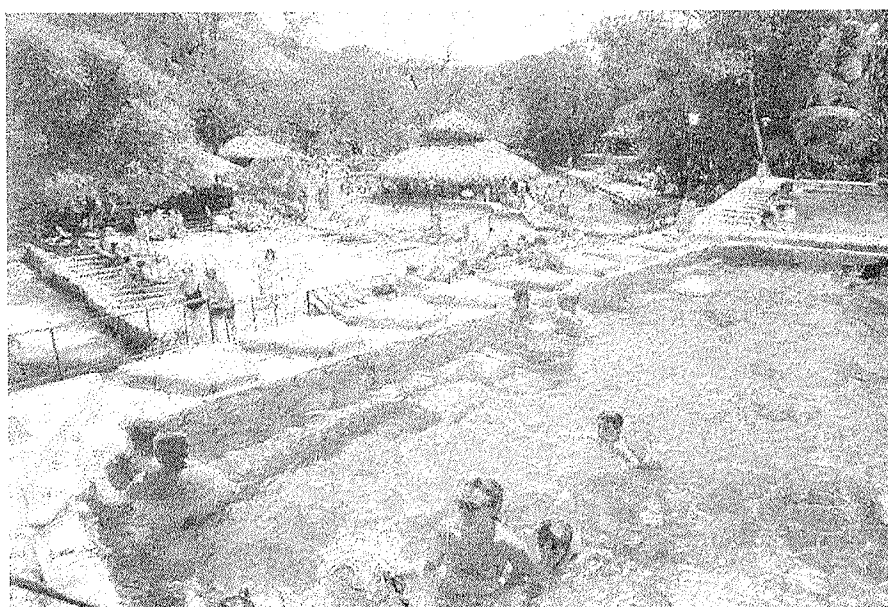


Figura n. 07 – Parque de Águas Quentes

3.7 RIO ARAGUAIA

O Rio Araguaia é, sem dúvida, um dos principais cartões postais de Goiás. São mais de 2.000 Km de extensão, com praias de areia branca e fina, onde uma fauna e flora riquíssimas e um ar de magia encantam os visitantes. Durante a temporada que vai de junho a setembro, suas margens ficam repletas de campistas, pescadores e milhares de amantes do lazer ao ar livre.

Com belas praias fluviais, farta quantidade de peixes, muito sol e belezas naturais, o Rio Araguaia é uma das paixões do povo goiano. Os grandes

e bem estruturados acampamentos montados em suas margens durante a temporada, onde a alegria e a juventude preenchem todo o espaço livre; o pôr-do-sol mágico, em que é possível ver preguiçosos mergulhos de jacarés, vôos rasantes de garças, tuiuiús e colhereiros cor-de-rosa e até mesmo alguns botos, são o segredos deste fascínio.

A cidade de Aruanã, a 310 Km de Goiânia pela GO-164, é o principal portão de entrada para o Rio Araguaia. Anualmente, o município, fundado em 1.850, recebe cerca de 150 mil turistas

O local, até 1.958, era conhecido por Porto de Leopoldina e servia para abastecer a antiga capital, Goiás Velho. Descoberta pelos turistas em 1.980, se transformou em um dos programas preferidos de meio de ano.

Aragarças, Britânia, São Miguel do Araguaia, Luiz Alves, Cocalinho, Itacaiú e Bandeirantes são outras cidades que também servem de apoio para os turistas que frequentam o Araguaia durante os meses de temporada..



Figura n. 0 8 – Praia do Rio Araguaia (Aruanã)

Nascente

O Rio Araguaia nasce na divisa entre Goiás e Mato Grosso e percorre a ambos até chegar no Tocantins e parte do Pará. Em todo o seu trajeto, ele é margeado por belezas naturais que encantam a todos, além de uma fauna e flora invejáveis. Por isso, durante as temporadas, entidades como a SICTUR, o IBAMA, a Capitania dos Portos - Marinha, o Batalhão Florestal, a Secretária do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMARH), a Fundação Estadual do Meio Ambiente de Goiás (FEMAGO), o Corpo de Bombeiros, o SEBRAE, grupos ecológicos e outras, procuram atuar em conjunto para oferecer aos turistas orientação e segurança.

3.8 TRINDADE

A descoberta de uma pequena medalha de barro, representando a Virgem Maria, teria dado origem ao município de Trindade, por volta de 1.940. Em 1.886, o proprietário da Olaria Barro Preto, onde a imagem foi encontrada, ergueu uma capela com as esmolas oferecidas à Santíssima Trindade e, tempos depois, pediu ao escultor Veiga Valle, da cidade de Pirenópolis, que esculpisse a imagem da Santa da Medalha.

Ao longo do tempo, esse símbolo cristão foi se transformando em objeto de adoração popular, e até hoje esse exercício de fé mobiliza mais de cem mil pessoas anualmente. No mês de julho, milhares de devotos se dirigem ao Santuário do Divino Pai Eterno, fazendo da Romaria de Trindade uma das principais manifestações religiosas do País. Eles chegam a pé, de caminhões, carroças, carros-de-boi, bicicletas, motos, carros e enchem a cidade de barracas, filas de romeiros, numa verdadeira demonstração de fé.

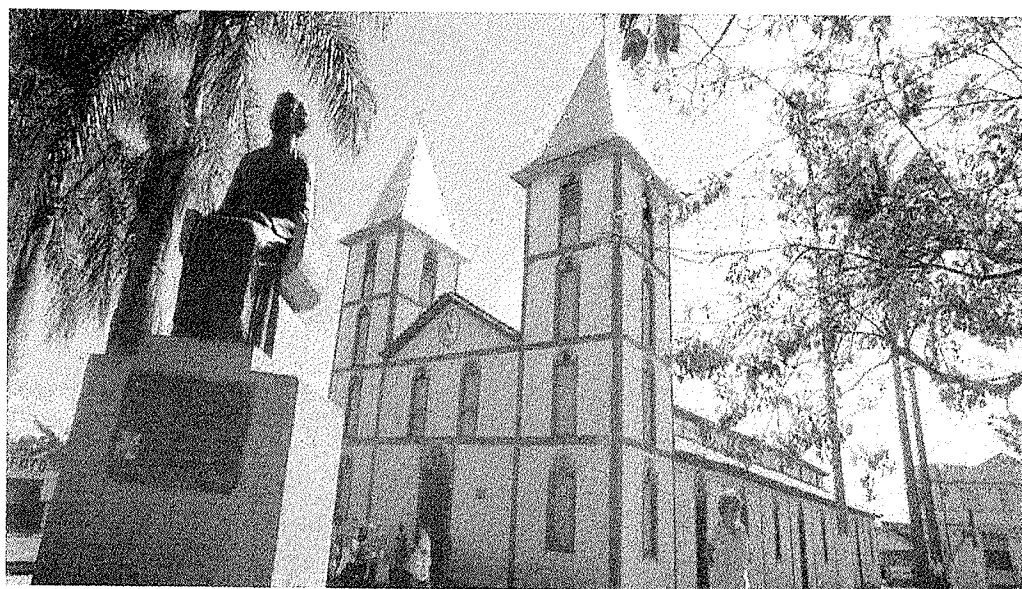


Figura n. 09 – *Igreja Matriz Divino Pai Eterno*

Caminho do Papa

O município, que fica a 18 Km de Goiânia, é conhecido como a Capital Católica de Goiás e já foi inclusive incluído no roteiro de visita do Papa João Paulo II, durante sua primeira viagem ao Brasil. A Festa do divino Pai Eterno, celebrada no primeiro domingo do mês de julho, transforma o local em um autêntico conagraçamento religioso e comunitário, reunindo turistas e curiosos em geral não só do Estado, como de todo o Brasil.

Com área de 846 Km² composta pela sede e os povoados de Santa Maria e Cedro, sua população chega a 40 mil habitantes. Fora do período de romaria, Trindade se transforma em uma opção de passeio, por estar perto da capital do Estado e por suas tradicionais missas de domingo, batizados, cumprimento de promessas e visitas aos salões de milagres.

CAPÍTULO V

ASPECTOS LEGAIS DA POLÍCIA MILITAR E O TURISMO

1. NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL:

O Turismo é um fenômeno social e econômico de origem espontânea, inerente à vontade humana de conhecer locais e culturas diferentes. Vontade essa motivada por razões comerciais, como tentar descobrir novos mercados de fornecedores e consumidores de produtos.

O turismo tem experimentado um grande crescimento, portanto, desperta interesse em Goiás em receber o maior número possível de viajantes de outros países ou regiões.

Como não existe sociedade perfeita e os seres humanos serem falhos, a convivência social depende de normas reguladoras para a convivência

grupar. Nesse aspecto, o papel do Estado é buscar a convivência e bem estar comum, através de ações planejadas, onde também está incluído o turismo.

Uma das ações governamentais mais importantes nessa área é a Segurança Pública e dentro de cada Estado da Federação, as Polícias Militares desempenham papel primordial.

As atividades turísticas, precisam ficar sob a proteção da Segurança Pública, pois a integridade física e patrimonial do turista é essencial para o desenvolvimento do turismo.

A Polícia Militar do Estado de Goiás dispõe de efetivo presente em todos segmentos do território goiano, em especial nos pontos onde ocorre fluxo turístico, havendo portanto, contato direto entre a PM e o turista.

A nível estadual a Polícia Militar é uma das responsáveis pelas atividades de Segurança Pública, fazendo a preservação da Ordem Pública e o policiamento ostensivo em consonância ao que predispõe nossa Constituição Federal:

Art. 144. A Segurança Pública, dever do Estado e responsabilidade de todos, é exercida para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, através dos seguintes órgãos:

I...

II...

III...

IV...

V - Policias Militares....

§ 5º Às Polícias Militares cabem a Polícia Ostensiva e a Preservação da Ordem Pública....

Assim, fica clara a obrigação constitucional da PM de Goiás, dentro do Estado, ser a responsável pela segurança física e patrimonial ao turista, que periodicamente visita nossos pontos turísticos.

2. NA CONSTITUIÇÃO ESTADUAL

Cumprindo os desígnios da Constituição Federal, a nossa Constituição Estadual também faz o ordenamento da Segurança Pública, com o seguinte texto:

Art. 124. A Polícia Militar é Instituição permanente, organizada com base na disciplina e na hierarquia, competindo-lhe, entre outras, as seguintes atividades:

I - O policiamento ostensivo de segurança

II - A preservação da ordem pública

Porém, podemos afirmar que a Constituição Estadual vai mais longe ainda pois, no mesmo Art. 124 em seu parágrafo único, ela prevê a criação de uma Unidade de Polícia Florestal, incumbida de proteger as nascentes dos mananciais e dos parques ecológicos e uma Unidade de Polícia Rodoviária.

Desde 1.990, a Polícia Militar cumpre a Carta Magna, quando criou o Batalhão de Polícia Militar Florestal, como sabemos, uma grande parte do turismo realizado no Estado é o ecológico, relacionado a visitação de áreas onde ocorre a exuberância da natureza.

O Batalhão Florestal, desempenha importante papel na preservação desses ecossistemas, garantindo-lhes a perpetuação e por conseqüência a continuidade do turismo nessa área. E, por estar presente em vários pontos de visitação turística, como o depósito de rejeitos radioativos, o rio Araguaia e nos Parques Nacionais, o seu contato com o turista é freqüente, disciplinando a conduta deles e mesmo lhe oferecendo segurança física e patrimonial.

O turista, encontrando qualquer dificuldade ou obstáculos, em locais estranhos a sua vivência, tende a procurar auxílio junto ao segmento fardado e ostensivo da Polícia Militar. Portanto, necessário se faz a formação do PM para também ser preparado para se relacionar com pessoas de locais e culturas diversas dos seus costumes.

Aqui também cabe ressaltar o alto grau de contato com o turista feito por homens do Batalhão de Polícia Militar Rodoviário, responsável pela guarda e segurança das rodovias estaduais, de regra, caminho utilizado pelo turista para demandar às áreas de visitação do Estado.

No caso do Estado de Goiás, com imensas riquezas naturais e de patrimônio histórico, o disciplinamento do turismo é praticamente uma necessidade, bem como o seu incentivo com a finalidade de atrair cada vez mais o fluxo de viajantes, como forma de gerar riquezas e auferir divisas, assim a Constituição do Estado de Goiás estabelece:

Art. 143. O Estado e os Municípios, promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento sócio-econômico, cuidando, especialmente da proteção ao patrimônio ambiental e da responsabilidade por dano ao meio-ambiente, a bens de valor artístico, histórico, cultural, turístico e paisagístico.

Fica claro pelo ordenamento legal, o imprescindível papel desempenhado pela Polícia Militar do Estado, tanto na segurança física e patrimonial do turista, quanto a sua responsabilidade pela proteção do patrimônio turístico do Estado de Goiás.

Ao desenvolver políticas de apoio ao turismo, a Polícia Militar estará cumprindo sua destinação legal, com a natureza da sua missão e ampliando o seu papel de Segurança Pública no seio da sociedade goianiense.

CAPITULO VI

TURISMO E SUA IMPORTÂNCIA ECONÔMICA/CULTURAL

1.A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NA CULTURA

O turismo tem representado, de um lado, o enriquecimento cultural inigualável para os turistas, que entram em contato com diferentes formas de civilização, com diversas manifestações culturais, com culturas dinâmicas e com culturas extintas, mas que deixaram vestígios. Por outro lado, em relação aos países receptores, os fluxos turísticos têm provocado uma espécie de redescoberta, de revitalização de manifestações folclóricas, de formas de artesanato, de práticas culinárias, que se achavam em decadência, justamente por não serem valorizados pelas populações locais. Outrossim, além da geração de uma renda, que em parte poderá ser revertida para a restauração dos valores culturais, tem também concorrido para uma tomada de consciência em prol da

preservação das manifestações folclóricas, das diversas formas de artesanato, dos monumentos históricos, além de outros programas.

2. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NA ECONOMIA

O impacto sobre as atividades econômicas, os efeitos revitalizantes do turismo, sobre os sistemas econômicos de todos os países, sobretudo de alguns países em desenvolvimento, representa a maior contribuição do turismo, constitui a sua faceta de maior poder de impacto. A União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo (UIOOT), atual Organização Mundial de Turismo (OMT), registrou na década de 70, que 56 bilhões de dólares foram despendidos em turismo em todo o mundo.

O Professor Olímpio Bonald, de uma forma abrangente, menciona as “Funções do Turismo no Desenvolvimento Nacional”, citando os reflexos do fenômeno turístico nos campos sociológico, cultural e econômico, com predominância em relação ao último.

As funções são as seguintes:

- *criação de novas atividades econômicas;*
- *ingressos de divisas;*
- *maiores ingressos fiscais;*
- *redistribuição de riqueza interna;*
- *desenvolvimento de regiões marginalizadas;*
- *descentralização das atividades;*
- *criação de novos pólos de desenvolvimento;*
- *desenvolvimento de indústrias complementares;*
- *geração de empregos a baixo custo;*
- *melhoria da imagem Nacional;*
- *integração cultural;*
- *melhoria social e do setor de educação;*
- *aumento de atividades de lazer nos centros urbanos;*
- *proteção do meio ambiente;*
- *valorização do patrimônio histórico-cultural;*
- *melhoria da qualidade de vida da população dos núcleos receptores;*
- *outros benefícios indiretos.*

O Professor Salah-Eldin enumera várias vantagens que, inclusive, justificam a expansão que o turismo experimenta, em escala mundial. São elas:

- o turismo propicia um fluxo de divisas por meio da venda de serviços e bens relacionados à indústria do turismo;
- este fluxo de divisas circula rápida e diretamente na economia do país, dando condição a um fluxo cumulativo e circulatório através de todas as fases dos componentes do atacado, varejo, do setor de transporte, de elementos diversos do setor turístico, etc.;
- o turismo é um mercado em expansão dado o crescente desenvolvimento do orçamento das famílias, principalmente nos países altamente industrializados;
- a indústria do turismo exige um investimento reduzido em comparação ao fluxo de capital produzido;
- fornece um mercado de “exportação” em qualquer lugar que o consumidor vá a procura do “produto”;
- o produto vendido é na sua maior parte composto de serviços e bens incorpóreos (bom clima, beleza natural, sítios históricos, etc.), cujo potencial é limitado, sendo condicionado somente pelos esforços de promoção e vendas;
- o turismo é um instrumento governamental eficiente e exequível para a criação de uma integração nos níveis nacional e internacional, no desenvolvimento de outras indústrias e na criação de uma boa vontade e uma melhor compreensão com os países vizinhos e com o mundo em geral.

Os efeitos turismo sobre a economia nacional, ou seja, no contexto macro, são de natureza direta e de natureza indireta.

2.1 OS EFEITOS DIRETOS:

2.1.1 Efeito na balança de pagamentos

Por meio da balança de pagamentos de um país, podemos avaliar a importância do turismo internacional para o mesmo. Na referida balança de pagamentos é representada uma dupla entrada sistemática em que figuram todas as transações entre o país considerado em relação a todos os demais países.

O turismo faz parte do item que recebe a denominação de “visíveis”, e está inserido ao lado de outras exportações denominadas “invisíveis”, como, por exemplo a carga dos navios, a aviação, seguros, transação bancária, etc.

As despesas resultantes de tais fontes, são denominadas “importações invisíveis” e as receitas recebem o título de “exportações invisíveis”

Em relação à balança de pagamentos, a balança de turismo pode causar um impacto profundo, com efeito benéfico ao maléfico, de acordo com a própria posição da balança de pagamentos. Grande parte dos países em desenvolvimento, está empenhada em melhorar o seu desempenho na indústria do turismo, de forma a expandir as receitas de turismo, compensando desta forma o *déficit* rotineiro de sua balança de pagamentos.

2.1.2 Efeito no nível de emprego

As ações normalmente desencadeadas pelas atividades de turismo em um país, criam maior oportunidade de emprego que qualquer outro setor do sistema econômico nacional. Tais atividades, que são inúmeras, englobam hotéis, motéis, colônias de férias, pensões, etc.; compreendem ainda restaurantes, bares, cafés etc.; também agências de viagens, agentes e operadores de turismo, etc.; companhias aéreas e marítimas; empresas de ônibus, de estradas de ferro, etc.; guias, comércio de *souvenirs* e artesanatos, setor de diversões, etc.

Para termos uma idéia, em 1.969, nos Estados Unidos, a indústria de viagens manteve o 3º lugar dentre as maiores indústrias do país empregando direta e indiretamente, aproximadamente 12 milhões de pessoas.

Apesar de existir uma polêmica a respeito do assunto, estudos procedidos no México e Quênia indicam que a quantidade relativa de empregos

criados por cada unidade de capital investido, foi mais elevada no turismo do que na maioria das outras atividades do setor privado.

2.1.3 Efeito na redistribuição da renda

Mesmo as regiões remotas e subdesenvolvidas, mas que possuam algum atrativo turístico, poderão ser beneficiadas por um surto de desenvolvimento acionado pelo turismo.

Muitas vezes uma região não se industrializa, face à carência de matérias-primas para a indústria e permanece subdesenvolvida e marginalizada, mesmo apresentando condições favoráveis para o desenvolvimento do turismo. Para tal região, a solução é o desenvolvimento das atividades turísticas que dependem de elementos disponíveis e em abundância na referida região, tais como belezas naturais, bom clima, folclore, artesanato, etc. Mas dependem também de mentalidade turística, iniciativa privada e apoio governamental.

O processo de industrialização, geralmente resulta em um a concentração de riqueza. O turismo, por sua vez, contrariamente promove uma redistribuição de renda, porque acelera o crescimento do nível de renda nos diversos centros turísticos disseminados por todo o país, trazendo benefícios para os setores menos especializados do sistema econômico e criando, nos respectivos locais, novas oportunidades de emprego.

2.2 OS EFEITOS INDIRETOS

2.2.1 Efeito multiplicador

Existe quase unanimidade entre pesquisadores, especialistas em turismo e economistas, quanto ao efeito multiplicador que as despesas de turismo refletem sobre a economia do país receptor ou mesmo em relação a uma

região do referido país. Segundo tal concepção, o efeito sobre a renda de uma determinada importância em dinheiro recebida e que tenha circulado na economia, é maior do que o valor da soma original. Tal fenômeno decorre do fato de que cada unidade monetária recebida, gera várias transações, cujo número depende do estado da economia.

2.2.2 Efeito no mercado para certos produtos

O turismo também atua como um fator de expansão para o mercado de certos produtos, porque além de gerar o consumo de produtos agrícolas, de bebidas, etc., os turistas compram muito, como algumas pesquisas já demonstraram. Principalmente produtos de artesanato em suas mais variadas formas, e até artigos não tão típicos, são adquiridos.

2.2.3 Efeito no setor público

A exemplo das demais atividades econômicas, o turismo, através dos impostos diretos e indiretos, gera renda para o governo.

O turismo tem uma particularidade segundo a qual, embora desenvolvido por complexo formado por estabelecimentos e firmas que fornecem grande variedade de serviços e que já pagam os seus impostos, ao turismo são acrescentados impostos, dando origem a uma renda apreciável para os governos locais e centrais.

3. FUTURO ECONÔMICO DO TURISMO

A rapidez do avanço tecnológico, a evolução dos transportes e o progresso das comunicações, possibilitaram a redução das distâncias de maneira notável, permitindo que mais pessoas se deslocassem para qualquer parte do

mundo em questões de horas. Considerando-se ainda a maior disponibilidade de tempo livre para o lazer, vemos que é cada vez maior o número de pessoas que viajam.

Essa indústria, tem se beneficiado dos avanços tecnológicos e, atrai, anualmente, milhões de visitantes de todo o mundo. Como se pode ver, com um adequado programa de gerenciamento, pode-se obter um incremento dinâmico da atividade que, por si só é geradora de divisas e empregos

4. CENÁRIO E PERSPECTIVAS NO ANO 2.000

Segundo dados da EMBRATUR, a receita do turismo internacional representa mais de 7% do comércio mundial e serviços, o que faz com que o turismo ocupe lugar entre os três segmentos mais importantes do comércio mundial, juntamente com o petróleo e a indústria automobilística. Entre 1980 e 1.989, o turismo internacional cresceu 42,3%, ou seja, a uma taxa de 4% ao ano. Segundo estimativas, em 1.995 haverá cerca de 515 milhões de turistas internacionais e no ano 2.000 cerca de 637 milhões.

Mais significativa ainda são os números que demonstram o desempenho do chamado *turismo interno* - as viagens dos cidadãos dentro dos seus próprios países. O Turista doméstico gasta três vezes mais que o estrangeiro, e gera uma média, 2,7 vezes mais pernoites.

A realidade social do Turismo também é eloqüente. Hoje, 101 milhões de pessoas trabalham no setor - um em cada dezesseis trabalhadores em todo mundo.

5. TRABALHADORES NO MUNDO

Outra característica exclusiva do turismo, seu efeito multiplicador, provoca repercussões em inúmeros segmentos da economia e garante milhões de empregos.

A UNESCO, ao estudar a questão das viagens, aponta em cerca de 70%, o potencial das opções de viagens como resultantes da indicação favorável de pessoas que já estiveram no local.

Ora, o que nos resta como futuro?

Temos grandes reservas minerais, temos grandes áreas de terra com possibilidade de cultivo, etc. Mas temos também, uma cultura diferenciada e curiosa - folclore, religiosidade, entre outros, uma natureza esplendorosa, e um futuro turístico.

6. A GRANDEZA DA ECONOMIA TURÍSTICA

O Conselho Mundial de Turismo e Viagens (WTTC), em seu relatório de 1.995, apresenta os seguintes dados que traduzem a magnitude econômica da atividade turística (mercado de viagens e turismo):

- O turismo responde por 10,2% do PNB mundial;
- é a maior indústria do mundo, com uma produção bruta equivalente à US\$ 3,4 trilhões;
- responde por 6,9%, 10,7%, 10,9% do total dos gastos governamentais, dos investimentos de capital e das despesas de consumo, respectivamente;
- propicia a geração de receitas governamentais, em termos de impostos no montante de US\$ 650 bilhões; e
- emprega 212 milhões de pessoas, em todo o mundo, isto é, um em cada nove trabalhadores. Esta atividade corresponde a uma indústria, com

múltiplos componentes como: Empresas de aviação, lojas de *souvenirs*, restaurantes, hotéis, cartões de crédito e outras casas de negócios, guias de turismo, vendedores, *staff* de hotelaria e outros.

O turismo internacional apresenta-se em crescimento, com uma taxa de expansão da ordem de 3,8% ao ano, em 1.995, alcançando um contingente de 567 milhões de turistas. No ano de 1.994, o crescimento observado, com relação ao ano anterior, foi de 5,4%. Em termos de receitas, o turismo internacional, em 1.995, experimentou um acréscimo de 7,2% representando o equivalente a 372 bilhões de dólares.

Por outro lado como fator acelerador do processo de crescimento do turismo, está a formação dos blocos econômicos, os quais vêm provocando expressivo incremento no turismo intraregional; em razão da supressão de barreiras geográficas e alfandegárias, o que vem permitindo a livre circulação de turistas.

Nos últimos dez anos, o número de empregos gerados pela atividade cresceu acerca de 110% e, a estimativa é de que, até a próxima década, o setor empregue 338 milhões de pessoas, ou 11,8% do total mundial. O turismo como atividade econômica é o maior empregador mundial.

Acredita-se que o faturamento e o número de pessoas que trabalham no setor dobrem nos próximos dez anos. Em 1.998, o número anual de viajantes de avião será acrescido de mais 100 milhões de pessoas. Aproximadamente 8% da população mundial viajará para além de suas fronteiras natais.

No Brasil, o turismo emprega um em cada onze trabalhadores, sendo responsável por quase seis milhões de empregos diretos e indiretos e pela geração de cem mil novos empregos ao ano.

Em termos de regiões e países mais visitados, observa-se que a área que se apresentou com mais rápido crescimento em 1.995, foi o Oriente Médio, seguindo-se a Ásia Meridional, Ásia Oriental e o Pacífico. O Oriente Médio apresentou crescimento de 12% em termos de chegadas e 9% em termos de

receitas. A Europa continua sendo a região mais visitada do mundo, recebendo quase 2/3 dos turistas internacionais. A França é o destino mais visitado em todo o mundo, seguindo-se Espanha e Estados Unidos.

A OMT (1.995) estima que as receitas provenientes do turismo representaram mais de 8% das receitas mundiais de mercadorias e 1/3 do comércio mundial de serviços.

Dado que existe uma preferência por determinados lugares/países, a pauta dos movimentos do turismo internacional, revela haver uma alta concentração geográfica das chegadas turísticas. Os dez principais destinos concentram 54% do volume mundial dos movimentos turísticos. As demais, nos últimos 5 anos (1.991 a 1.995), vem se observando uma diversificação natural do mercado turístico, com o aparecimento de novos destinos, especialmente na região da Ásia Oriental e do Pacífico, como Hong-Kong e Singapura. O mesmo fenômeno se observa na Europa Central e Oriental, onde, destinos como Hungria, Polônia, República Tcheca, passaram a ocupar postos principais na classificação mundial.

Analisando-se os vinte primeiros países do mundo em termos de receitas por turismo, em 1.995, observa-se que concentram 72% do total mundial de receitas, sendo que os dez primeiros países absorvem 55% do total mundial. O 1º posto, quanto à receita do turismo corresponde aos Estados Unidos, seguindo-se a França Itália.

Quanto à parcela de mercado, a Europa conserva seu predomínio geral como destino turístico, conquanto haja experimentado uma queda significativa de 9,6% em sua quota de chegada, desde 1.975. As Américas seguem, no segundo posto em termos de participação, com 19,4% do mercado em 1.995. A Ásia Oriental e o Pacífico são as regiões que têm registrado aumentos mais importantes.

A atividade turística vem crescendo, a cada ano, a uma taxa média de 7,2% e as receitas em termos de 12,3%. As receitas do turismo internacional

creceram mais rapidamente que o próprio comércio mundial, na década de 80 e, atualmente, representam uma proporção maior no valor das exportações mundiais que todos os setores, com exceção do petróleo e produtos derivados e veículos de motor e acessórios.

A evolução do turismo nas Américas registrou um impressionante crescimento, em termos de chegadas de turistas, em 1.995, quando alcançou 112 milhões de pessoas

Observa-se que enquanto o México recebeu 20 milhões de turistas, o Brasil apenas 1,0 milhão, situando-se aquém da República Dominicana, Porto Rico e Chile. A Argentina recebeu 4,2 milhões de turistas, ou seja o dobro recebido pelo Brasil. O Uruguai, como território inferior ao estado da Bahia e, sem as riquezas naturais e culturais do Brasil, recebeu mais turistas que este país.

Com relação ao crescimento, observa-se que as maiores expansões se deram em Cuba, México e Peru. O Brasil teve crescimento da ordem de 5,1% em relação a 1.994. Quanto às receitas, observa-se uma estreita correlação com os valores acima analisados.

Os mercados e destinos nas Américas compreendem como prioridade:- Estados Unidos e Canadá; México e Caribe; e, outras ilhas do Caribe América Latina.

A Organização Mundial de Turismo prevê que as chegadas turísticas internacionais aumentarão 661 milhões no ano 2.000.

As bases do crescimento do turismo estão assentadas na evolução econômica mundial, na situação política e de segurança nas viagens.

Nos próximos anos, os seguintes fatores influenciarão, decisivamente, nas tendências do turismo mundial:

- Mudanças sócio-demográfica das populações;
- sistema de comunicação e a informação eletrônica;
- consumidores mais informados e exigentes;

- a liberação do mercado;
- as limitações de pessoal, infra-estrutura, capital; e
- a pressão turística e dos residentes, para o desenvolvimento turístico responsável.

Com relação às Américas, terão como fatores restritivos as revoluções políticas e sociais em alguns países e a **criminalidade contra o turismo ou atividades turísticas**, conquanto não se esteja fazendo previsão de aumento em tais problemas, segundo a OMT - (1.995).

Portanto, em face desses desenvolvimento aqui apresentados, conclui-se que pela alta importância econômica do turismo em termos de empregos e receitas. Observa-se, todavia a inexpressividade do Brasil em termos de turismo mundial.

CAPITULO VII

POLÍTICAS DE SEGURANÇA PÚBLICA AO TURISMO:

1. POLÍTICA TURÍSTICA

O Órgão encarregado de coordenar a política turística a nível estadual, em Goiás, é a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo de Goiás (SICTUR).

A nível municipal existem as secretarias, departamentos e seções de turismo, que são os órgãos responsáveis por organizar e coordenar os atrativos turísticos de cada local.

Mais de 2 milhões de turistas visitam Goiás e geram uma receita em torno de 200 milhões de dólares, o que deixa o Estado figurar como um dos mais importantes no *ranking* nacional em arrecadação e número de turistas.

O projeto “Goiás é bom demais” que foi desenvolvido através de convênios com a iniciativa privada criado em 1.988 pela extinta GOIÁSTUR, e teve como objetivo mostrar as potencialidades turísticas e culturais do Estado, divulgando-as como elemento *chamativo* ao investimento no território goiano. O projeto foi levado às principais capitais brasileiras e também algumas cidades do interior de Goiás e de outros Estados, sendo que consistia numa apresentação de *slides* dos principais pontos turísticos goianos que incluem atrações com apelo para o turismo lazer, turismo ecológico, turismo cultural e, ainda para o turismo saúde.

O enfoque central desta campanha foi mostrar as potencialidades do turismo de lugares como o Rio Araguaia e sua natureza, que é rica em flora e fauna; Caldas Novas e suas águas termais; as cidades de Goiás e Pirenópolis, com seus casarões, museus e igrejas, que contam a história do Estado; a beleza exótica das rochas esculpidas pela natureza em Paraúna e as dezenas de cavernas de São Domingos.

Na área de ensino a ETFGO, SENAC, SEBRAE e Universidade Católica de Goiás (UCG), têm ministrado cursos de informações turísticas, para diversas turmas. Eventualmente, tem ministrado outros cursos ligados ao setor turístico, como os cursos: recepcionistas de eventos, recepcionistas de hotéis e para motoristas de táxis. Há também o curso para formação de guias, cadastrado pela EMBRATUR, com 400 horas/aulas, destinado a formar guias na categoria de guia local, guia nacional e guia especializado, este último destinado a atender estrangeiros, devendo falar, no mínimo, mais um idioma além do pátrio.

Voltando-se para as atividades da Polícia Militar em apoio ao turismo, já existiu um Curso de Orientação para policial militar, que era ministrado pela GOIÁSTUR no ano de 1.988. Este curso previa em seu currículo informações sobre turismo, história e relações humanas e tinha a duração de 50 horas/aulas, distribuídas em 16 dias úteis com 3 horas diárias de

atividades, o que pode ser revitalizado ou firmado novos convênios com o SEBRAE, ETFGO ou SENAC.

Ainda, em apoio ao turismo a Secretaria de Meio Ambiente (SEMA) atua na preservação da natureza (fauna e flora), a qual conta com o apoio de policiais militares para cumprimento de sua missão, o que é realizado através do Batalhão Florestal.

O turismo constitui uma das atividades promissoras do Estado, podendo ser dividido em áreas como o complexo de águas termais, cidades históricas - com suas festas tradicionais, seu folclore e os Rios Araguaia e Tocantins, que oferecem praias fluviais, além de uma fauna abundante e variada.

Segundo o ex-governador do Estado, Dr. Henrique Santillo, em entrevista a TV Anhanguera em 1.988, afirmou: *"Investir no turista é investir num desenvolvimento moderno"*. Esta afirmação mostra o interesse do governo pelo incremento do turismo no Estado.

2. POLÍTICA DE SEGURANÇA

A compreensão num campo mais teórico da violência pode embasar a proposta de Política de Segurança Pública, principalmente válida para o Brasil e Goiás, em apoio a Política Nacional de Turismo, 1.996 - 1.999 e a SICTUR.

Considerações de experiências bem sucedidas no controle da criminalidade, possibilitarão conhecimentos úteis para uma melhor implementação da política pública, na área de segurança urbana, por parte das Polícias Militar e Civil, e Estado, na garantia da integridade do cidadão e do patrimônio público privado.

Admite-se que a solução, *a priori*, da segurança no Brasil e em Goiás teria que ser generalizada e, nesta amplitude, o turismo seria beneficiado. Não só a integridade do turista, mas a recuperação da imagem, que é determinante na decisão do turista. Todavia, vai-se colocar a questão numa

amplitude maior, mesmo porque a violência em si, requer como problema, que se desenhem e implementem, soluções, a partir do contexto instaurado.

Os pesquisadores analisam as causas e os efeitos de um dos problemas que mais preocupam os brasileiros na atualidade e, apresenta as contribuições dos cientistas sociais, quanto a explicação e propagação da violência. Assim percebendo, acredita-se que estariam estabelecidos alguns conhecimentos úteis na elaboração, das Políticas de Segurança Pública ao Turismo.

3. AS RELAÇÕES CRIMINOSAS E O PODER

Há uma coincidência entre os lugares onde os pobres vivem e a morte, por causas da violência,

A criminalidade violenta, como o homicídio, tem como alvo principal aqueles em posições sociais similares.

Essa violência endêmica - num contexto de desigualdades econômicas e sociais brutais - longe está de ser um fenômeno novo. Conforme Paulo Sérgio Pinheiro (1.996), professor de ciência política e coordenador do Núcleo de Estudos da Violência - USP, e relator especial das Nações Unidas. A situação agravou-se nas duas últimas décadas parte, em consequência das políticas econômicas que aprofundaram a concentração da renda e condenaram milhões à pobreza e a exclusão social. É também, o resultado direto de longa tradição de práticas autoritárias das elites contra as *não-elites* - práticas rotineiramente reproduzidas nas relações sociais entre os próprios excluídos. Segundo Pinheiro (1.996):

“A população vive em moradias precárias, com insegurança no acesso ao trabalho, à renda e aos serviços básicos. Além disso, o Estado, em particular, as agências encarregadas da ordem e da pacificação, estão ausentes nessas pré-cidades, os excluídos abandonados socialmente à sua sorte”.

Sempre que o monopólio da violência física, legítima do Estado, se afrouxa, a sobrevivência do indivíduo torna-se dependente da sua capacidade de manter sua reputação por meio de uma “ameaça incrível de violência”. Em tal ambiente, “uma afronta aparentemente corriqueira não é somente um *stimulus* para uma ação isolada no tempo e no espaço. Deve ser interpretada dentro de um largo contexto de reputações, *status* social relativo a relacionamentos duradouros.

Em outras palavras, um recado direto para a polícia: Quando as restrições sociais são relaxadas, e a violência é considerada um meio usual de resolução de conflitos, recorrer a atos violentos para resolver disputas, na verdade, pode ser encorajado: Mas, deve ser considerado que a violência, muitas vezes, é a reação de pessoas normais submetidas a pressões opressivas - seja a pobreza, a humilhação do desemprego, a pressão do crime organizado ou o poder arbitrário da polícia.

A violência é a característica marcante das relações sociais em países de grande desigualdade social. Desse modo, a violência constitui um elemento de exclusão social.

4. POLÍTICA GOVERNAMENTAL

Podemos identificar alguns aspectos da referida política governamental assim delineados:

“para cumprir com os objetivos do governo, uma das atribuições é a divulgação dos atrativos existentes, para colocá-los à disposição dos usuários. Daí a necessidade de investimentos em ações promocionais, realizadas nos mercados nacional e internacional, de forma a atrair visitantes. O governo de Goiás assumiu essa responsabilidade. Os esforços desenvolvidos nos últimos anos tem apresentado resultados muito positivos, devido à estratégia de marketing adotada. O fluxo de turistas cresceu acentuadamente, garantindo a expansão das atividades. A iniciativa privada compreende o

esforço governamental, apoia a política estabelecida e investe maciçamente em equipamentos turísticos, fato que confirma a ação indutora do poder público”.

Uma prova evidente do acerto, do êxito da política adotada pelo Governo do Estado, em prol do desenvolvimento do turismo, é o significativo aumento da demanda hoteleira.

A divulgação turística foi modernizada, sistematizada e ampliada, inclusive por meio do emprego dos vários veículos de comunicação disponíveis tais como calendários de eventos, folhetos promocionais e informativos, cartazes, brindes, faixas, fotografias, anúncios e publicações diversas. A palavra de ordem é divulgar a imagem turística de Goiás, inclusive com a criação na ETFGO, no SENAC e na UCG de cursos relativos ao Turismo e o anuário montado pelo SEBRAE.

Eventos esportivos, religiosos e populares, passaram a receber mais apoio e promoção, com a participação da SICTUR voltada para a valorização das manifestações religiosas, folclóricas e esportivas, de cunho local. Somente para citar alguns exemplos, mencionamos: O “Carna-Goiânia”, a Pecuária, as cavalcadas, procissão do fogaréu, festa do Divino Espírito Santo e várias outras.

A título de apoio operacional ao turismo, vamos identificar a ação governamental atuando nas áreas de pesquisa, informações turísticas, controle de qualidade do produto turístico e desenvolvimento de recursos humanos.

O produto turístico de Goiás está se tornando cada vez mais conhecido nos principais mercados emissores Estaduais e em decorrência de um grande esforço promocional, caracterizado, inclusive, pela participação em eventos nacionais e internacionais.

Deve haver uma acentuada interação entre os diversos órgãos governamentais, (Polícia Militar, SICTUR, SEBRAE, SENAC, etc.), marcada por um processo de inter-relacionamento, de interação e de coesão, a fim de que

garantias individuais, prevenindo e reprimindo a criminalidade, garantindo o cumprimento da lei e é o exercício dos poderes constituídos”.

É inegável e evidente a abrangência da definição e, por conseguinte, a própria amplitude da Segurança Pública como Função Governamental.

Por uma questão lógica, forçoso é reconhecer que as atividades turísticas necessitam e merecem ficar sob o manto protetor da segurança pública. De forma mais específica e à luz da definição que acabamos de enfocar, é imprescindível para o desenvolvimento do turismo e é missão legal da Polícia Militar, que a sociedade esteja protegida, que a paz pública esteja assegurada, que a ordem e a tranquilidade sejam mantidas. É também básico, que as pessoas e os patrimônios dos turistas sejam preservados e que os mesmos tenham assegurados os seus direitos e garantias individuais.

A política do Governo do Estado de Goiás, dando prioridade ao desenvolvimento do turismo, está esboçada como já nos foi dado observar, em impressos e na mídia em geral. O turismo é hoje uma das principais atividades econômicas do mundo. O Brasil começa a aumentar a sua receita nesse setor e, em Goiás, o mercado turístico vem evoluindo consideravelmente. O destaque dado ao turismo, como atividade econômica, coloca-o como meta prioritária do Governo conforme atestam as ações empreendidas pela SICTUR, para ampliação e aprimoramento da infra-estrutura receptiva e para a promoção e divulgação do produto turístico goiano.

A questão não reside pura e simplesmente na importância econômica das atividades de turismo, para o Estado de Goiás, ao ponto de se constituir hoje, como já vimos numa grande fonte de renda e emprego, depois da agro-indústria de temperos e condimentos. O que leva o Governo do Estado a posicioná-lo como meta prioritária, é justamente o seu papel no contexto sócio-econômico estadual, ao gerar arrecadação de impostos, ao ampliar a oferta de

empregos diretos e indiretos, ao dinamizar setores do sistema econômico e ao criar novas opções e novas atividades econômicas. É também papel do turismo ser agente dinamizador e incentivado das atividades culturais ligadas ao folclore, ao artesanato, à criação e ao aperfeiçoamento de museus e à restauração e preservação de monumentos e de sítios históricos.

Em síntese, é o aproveitamento inteligente e bem concatenado da magnífica vocação turística de Goiás, tão bem exaltada pela famosa escritora Cora Coralina e o artista plástico Siron Franco e Antônio Poteiro.

A Polícia Militar de Goiás não poderia ficar alheia a tão significativa iniciativa, não só por sua tradição de bem servir ao povo goiano, como também e principalmente, por se tratar de um órgão integrante da estrutura governamental estadual. Portanto, cumprindo as diretrizes do Governo do Estado e mantendo a sua fidelidade ao interesse público, passa a desenvolver uma Política de Apoio ao Turismo, na esfera de suas atribuições.

As diretrizes traçadas pela política governamental voltada para o desenvolvimento do turismo, devem ser cumpridas da melhor forma possível e com toda a ênfase. Para tal, é imprescindível que haja uma pronunciada integração entre os diversos órgãos governamentais, caracterizada por um acentuado inter-relacionamento, por um elevado grau de interação e por uma forte dosagem de coesão. Fiel portanto a tais princípios, a Corporação tem desenvolvido sobretudo uma ação integrada juntamente com diversas prefeituras municipais, principalmente com as dos municípios de : Goiânia, Anápolis, Caldas Novas, Itumbiara, Goiás e outras.

CAPÍTULO VIII

PESQUISA DE OPINIÃO DO PÚBLICO INTERNO

A realização desta pesquisa foi feita a nível de público interno, pois necessitávamos saber qual era o pensamento dos policiais militares a respeito do turista; quais disciplinas seriam importantes para um estágio em um curso referente ao turismo, quais sugestões teriam a acrescentar em nosso trabalho e, principalmente, se têm interesse em trabalhar e/ou participar de curso ou estágio referente ao tema.

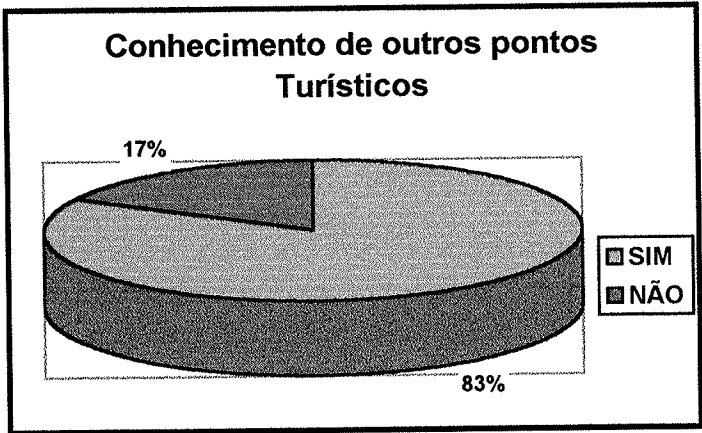
Fizemos o presente questionário e enviamos às seguintes Unidades e Sub Unidades da PMGO, a saber: APM, BPMRv, 1ª CIPM, 3ª CIPM, 12º BPM, 6º BPM, 11º BPM, 4ª CIPM, 5ª CIPM, 10ª CIPM, 2º BPM, 3º BPM, 4º BPM, 5º BPM, 10º BPM, 14º BPM e 7ª CIPM. Onde obtivemos 83,33% das respostas de um total de 300 questionários.

Fazendo uma breve análise dos dados colhidos junto a essas Unidades pudemos constatar os seguintes posicionamentos em relação às questões:

QUESTÃO N.º 01

- O(a) Sr(a) conhece outro ponto turístico do Estado além desse onde trabalha?

GRÁFICO N.º 01



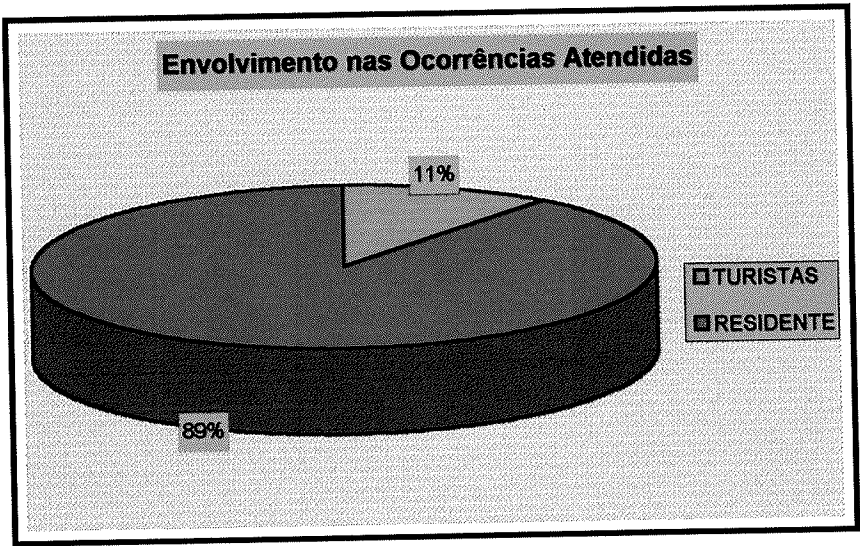
FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

No universo acima citado das respostas obtidas, verificamos que 83% dos entrevistados conhecem outros pontos turísticos de Goiás, ou seja 207 (duzentos e sete) PM, enquanto que apenas 17% não conhecem, ou seja 43 (quarenta e três PM, o que facilita esse trabalho ou a realização de uma preparação específica nessa área de policiamento turístico, pois a grande maioria conhece outros pontos turísticos além do que trabalha.

QUESTÃO N.º 02

- O maior número de ocorrências que V. S^a. atendeu em seu local de trabalho envolveu:

GRÁFICO N.º. 02

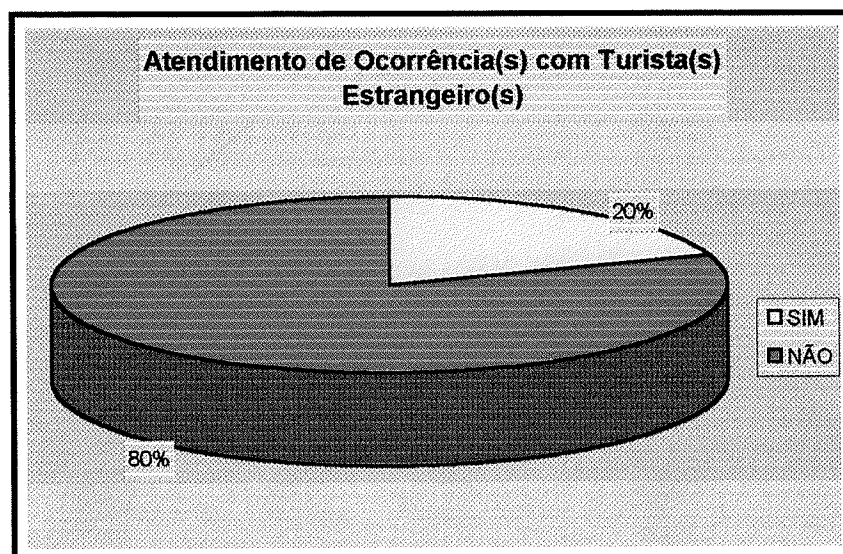


FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Nesse questionamento verificamos que apesar do grande número de turistas em determinados pontos turísticos, os policiais militares atendem mais ocorrências envolvendo pessoas da própria localidade e, de forma indireta, quer dizer que o turista não traz problemas ao policiamento, principalmente se levarmos em conta os dados colhidos pois 89% dos entrevistados responderam que atenderam mais ocorrências com as pessoas residentes nas localidades, ou seja, 222 (duzentos e vinte e dois) policiais militares, enquanto que apenas 11% responderam que atenderam mais ocorrências com os turistas, ou seja apenas 28 (vinte e oito) policiais.

QUESTÃO N.º 03

- O(a) Sr(a) já atendeu ocorrência com envolvimento de turista estrangeiro?

GRÁFICO N.º. 03

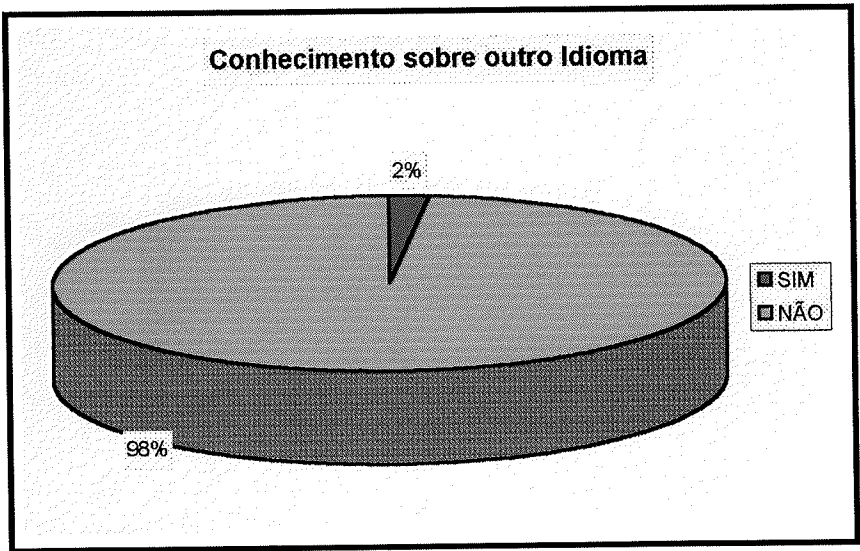
FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Verificamos que somente um quinto das ocorrências atendidas pelos policiais militares envolve algum turista estrangeiro, sem nos referirmos a qual idioma especificamente, o que já justifica um aprendizado de um idioma, pelo menos, pois conforme a pesquisa, 80% dos policiais militares informaram que nunca atenderam ocorrências envolvendo turistas estrangeiros, ou seja um total de 201 (duzentos e um) entrevistados, enquanto que 20% disseram que já atenderam ocorrências envolvendo turistas estrangeiros, perfazendo um total de 49 (quarenta e nove)do entrevistados.

QUESTÃO N.º 04

- O(a) Sr(a) sabe falar outro idioma que permita prestar informações a um turista estrangeiro? Qual?

GRÁFICO N.º 04

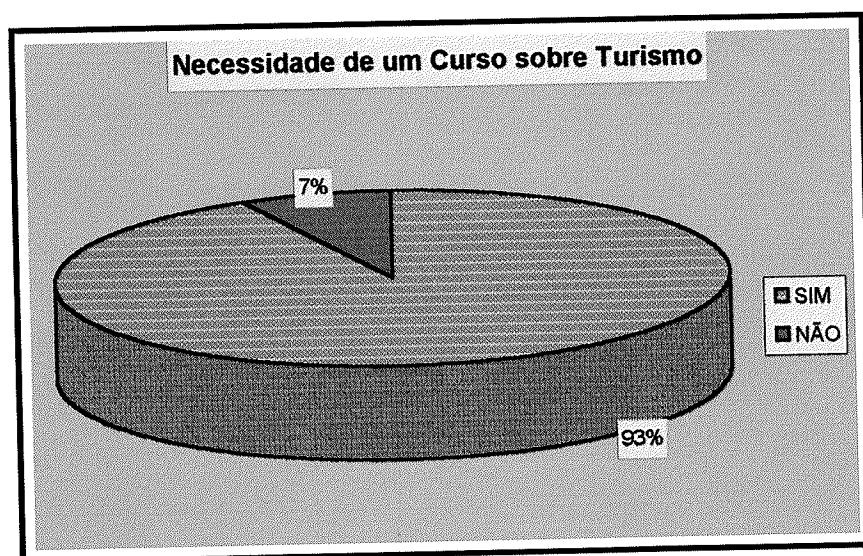


FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Para comprovar ainda mais a questão anterior e para dizer da necessidade de se aprender um outro idioma, principalmente para esses policiais militares, que trabalham em pontos turísticos, verificamos que somente 2% deles sabem falar os idiomas Inglês e Italiano, ou seja um total de 05 (cinco) PM, ou porque tenham se interessado ou por serem filhos de imigrantes, no caso o Italiano; enquanto que 98% dos mesmos não sabem, perfazendo um total de 245 (duzentos e quarenta e cinco) PM.

QUESTÃO N.º 05

- O Sr. acha necessário criar um curso de especialização em turismo na PMGO?

GRÁFICO N.º 05

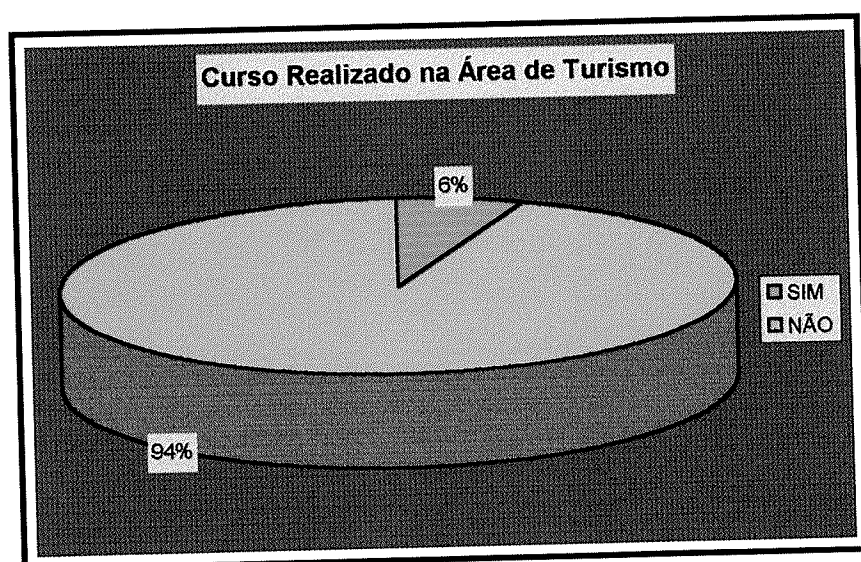
FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

De acordo com as opiniões dos policiais militares pesquisados, a realização de um estágio ou curso não só é necessária como é da vontade dos mesmos em sua criação ou implantação, tendo em vista que pelas opiniões dos mesmos 93% estão de acordo com a criação e/ou implantação de um Curso de Especialização em Turismo, perfazendo um total de 232 (duzentos e trinta e dois) PM, enquanto que somente 7% não concordam, ou seja, apenas 18 (dezoito) PM, porém no entender da equipe é mais do que necessário essa especialização.

QUESTÃO N.º 06

- O(a) Sr(a) já fez algum curso na área de turismo? Onde?

GRÁFICO N.º 06



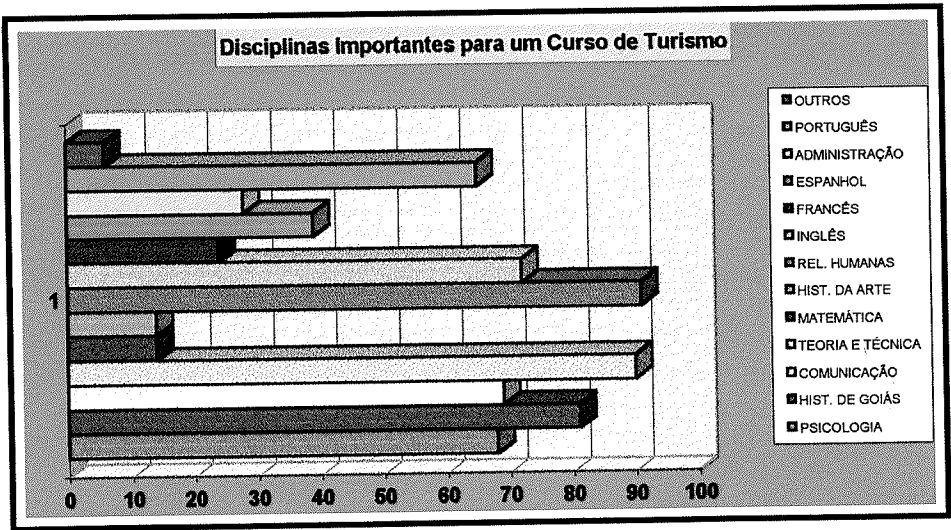
FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Sentimos que a grande maioria dos policiais militares envolvidos neste setor não tem qualquer preparação para lidar com este tipo de público que, em sua maioria, é observador e exigente, pois somente 6%, um total de 15 (quinze) PM, fizeram curso e citaram os mesmos, ou seja, “Guia turístico” e “Noções Básicas”, que foram realizados no SENAC e atuações de um convênio entre a PMGO e a antiga GOIASTUR, em 1.988; enquanto que 94% dos mesmos não possuem qualquer conhecimento nesta área, o que perfaz um total de 235 (duzentos e trinta e cinco) PM, demonstrando claramente a necessidade do mesmo.

QUESTÃO N.º 07

- Quais as disciplinas (matérias) o(a) Sr(a) acha que são importantes aprender em um curso desta natureza?

GRÁFICO N.º 07

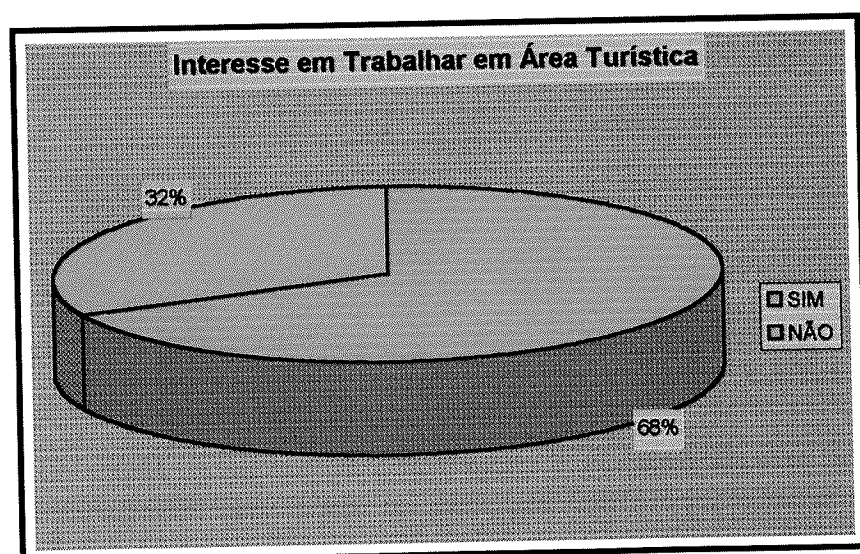


FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Das disciplinas (matérias) citadas no referido questionário, todas foram assinaladas como importantes para serem aprendidas, sendo umas com mais evidências que outras, e ainda acrescentaram outras que são, na visão dos policiais militares, também importantes para essa especialização como: **Direito, Socorros de Urgência, Etiqueta Social e Informática**. Dessas apresentadas na pesquisa, as opiniões se distribuíram da seguinte forma: **Psicologia (10,28%); História de Goiás (12,24%); Comunicação e Oral (10,42%); Teoria e Técnica de Turismo (13,60%); Matemática Financeira e Comercial (2,11%); Relações Humanas (13,91%); Inglês (10,88%); Francês (3,62%); História da Arte (2,11%); Espanhol (5,90%); Administração e Organização (4,22%); Língua Portuguesa (9,81%)** e outras citadas acima em (0,90%). Isso demonstra que o campo é vasto, a considerarmos o que existem nos diversos cursos pelo país e o interesse do PM demonstrado até aqui.

QUESTÃO N.º 08

- O(a) Sr(a) gosta de trabalhar em área considerada turística?

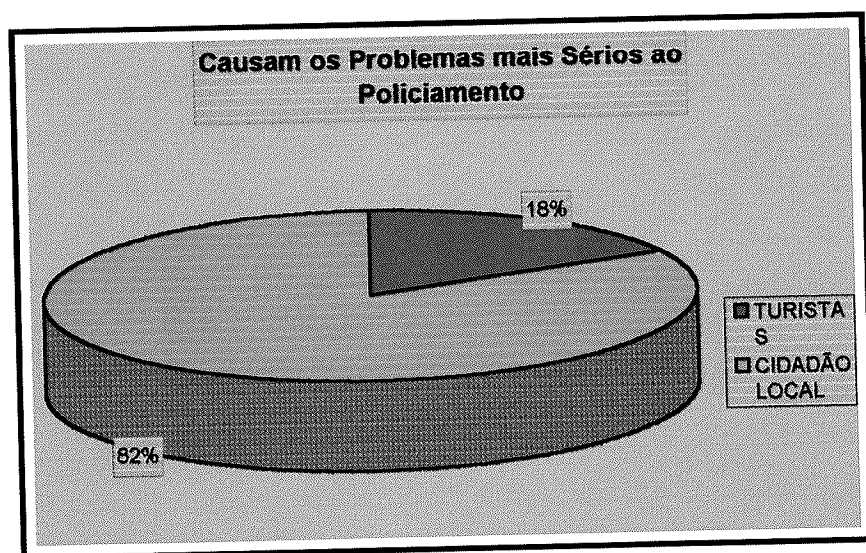
GRÁFICO N.º 08

FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Observamos que os policiais militares além de demonstrarem interesses diversos, ainda gostam de trabalhar nos locais turísticos onde se encontram, o que facilita ainda mais a implantação dessa especialização, uma vez que 68% disseram que gostam de trabalhar em áreas consideradas turísticas ou um total de 171 (cento e setenta e um) PM e somente 32% deles disseram não gostar, o que poderia ser resolvido com certa facilidade através de permuta ou procurando os motivos que o levam a pensar assim e tentar resolvê-los, ou seja perfazendo um total de 79 (setenta e nove) PM.

QUESTÃO N.º 09

- Quem traz problemas mais sérios ao policiamento?

GRÁFICO N.º 09

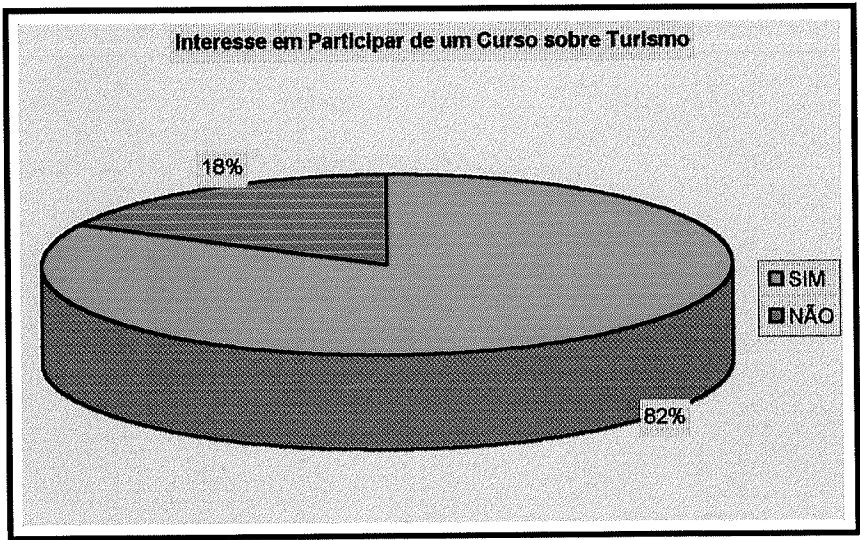
FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Quando perguntados na questão número 2 se o maior número de ocorrências atendidas pelos policiais militares envolvia turistas ou pessoas residentes nas localidades, obtivemos como resposta que a grande maioria se referia à segunda hipótese, sendo que agora queríamos saber sobre a natureza e gravidade das mesmas ocorrências novamente tivemos a confirmação de que as pessoas das localidades turísticas são muito mais problemáticas e que as ocorrências em que envolvem turistas são mais brandas, onde 82% disseram que o cidadão local é que provoca os problemas mais sérios, ou seja 206 (duzentos e seis) PM e apenas 18% disseram que são os turistas, num total de 44 (quarenta e quatro) PM.

QUESTÃO N.º 10

- O Sr(a) tem interesse em participar de um curso dessa natureza e, consequentemente, ampliar os seus conhecimentos, melhorando com isso o atendimento ao turista e elevando o bom nome da Corporação?

GRÁFICO N.º 10



FONTE: Pesquisa de Campo - CTE/97

Uma vez sanadas algumas dúvidas, conforme questionamentos anteriores, perguntamos aos pesquisados se eles tinham interesse em participar de um curso, que na realidade pode ser um estágio, uma especialização, um aperfeiçoamento, enfim qualquer ensinamento que viesse melhorar e ajudar na vida prática o trabalho do policial militar e, para nossa já esperada conclusão, obtivemos como resposta de que teriam interesse em participar do referido curso 82% e apenas 18% não teriam interesse, o que justifica ainda mais e concretiza o nosso trabalho no aspecto do policiamento em pontos turísticos, ou seja, perfazendo um total de 206 (duzentos e seis) e 44 (quarenta e quatro) policiais militares, respectivamente.

CONCLUSÃO

Através deste Trabalho Técnico Profissional, esperamos ter comprovado a necessidade de implantação de um curso ou convênio entre a Polícia Militar de Goiás com outros Órgãos ou até quem sabe a criação de um Grupamento Turístico voltado para a proteção e assistência ao turista, pois é uma medida administrativa inteiramente sob a alçada do Comando Geral da Corporação.

Em meio às pesquisas, entrevistas, conversas e até dúvidas, que compuseram o cotidiano do nosso grupo, nos últimos 30 (trinta) dias constatamos claramente a verdadeira carência por uma ação policial ostensiva, para proporcionar ao turista que aporta, principalmente na capital e nos principais pontos turísticos de Goiás. Sendo que esta carência foi sentida fundamentalmente, entre guias de turismo, proprietários de empresas e autoridades ligadas ao ramo, como também no seio da própria comunidade

goiana e entre policiais militares de todos os escalões, denotando premência na consecução das propostas aqui apresentadas.

É inegável o fato de que a Polícia Militar é uma Instituição que se relaciona com um público externo de tal amplitude que, em termos geográficos, espraia-se por todos os segmentos do território estadual, além de relacionar-se também com a denominada população flutuante, na qual estão incluídos os turistas. Na verdade, a Polícia Militar marca a sua presença em todos os rincões do território do Estado. Por outro lado, pela própria natureza de suas atividades, os seus componentes estabelecem contatos diretos ou indiretos com praticamente todos os integrantes das comunidades. Como se não bastassem tais fatores, outro elemento vem a reforçar a importância da Polícia Militar, em função, exatamente do fato da mesma prestar um serviço, que é o de Segurança Pública, dotado de crucial e fundamental importância para o interesse público.

Outro ponto fundamental para o trabalho dos policiais militares, reside nos seus contatos diretos, nas suas relações pessoais com os integrantes das comunidades. É decisivo, que pelo menos na maioria dos contatos, os integrantes da Corporação consigam captar ou conquistar a simpatia das pessoas, sendo assim, também, imprescindíveis para o equilíbrio interno da Instituição Policial Militar, ao contribuírem para a criação de uma atmosfera de comunicação e de trabalho, favorável ao funcionamento da Organização em suas globalidades.

O turismo assume hoje tal magnitude, de tão grande importância, sobretudo nos campos sociológico, cultural e econômico, que todos os governos, em todo o mundo, numa ação praticamente unânime, estão prestando um crescente apoio ao desenvolvimento das atividades turísticas. O apoio ao turismo está perfeitamente incluído no âmbito da Segurança Pública, principalmente em decorrência do valor comunitário do serviço prestado pela Polícia Militar. Vale ressaltar que é função de interesse governamental o apoio às atividades turísticas, o que implica necessariamente, na participação policial

militar, já que a Segurança Pública é uma das mais importantes funções da Administração Pública.

Sob a nossa ótica, os principais objetivos da Polícia Militar podem ser resumidos ou delineados em dois ramos básicos que em si, são bastante abrangentes. Um deles consiste em assegurar a preservação da Ordem Pública, em seus numerosos campos e diversas facetas. O outro objetivo geral, que em certa medida decorre de como e em que nível a nossa Corporação cumpre o objetivo geral acima, corresponde à conquista do apoio dos públicos.

Não é sem motivo que o desenvolvimento do turismo em Goiás tem apresentado resultados tão expressivos. Inicialmente, podemos atribuir tal fato, à própria vocação turística do Estado. Mas por outro lado a ação dos Órgãos e das entidades públicas e privadas que lidam com a atividade no âmbito estadual, aliadas a uma integração entre os Órgãos governamentais, em prol do objetivo comum, qual seja o de desenvolver a indústria do turismo explicam, em seu conjunto, o dinamismo que vem sendo observado, em tal segmento estadual.

O turista, a partir do momento em que ingressa no território goiano, pelas várias vias de acesso, qualquer que seja a sua origem ou nacionalidade, deve ficar sob a proteção da Polícia Militar. A obrigação da Corporação em relação aos mesmos, é idêntica à responsabilidade que existe para com os goianos e ainda revestida de nuances especiais. Outrossim, a nova função do policial militar, como agente de informação turística, atribui ao mesmo um novo e importante papel e, ao mesmo tempo, confere-lhe uma imagem mais positiva e dotada de maior valor, tornando-o um participante mais ativo, no contexto comunitário.

Dentre os benefícios gerados pelo turismo destaca-se: ingresso de divisas, criação de novas atividades econômicas, redistribuição da riqueza interna, desenvolvimento de regiões marginalizadas, desenvolvimento de indústrias complementares e geração de emprego, além do benefício direto que o Estado auferir com a arrecadação de impostos.

O turismo gera em Goiás, uma receita milionária, na qual, logicamente, não estão computados os empregos diretos e indiretos gerados, o que dá para avaliar a atenção que essa indústria em expansão deve merecer do Estado, tal a importância que já representa. É no campo econômico que o turismo apresenta sua maior contribuição, sendo excelente fonte de receita para o Estado, por constituir-se num fator multiplicador de emprego e renda.

A Polícia Militar conta com elementos em todos os segmentos do território estadual, que no desempenho de suas atividades se relacionam com praticamente todos os integrantes das comunidades, inclusive com a denominada população flutuante, na qual estão, também, incluídos os turistas.

Em apoio à política de turismo do Estado, executada por diversos órgãos governamentais, é indispensável a participação da Polícia Militar, nos aspectos específicos de Segurança Pública, criando um clima satisfatório de segurança e promovendo a segurança física do turista e de seu patrimônio, como também no trabalho de informações turísticas.

Ao apresentarmos estas conclusões, objetivamos, primeiramente, que as mesmas contribuam, como de resto todo o conteúdo do trabalho, para uma adequada compreensão a respeito da amplitude, da complexidade e da relevância social do papel da Polícia Militar de Goiás no aspecto turístico, por outro lado, desejamos que o turismo também seja entendido e compreendido, principalmente, em suas facetas sociológicas, culturais e econômicas.

Finalmente, gostaríamos que o apoio ao turismo fosse incluído, isto, é, passasse por assim dizer, a ser compreendido nas novas facetas do trabalho policial militar. O turismo é demasiado importante e a Polícia Militar é a tal ponto significativa para a sociedade, que é inconcebível que permaneça praticamente dissociada a atividade e a Instituição.

PROPOSTAS BÁSICAS APRESENTADAS PELO GRUPO:

Para realização de um programa de Policiamento em Turístico de Goiás pela Polícia Militar, surgem alguns pré-requisitos simplesmente indispensáveis quais sejam: A formação e motivação dos policiais militares e a vontade política.

FORMAÇÃO DO POLICIAL MILITAR

Nos Cursos de Formação de Oficiais, Sargentos, Cabos e Soldados que normalmente funcionam na Polícia Militar, cujos currículos possuem disciplinas tais como Relações Públicas e Relações Humanas, possivelmente sem a ênfase com que, na realidade, deveriam ser enfocadas. Porém, pelo menos em tese, os ensinamentos relativos às mesmas, constituem uma espécie de preparação para uma formação mais especificamente voltada para a prestação do serviço de informação turística.

Firmar convênio entre a SICTUR, SEBRAE, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial e a UCG com a Polícia Militar de Goiás, num processo de realização de Cursos de Informações Turísticas para Policiais Militares considerado importante e necessário para a melhoria da infra-estrutura turística do Estado. Os mencionados Cursos, seriam instrumentalizados através de um processo denominado de treinamento, com o objetivo de “aperfeiçoar os conhecimentos do policial, dando-lhe condições de melhor desempenhar a sua tarefa de atendimento ao público e principalmente, ao turista, adequando seu comportamento à imagem do agente de informação”.

Esta aceção é procedente, porque um Curso de tal natureza aperfeiçoa, se bem ministrado, o nosso homem, muda a sua mentalidade e a sua atitude, para com o turista e para com o público em geral e, além disso, desencadeia um valioso processo motivacional.

Quanto à estrutura curricular a ser adotada para o referido Curso, a título de sugestão, a mesma poderia conter disciplinas tais como Relações Públicas; Relações Humanas; Introdução ao Turismo; Noções de Geografia e História do Estado; além de uma programação prática voltada para atividades extra-classe, caracterizadas por visitas a museus, galerias e oficinas de arte, igrejas e monumentos históricos, pontos de venda de artesanato, etc., ou escolher dentre as disciplinas contidas na Faculdade de Turismo de Guarapari, no Curso Técnico da ETFGO, no SEBRAE ou em outras instituições do ramo.

A Polícia Militar não deve ficar alheia a tão significativa atividade econômica, não só por sua tradição, mas buscando a constante evolução em função do bem-estar social. A sua atuação não pode apartar-se dos problemas, onde deve influir e ser influenciada, participar com seus serviços, onde deve influir e ser influenciada, participar com seus serviços, inserir-se nas relações de interesse dessa sociedade. É oportuno lembrar que, na prática, a Corporação responde às necessidades básicas de segurança ao dar o seu apoio ao turismo. Os contatos pessoais que o policial militar realiza na transmissão das informações são altamente eficazes, pela natureza de sua atividade, que é o policiamento ostensivo, aprestando grande potencial como agente de informação turística.

Convênios devem ser celebrados com as Superintendências, Secretárias, Departamentos e Seção de Turismo, encarregados de coordenar a política turística a nível estadual e municipal, proporcionando treinamento na área de turismo, através de cursos e estágios de informações turísticas para os policiais militares em todos os Batalhões.

MOTIVAÇÃO DO POLICIAL MILITAR

Não basta formar o homem. O Processo de formação em sua inteireza, deve conter elementos que concorram para mudar a mentalidade e a atitude do policial militar em relação ao turista, além de motivá-lo

adequadamente. O homem motivado, aplicará muito mais efetivamente os ensinamentos e as concepções que lhe foram ministradas no transcorrer do curso.

Para o plano concreto da motivação do policial militar, vamos concluir que o Curso de Informação Turística poderá representar um importante fator motivacional, na medida em que valorizar o cargo ou a função dos policiais militares.

Não se pode negar, que no mundo cada vez mais consumista, onde as relações de troca são tão usuais, o dinheiro alcança uma importância extraordinária. No trabalho, em contrapartida do seu esforço em prol da organização, o empregado recebe sua remuneração, ordenado ou salário, como são bastantes conhecidos. Quando a remuneração é feita de maneira justa, os trabalhadores ou empregados têm mais probabilidade de estar satisfeitos e motivados para com os objetivos organizados. Os ditames legais estão representados na Constituição Federal, já não estabeleceu aos integrantes das Polícias Militares perceberem remuneração correspondente no Exército. Depende agora da capacidade de pagar do Estado e normalmente avaliada pelo Governador do Estado, ouvidos os Secretários: da Fazenda, do Planejamento e Administração e se baseia, principalmente, nos estudos sobre os encargos do estado com pessoal, nas projeções de arrecadação e outros encargos, como dívidas e despesas de custeio.

Na política salarial do governo, após a análise e decisões do montante possível de reembolso, verifica-se as pressões das classes, dos políticos, da economia, os privilégios e etc.



ANEXO 1

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
CURSO DE TÉCNICA DE ENSINO

PESQUISA DE OPINIÃO

Caro(a) Policial Militar!

Essa nossa pesquisa de opinião tem o objetivo de coletar dados necessários a confecção de um **Trabalho Técnico Profissional** para conclusão do **Curso de Técnica de Ensino/97**, e para tanto contamos com a sua colaboração e apoio, uma vez que a Polícia Militar de Goiás necessita acompanhar o desenvolvimento do Estado. Portanto, solicitamos que responda estas questões:

1. O(a) Sr(a). conhece outro ponto turístico do Estado além deste onde trabalha?
() Sim () Não
2. O maior número de ocorrências que V. S^a. atendeu em seu local de trabalho envolveu:
() Turistas () Pessoas residentes nesta localidade
3. O(a) Sr(a). já atendeu ocorrência com envolvimento de turista estrangeiro?
() Sim () Não
4. O(a) Sr(a). sabe falar outro idioma que permita prestar informações a um turista estrangeiro? Qual?
() Sim () Não
() Inglês () Espanhol () Francês (...) Outros
(Especificar: _____)
5. O(a) Sr(a). acha necessário criar um curso de especialização em turismo na PMGO?
() Sim () Não
6. O(a) Sr(a). já fez algum curso na área de turismo? Onde?
() Sim (Especificar: _____) () Não
7. Quais as disciplinas (matérias) o(a) Sr(a). acha que é importante aprender em um curso desta natureza?
() Psicologia () Relações humanas () História da arte
() História de Goiás () Inglês () Espanhol
() Comunicação oral () Francês () Administração e organização
() Teoria e técnica de turismo () Língua portuguesa
() Matemática financeira e comercial
() Outras (Especificar: _____)
8. O(a) Sr(a). gosta de trabalhar em área considerada turística?
() Sim () Não
9. Quem traz problemas mais sérios ao policiamento?
() É o turista () É o cidadão local
10. O(a) Sr(a). tem interesse em participar de um curso desta natureza e, conseqüentemente, ampliar os seus conhecimentos, melhorando com isto o atendimento ao turista e elevando o bom nome da Corporação?
() Sim () Não

ANEXO 2**MUNICÍPIOS CONSIDERADOS PÓLOS TURÍSTICOS NO ESTADO DE GOIÁS**

De acordo com a Deliberação Normativa nº 371 de 01 de setembro de 1.996, Seção 1, pág. 594, os municípios, abaixo relacionados, são considerados como turísticos, para fins de alocação de recursos federais, em conformidade com o que dispõe a referida Deliberação

ABADIÂNIA	GOIÁS
ALEXÂNIA	ITAJÁ
ALTO PARAÍSO	ITUMBIARA
ANÁPOLIS	JARAGUÁ
ANHANGUERA	JATAÍ
ANICUNS	LUZIÂNIA
ARAGARÇAS	MINEIROS
ARUANÃ	MORRINHOS
BRITÂNIA	MOZARLÂNDIA
BURITI ALEGRE	PARAÚNA
CACHOEIRA DOURADA	PILAR DE GOIÁS
CAIAPÔNIA	PIRENÓPOLIS
CALDAS NOVAS	PIRES DO RIO
CAVALCANTE	PONTALINA
CERES	PORANGATU
CHAPADÃO DO CÉU	QUIRINÓPOLIS
COCALZINHO	RIO QUENTE
CORUMBÁ DE GOIÁS	SÃO DOMINGOS
CORUMBAÍBA	SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA
CRISTALINA	SÃO SIMÃO
CRIXÁS	SERRANÓPOLIS
CUMARI	TEREZÓPOLIS
FORMOSA	TRÊS RANCHOS
GOIANÉSIA	TRINDADE
GOIÂNIA	URUAÇU

APÊNDICES

APENDÍCE 1

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO MÉDIA E TECNOLÓGICA
ESCOLA TÉCNICA FEDERAL DE GOIÁS

GRADE CURRICULAR DO CURSO DE TÉCNICO DE TURISMO:

N.º DE ORDEM	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
01	PSICOLOGIA DAS RELAÇÕES HUMANAS	(60h)
02	HISTÓRIA DA ARTE	(60h)
03	HISTÓRIA DE GOIÁS	(60h)
04	CIÊNCIA DO AMBIENTE	(240h)
05	INGLÊS	(240h)
06	ESPANHOL	(120h)
07	INFORMÁTICA	(60h)
08	ADMINISTRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO	(60h)
09	LINGUA PORTUGUESA	(60h)
10	MATEMÁTICA FINANCEIRA	(60h)
11	TEORIA E TÉCNICA DE TURISMO TEORIA E TÉCNICA DE HOTELARIA	(120h)
12	TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DA ADMINISTRAÇÃO HOTELEIRA	(120h)
13	TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DE ALIMENTOS E BEBIDAS	(120h)
14	TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DE HOSPEDAGEM	(120h)
ESTÁGIO SUPERVISIONADO		360
TOTAL		1560

GRADE CURRICULAR DO CURSO TÉCNICO DE HOTELARIA

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
PSICOLOGIA DAS RELAÇÕES HUMANAS	60
HISTÓRIA DA ARTE	60
HISTÓRIA DE GOIÁS	60
CIÊNCIA DO AMBIENTE	60
INGLÊS	240
ESPANHOL	120
INFORMÁTICA	60
ADMINISTRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO	60
LÍNGUA PORTUGUESA	60
MATEMÁTICA FINANCEIRA	60
TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DA ADMINISTRAÇÃO HOTELEIRA	120
TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DE ALIMENTOS E BEBIDAS	120
TEORIA E PRÁTICA OPERACIONAL DE HOSPEDAGEM	120
SUB-TOTAL	1200
ESTÁGIO SUPERVISIONADO	360
TOTAL	1560

APÊNDICE 2

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE MATO GROSSO COMANDO DE POLICIAMENTO DE ÁREA III BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR RODOVIÁRIA

PROJETO N.º 003/BPMRv/96 “IMPLANTAÇÃO DA POLÍCIA TURÍSTICA”

1. FINALIDADE

O Estado de Mato Grosso, conhecido nacionalmente como o “Eldorado” e o “Estado do Futuro”, vem granjeando fama como um Polo Turístico Internacional, trazendo com isso um fluxo crescente de turistas. A Polícia Militar preocupada e atenta com a situação cria a Polícia Turística, com a finalidade precípua de orientar, ajudar e principalmente transmitir a sensação de segurança aos visitantes, através do Decreto N.º 5.326 de Dezembro 1.994.

2. OBJETIVO

O presente tem o objetivo, elencar formas e atividades a serem desenvolvidas pelo Pelotão Turístico, para que o setor de turismo desenvolva seu trabalho com a certeza de que nossa Corporação tem o pessoal especializado na área desejada.

3. LOCAIS DE EMPREGO

O Estado de Mato Grosso tem um potencial turístico de grande diversificação, com áreas distintas e muito freqüentadas. O Pelotão Turístico desenvolverá os serviços nas seguintes áreas:

- Área de Recepção a Turistas;
- Área de Eventos e Congressos;*
- Área de Turismo e Pesca;*

Área Turística Fauna e Flora;*
Área Turística, Cultura e Artes;*
Área Turística de Acidentes Naturais;*
Área Turística de Lazer.

*** Quando o efetivo estiver completo**

4. CONDIÇÕES E EMPREGO

A Polícia Turística será empregada gradativamente, obedecendo um processo de prioridade e condições de implantação nas mais diversas áreas, orientando ajudando e transmitindo sensação de segurança aos turistas.

Se fará presente no Aeroporto de Várzea Grande, como um agente informativo, onde terá todo tipo de orientação necessária aos turistas, devendo esse local ser mantido pelos órgãos de turismo.

No centro da cidade em local estratégico, no qual a presença do turista seja quase que constante, se fará presente em plantão diurno, como também desenvolverão o serviço de orientação, informação e proteção.

Em pontos turísticos em que a presença de turistas seja constante, se fará presente em plantão diurno nos dias de maior visitação.

Nos eventos e congressos, se farão presentes, visando dar aos participantes, sensação de segurança e tranquilidade.

Em Postos da Polícia Militar Rodoviária, os membros da Polícia Turística se farão presentes dando orientação aos turistas, distribuindo panfletos orientativos sobre o turismo da região.

Em cidades principalmente de cunho turístico, os componentes se farão presentes em destacamentos da PM, de onde orientarão os turistas.

5. PREPARAÇÃO PERMANENTE

Os componentes da Polícia Turística, participarão ativamente de cursos e outros eventos orientativos na área do turismo, relações públicas e interpessoais, bem como cursos de língua estrangeira, a fim de manter a qualidade técnica profissional para o exercício da função.

6. FARDAMENTO

A Polícia Turística, como um Policiamento Especializado e recém criado na Corporação, deverá ter um tipo de uniforme próprio para diversas atividades a ela inerentes, porém, inicialmente deverá usar, à título provisório, o uniforme 3º “D” com boina ou azulão, ambos com braçal inscrito “Polícia Turística”.

7. CONVÊNIOS

Para que a Polícia Militar possa desenvolver o que pretende, através da Polícia Turística, necessita do trabalho em parceria, para isso, estamos abertos aos diversos Órgãos de Turismo do Estado, para firmarmos convênios de interesse geral, nos quais a Polícia Militar arcará com as responsabilidades constituídas em lei, e o Órgão conveniado com o que se dispuser e aceito pelo Comando da PM.

8. CONTROLE OPERACIONAL

Ficará a cargo do Sub Chefe do Estado Maior Geral da PMMT.

9. EFETIVO

a) Embrião

01 (um) Oficial PM

01 (um) Sargento PM

01 (um) Cabo PM

16 (dezesseis) Soldados PM

04 (quatro) Soldados Femininos PMF

O efetivo embrião ficará lotado no BPMRv, fazendo serviço no Terminal Turístico da Salgadeira.

b) Completo (normal):

- 01 (um) Oficial PM
- 02 (dois) Sargentos PM
- 03 (três) Cabos PM
- 30 (trinta) Soldados PM

10. MATERIAL E EQUIPAMENTO**a) Box do Aeroporto:**

- Com telefone;
- Catálogos turísticos;
- Catálogos de telefones úteis das mais diversas cidades;
- Decoração turística e policial militar.

b) Box no Centro:

- Com telefone;
- Catálogos turísticos;
- Decoração turística e policial militar;
- Móveis de escritório;
- Móveis para recepção;
- Micro computador;
- Rádio VHF.

c) Sala para Polícia Turística (BPMRv):

- Com todo equipamento necessário;
- Telefone;
- Micro computador.

11. VIATURAS

- 02 (Dois) tipo Gol ou similar, equipados com rádio, para uso em locais de fácil acesso;
- 02 (Dois) tipo Toyota, equipados com rádio, para uso em locais de difícil acesso;
- 01 (Um) tipo Besta, para transporte da tropa.

Obs.: Todas as VTRs deverão estar equipadas com rádios VHF e 05 (cinco) rádios HT.

Quartel do BPMRv, em Cuiabá-MT., 14 de Março de 1.997.

JORGE ROBERTO FERREIRA DA CRUZ - TEN CEL PM
COMANDANTE DO BPMRv

Confere com o Original

EVANDRO MARCOLINO DA SILVA E SOUZA - ASP OF PM
COMANDANTE DO PELOTÃO TURÍSTICO

Distribuição:

01 - Comandante Geral	01
02 - Chefe EMG/PMMT	01
03 - Cmt CPA III	01
04 - Chefe da PM-3	01
05 - Cmt do BPMRv	01
06 - Arquivo	01

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE MATO GROSSO
COMANDO DE POLICIAMENTO DE ÁREA III
BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR RODOVIÁRIA
“ZERAR OS ACIDENTES É NOSSA META, É NOSSA BUSCA”

BPMRv

ANEXO “A”

SUGESTÕES PARA O PROJETO DE IMPLANTAÇÃO DA POLÍCIA TURÍSTICA

Dado à realidade do BPMRv com referência ao material humano, ou seja, efetivo, analisando também a estrutura física / financeira e considerando o item 04 do Projeto no seu 1º Parágrafo “A Polícia Turística será empregada gradativamente...”, elencamos a seguir algumas sugestões para a implantação da “Polícia Turística”.

1. QUANTO AO EFETIVO

a) QUALIFICAÇÃO

a.1. Matricular, com ônus para o Estado, 03 (três) policiais militares (cabos e soldados), em curso de língua inglesa e mais 03 (três) policiais militares em curso de língua espanhola, os quais deverão ficar fora da escala de serviço 24:00 horas no período do curso.

a.2. Os policiais que freqüentarão os cursos deverão ser selecionados, entre os voluntários, os que gozarem de melhor conceito dos Oficiais do BPMRv e que tenham o grau intelectual adequado.

a.3. Serão matriculados turmas sempre em número de 06 (Seis) policiais militares, até atingir o efetivo completo do “Pelotão de Polícia Turística”, ou seja, 36 (trinta e seis) policiais, inclusive o Oficial e os Sargentos.

b. EMPREGO

b.1. Durante o período do curso, o qual será com aulas noturnas, os policiais que estarão frequentando o curso cumprirão o expediente no 1º Pelotão desempenhando o serviço rotineiro e colocando em prática os conhecimentos que estão absorvendo no curso respectivo,

onde cumprirão uma escala de 03 (Três) por dia, inclusive nos finais de semana, ocasião em que o expediente poderá ser alongado de acordo com a necessidade do serviço.

b.2. Após a conclusão do curso as turmas poderão ser divididas entre PPMRv, ficando um efetivo maior no 1º PPMRv, onde os policiais terão a oportunidade de por em prática os conhecimentos obtidos no curso.

b.3. Os policiais selecionados, somente serão pertencentes ao “Pelotão de Polícia Turística” quando de sua efetivação.

* **OBSERVAÇÃO** - O policial militar matriculado no curso que quando sabatinado pelos Oficiais do BPMRv, demonstrar desinteresse ou não apresentar resultados satisfatórios deverá ser alvo de análise do comando para possível desligamento do respectivo curso e sua volta imediata para o serviço normal do BPMRv sem qualquer ônus para o Estado.

2. QUANTO À ESTRUTURA FÍSICA

De imediato não há muito o que se fazer sem ter certeza de contar com o material humano necessário e os policiais utilizarão a princípio, as estruturas físicas dos PPMRv.

3. FARDAMENTO

Quanto ao fardamento devido ao pouco efetivo deverá ser adotado provisoriamente o do BPMRv, diferenciando-se apenas pelo uso de braçal, o qual deverá ter inscrito “*POLÍCIA TURÍSTICA*”.

Frisamos que as presentes sugestões são apenas para dar o “Pontapé Inicial” a estruturação do “Pelotão de Polícia Turística”.

QUARTEL DO BPMRv EM CUIABÁ-MT., 14 DE MARÇO DE 1.997.

EVANDRO MARCOLINO DA SILVA E SOUZA - ASP OF PM
COMANDANTE DO PELOTÃO DE POLÍCIA TURÍSTICA

APÊNDICE 3

CONVÊNIO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA E FINANCEIRA

PARTÍCIPIES:

N.º 032 - 07/94

I- SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESPÍRITO SANTO, DORAVANTE DENOMINADO SEBRAE/ES, Serviço Social Autônomo, sem fins lucrativos, sediado à Av. princesa Isabel, nº 599 - 5º e 6º andares - Centro, nesta Capital, inscrito no CGC/MF sob o nº 27.364.462/0001-44, neste ato representado pelo seu Diretor Superintendente, EGÍDIO MALANQUINI, brasileiro, casado, empresário, portador da C. I. nº 407.400, expedida pela SSP/ES, inscrito no CPF/MF sob o nº 488.779.727-34, residente na Rua 15 de Novembro, nº 190/902 - Praia da Costa - Vila Velha (ES) e pelo Diretor Administrativo/Financeiro, MARCOS MURAD, brasileiro, casado, engenheiro, portador da Carteira de Identidade nº 93.195-SSP/ES, inscrito no CPF/MF sob o nº 014.608.547-72, residente à Rua José Teixeira, nº 228, Praia da Canto, Vitória (ES);

II- POLÍCIA MILITAR DO ESPÍRITO SANTO, com sede, à Av. Maruipé, nº 2.111, nesta Capital, a partir de agora designada PMES, inscrita no CGC/MF sob o nº 27.476.373/0001-90, neste ato representada pelo seu Comandante Geral, Coronel EDILSON NEVES DE CARVALHO, brasileiro, casado, portador da C.I. nº 21.414-9, expedida pela PMES, inscrito no CPF/MF sob o nº 086.077-68, residente na Rua Dr. Herwan Modenisi Wanderlei, Bloco 01/103, Jardim Camburi - Vitória (ES);

III- MUNICÍPIO DE VITÓRIA, com sede à Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, nº 1927, nesta Capital, a partir de agora designado MUNICÍPIO, inscrito no CGC/MF sob o nº 27.142.058/0001-26, neste ato representado pelo Prefeito Municipal, PAULO CÉSAR HARTUNG GOMES, brasileiro, casado, economista, portador da C. I. nº 257.972-SSP/ES, inscrito no CPF/MF sob o nº 698.412.417-49, residente na Rua Paulina Marangone, nº 90, Mata da Praia - Vitória (ES).

Resolvem celebrar o presente CONVÊNIO em regime de cooperação, que reger-se-á pelas cláusulas e condições subseqüentes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Constitui objeto do presente CONVÊNIO a realização do Curso de Especialização em Turismo para formação da futura OPM (Organização Policial Militar) que poderá ser denominada “POLITUR” (Polícia Turística), com a participação exclusiva de Policiais Militares, conforme detalhado na proposta anexa, que, rubricada pelas partes, integra o presente CONVÊNIO.

PARÁGRAFO ÚNICO

A ação de que trata o “caput” desta cláusula se enquadra no plano de trabalho do SEBRAE/ES para 1994, no Programa “DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO - PRODETUR”.

CLÁUSULA SEGUNDA - DAS RESPONSABILIDADES DOS PARTICÍPES

I)- Para realização deste objetivo, caberá ao SEBRAE/ES:

a)- Elaborar o Plano de Trabalho, bem como executar o curso de especialização em turismo para Policiais Militares;

b)- Participar, em conjunto com a PMES, no recrutamento dos participantes do curso;

c)- Contratar os instrutores para os seguintes assuntos a serem desenvolvidos durante o curso:

- A importância do turismo enquanto atividade econômica;
- Comunicação e expressão;
- Relações humanas;
- Conscientização turística;
- Manifestações populares - folclore e artesanato;
- História do Espírito Santo;
- Noções de inglês.

d)- Definir juntamente com os instrutores o conteúdo programático de cada matéria;

e)- Promover a suspensão, avaliação e emissão de certificados;

f)- Providenciar o material didático e de apoio para os alunos e instrutores;

g)- Colaborar, no que lhe couber e possível for, para a divulgação institucional e o fortalecimento da PMES e do MUNICÍPIO.

II)- Caberá à PMES:

a)- Promover o recrutamento dos policiais militares, com base nas exigências mínimas necessárias, definidas em conjunto com o SEBRAE/ES;

b)- Ceder a sala de aula e apoio no que se refere a meios auxiliares;

c)- Definir a identificação do policial militar devidamente treinado e dos Módulos e Destacamentos PM de atendimento ao turista;

d)- Participar no acompanhamento e avaliação do curso.

e)- Colaborar, no que lhe couber e possível for, para a divulgação institucional e o fortalecimento do SEBRAE/ES e do MUNICÍPIO.

III)- Caberá ao MUNICÍPIO

a)- Participar no acompanhamento e avaliação do curso;

b)- Promover a melhoria dos Módulos e Destacamentos Policiais envolvidos quanto à apresentação interna e externa;

c)- Confeccionar as insígnias dos policiais militares e identificação dos Módulos e Destacamentos envolvidos;

d)- Colaborar, no que lhe couber e possível for, para a divulgação institucional e o fortalecimento do SEBRAE/ES e da PMES.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO ACOMPANHAMENTO

Este CONVÊNIO será acompanhado e avaliado, em sua execução, pela Coordenação do PRODETUR com apoio da coordenação Estadual de Turismo da SEDES.

CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas com execução do presente CONVÊNIO onerarão verba própria do SEBRAE/ES, consignada em seu orçamento, no PRODETUR.

CLÁUSULA QUINTA - DA CESSÃO E TRANSFERÊNCIA

Fica vedado a qualquer dos partícipes, sem a expressa anuência do outro, transferir ou ceder, a qualquer título, os direitos e obrigações assumidos neste CONVÊNIO.

CLÁUSULA SEXTA - DOS ENCARGOS COM O PESSOAL

As obrigações fiscais, trabalhistas e providenciárias relativas ao pessoal envolvido pelos partícipes na execução do ajuste serão de suas exclusivas responsabilidades.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS TERMOS ADITIVOS

Os partícipes, por mútuo consentimento, poderão fazer eventuais alterações por meio de Termo Aditivo, que integrará às demais disposições deste ajuste.

CLÁUSULA OITAVA - DA VIGÊNCIA

O presente CONVÊNIO vigorará pelo prazo de 12 (doze) meses, contados da data da sua assinatura, e poderá ser aditado mediante acordo prévio entre as partes.

CLÁUSULA NONA - DA DENÚNCIA

O presente CONVÊNIO poderá ser denunciado por quaisquer dos partícipes, mediante comunicação epistolar, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, respeitado o término das programações em desenvolvimento.

E, por estarem assim justas e convenientes, lavrou-se este termo, em 03 (três) vias de igual teor, que são assinadas pelos partícipes e testemunhas.

Vitória, 18 de Julho de 1994.

EGÍDIO MALANQUINI

Diretor Superintendente do SEBRAE/ES

MARCOS MURAD

Diretor Administrativo/Financeiro do SEBRAE/ES

EDILSON NEVES DE CARVALHO

Comandante Geral da PMES

PAULO CÉSAR HARTUN GOMES

Prefeito Municipal de vitória

TESTEMUNHAS: 1º _____

2º _____

1.0 - Treinamento

N.º PREVISTO DE PARTICIPANTES: 20 (vinte)
PERÍODO: 2º Semestre
HORÁRIO: 14 às 17h00. Com intervalo ao final de cada módulo
LOCAL: A ser definido pela PMES
CARGA HORÁRIA: Fase I - 60 horas
Fase II - 15 horas

1.1 - Módulos

- FASE I
- Abertura - A importância do turismo
como atividade econômica 3 horas
 - Relações Humanas 9 horas
 - Conscientização turística 15 horas
 - Comunicação e Expressão 9 horas
 - Manifestações Populares 9 horas
 - História do Espírito Santo 15 horas

- FASE II
- Noções de inglês 15 horas

2.0 - Aprovação dos Treinados

Mínimo de 90% (noventa por cento) de frequência.

3.0 - Recursos Humanos Envolvidos

- 06 (seis) Instrutores
- 02 (dois) Coordenadores.

APENDÍCE 4

FACULDADE DE TURISMO DE GUARAPARI

APRESENTAÇÃO

A Faculdade de Turismo de Guarapari (FACTUR), reconhecida pela Portaria Ministerial nº 1.867 de 30 de dezembro de 1.994, pioneira no Estado na formação de profissionais de nível superior para o *trade* turístico, é mantida pela Associação de Ensino Superior de Guarapari e tem por objetivo além da formação profissional de terceiro grau, a efetivação de estudo de alto nível em sua área de atuação, o apoio aos órgãos federais, estaduais e em especial municipais de turismo, através de sua mão-de-obra docente e discente, visando conseguir uma conscientização coletiva para a importância econômica e social da atividade ordenada do lazer. No decorrer destes quase seis anos de existência, a FACTUR formou quatro turmas com 110 bacharéis em turismo, a maioria trabalhando no desenvolvimento do turismo no nosso Estado. Também tem desenvolvido - alunos e mestres - trabalhos acadêmicos e profissionais de altíssimo nível como, por exemplo, as monografias de conclusão de curso e as prestações de serviços às prefeituras de municípios de potencial turístico.

TURISMÓLOGO

Quem é esse profissional?

Turismólogo é o profissional graduado em turismo.

O processo de formação inclui disciplinas com teoria e técnica, turismo, organização de eventos, etc.

A partir de um enfoque sistêmico sobre o fenômeno turismo o aluno pode atuar nas diversas áreas que a atividade abrange desde a gerência de empresas prestadoras de serviços turísticos até a implantação de projetos de desenvolvimento do turismo em cidades de vocação turística, podendo ainda atuar nas áreas de pesquisa e consultoria. O turismólogo valoriza o patrimônio histórico e cultural, tem a consciência de que a preservação ambiental é fundamental e sabe que o eixo da atividade turística é o ser humano e seu imaginário. O papel

do turismólogo ao lidar com estes aspectos é buscar um serviço de qualidade, que conte com pessoal especializado, através de uma visão estratégica do desenvolvimento turístico, analisando seus efeitos sobre o local e sobre a população.

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Os profissionais diplomados nos cursos de nível superior em Faculdades de Turismo têm habilitação para as seguintes áreas: agências de viagem; transportadoras turísticas; meios de hospedagem; área de alimentação; *marketing* turístico; planejamento turístico - público e privado; promoção e divulgação turística; capacitação profissional específica; consultoria e assessoria específica - pública e privada; recreação e animação turística; promoção e organização de eventos e outros dentro da área.

CURRÍCULO:

O curso de turismo tem duração de 4 anos (2.700 horas-aula), é semestral e funciona no sistema de créditos, somente no horário noturno (19:10 às 22:40). É composto da seguinte forma:

Disciplinas	Carga-Horária
Introdução ao Estudo do Turismo	60
Metodologia Científica	60
Estudos Brasileiros	30
Sociologia	60
Português I	30
Psicologia	60
Educação Física I	30
Teoria e Técnica de Turismo I	60
Filosofia	30
Português II	30
Estatística I	60
História Geral	60

Inglês Turístico e Terminologias Estrangeiras I	60
Educação Física II	30
Teoria e Técnica de Turismo II	60
Teoria da Comunicação	60
Antropologia Cultural	30
Estatística II	60
História do Brasil	60
Inglês Turístico e Terminologias Estrangeiras II	30
Teoria e Técnica de Turismo III	60
Economia	60
História da Cultura I	30
Introdução à Administração	60
Introdução às Técnicas da Comunicação	30
História da Arte I	30
Estudo do Espaço Turístico	30
Economia do Turismo	60
Direito	60
História da Cultura II	30
Organização e Métodos	30
História da Arte II	30
Recreação e Animação	30
Geografia Geral	60
Planejamento e Organização de Turismo I	60
Econometria	30
Educação Ambiental e Ecoturismo	30
Introdução à Pesquisa	30
Planificação, Controle e Gestão de Emp. Turísticas	60
Éticas e Legislação Turística	30
Geografia do Brasil e Regional	60

Planejamento e Organização de Turismo II	60
Marketing Turístico	60
Adm. de Agências, Operadoras e Transportadoras I	60
Administração Hoteleira I	60
Contabilidade Gerencial	60
Eventos	60
Técnica Publicitária	60
Adm. de Agências, Operadoras e Transport. II	30
Adm. Hoteleira II	30
Análise de Balanço e Previsão Orçamentaria	60
Estágio Supervisionado	300

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

01. ARAÚJO, Jaeser Costa. *A Polícia Militar e o Apoio ao Turismo*. Goiânia: PMGO, 1.988, Monografia do Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais. 56 p.
02. LEITE, José Romero Rodrigues. *Turismo e Segurança*. 2. ed. Recife: Liber Gráfica, 1.987. 266 p.
03. LIMA, Adailton Vieira de. *Turismo e Segurança*. Goiânia: PMGO, 1.988, Monografia do Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais. 37 p.
04. LIMA, Vesuty. *O Turismo Sócio-Cultural e Ambiental através dos Tempos*. Guarapari: Faculdade de Turismo, 1.997, Trabalho Técnico Científico. 101 p.

-
05. MAROCLO, Dorílio correia Viana; MARRA, Terezinha Mendes. *Cursos Técnicos em Turismo e Hotelaria: Projeto de Implantação*. Goiânia: Escola Técnica Federal de Goiás, 1.995. 34 p.
06. NETO, Elpídio Fiorda. *Anuário Turístico de Goiás*. 1997. 2. ed. Goiânia: SEBRAE/GO, 1.997. 319 p.
07. PEREIRA, Lindaiá Garcia Mustafá; MENEZES Nelsival de Souza; SOUZA, Valdemir Francisco de. *Turismo e Segurança Pública: Políticas para controle da violência*. Salvador: PMBA, 1.996, Monografia do Curso Superior de Polícia. 100 p.
08. SANTOS, Cassivandro da Costa; CUNHA, Paulo Afonso; MUINHOS, Moisés da Silva. *A Polícia Turística: Uma proposta de implantação na Polícia Militar do Pará*. Belém: PMPA, 1.995, Monografia do Curso Superior de Polícia. 98 p.
09. BRASIL, Constituição da República Federativa do. *Diário Oficial da União*. Brasília, 05 de outubro de 1.988.
10. GOIÁS, Constituição do Estado de. *Diário Oficial do Estado de Goiás*. Goiânia, 05 de outubro de 1.989.