RBTUR
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo

ANPTUR
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

ISSN 1982-6125

Revisões didáticas

Transportes e turismo: abordagens possíveis e agendas futuras

Transportation and tourism: possible approaches and future agendas

Transporte y Turismo: enfoques posibles y agendas futuras

Thiago Allis[1], Rafael Castro[2], Carla Fraga[3]

[1]Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil.
[2]Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ), Petrópolis, RJ, Brasil.
[3]Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG, Brasil.

Palavras-chave:

Transportes;
Turismo;
Revisão Didática.

Resumo

Pensar nas possíveis relações entre os transportes e o turismo e em como o pensamento acadêmico-científico sobre o tema se desenhou ao longo das últimas décadas não é uma tarefa fácil, mas esse foi o desafio proposto por essa revisão didática. Este trabalho parte da apresentação das origens dos estudos da área e segue rumo aos possíveis destinos desta interface, seja em termos mercadológicos ou acadêmicos, articulando os modos de transporte (rodoviário, ferroviário, aquaviário e aéreo) às demandas do turismo e vice-versa. A seleção de casos ou enfoques não é exaustiva, senão ilustração de possibilidades para se estudar cada um desses modos de transporte. Assim, temas emergentes como os desafios do mercado de cruzeiros no Brasil, o mercado de locação de veículos e a consolidação do segmento de lazer, a experiência turística ferroviária e os novos usos dados aos aeroportos são apresentados de maneira mais detalhada, com vistas a produzir, ao final, uma agenda de pesquisa sobre alguns dos principais desafios e oportunidades da relação entre os transportes e o turismo para as próximas décadas.

Keywords:

Transportation;
Tourism;
Didactic Review.

Abstract

Reflecting on the possible relations between transport and tourism—and on how academic and scientific thinking about the subject has developed over the past decades — is no easy task. Yet, this is the challenge taken up by this didactic review. The work begins by presenting the origins of research in this field and moves toward exploring the potential trajectories of this interface, whether in terms of market dynamics or academic inquiry. It seeks to articulate the various modes of transport — road, rail, water and air—with the demands of tourism, and vice versa. The selection of cases or approaches is not intended to be exhaustive; rather, it serves as an illustration of the range of possibilities for studying each mode of transport. Accordingly, emerging themes such as the challenges facing the cruise industry in Brazil, the car rental market and the consolidation of the leisure segment, the tourist experience of rail travel, and the new uses assigned to airports are examined in greater detail. The aim is to ultimately contribute to the development of a research agenda addressing some of the key challenges and opportunities at the intersection of transport and tourism in the coming decades.

Palabras clave:

Transporte;
Turismo;
Revisión Didáctica.

Resumen

Reflexionar sobre las posibles relaciones entre los transportes y el turismo, así como sobre cómo se ha desarrollado el pensamiento académico-científico en torno a este tema a lo largo de las últimas décadas, no es una tarea sencilla. Sin embargo, este es el desafío asumido por esta revisión didáctica. El trabajo parte de la presentación de los orígenes de los estudios en este campo y avanza hacia los posibles destinos de esta interfaz, ya sea en términos de dinámicas de mercado o investigaciones académicas. Se busca articular los distintos modos de transporte — carretero, ferroviario, acuático y aéreo — con las demandas del turismo, y viceversa. La selección de casos o enfoques no pretende ser exhaustiva, sino ilustrativa de las múltiples posibilidades para el estudio de cada uno de estos modos de transporte. En este sentido, se abordan con mayor detalle temas emergentes como los desafíos del mercado de cruceros en Brasil, el mercado de alquiler de vehículos y la consolidación del segmento de ocio, la experiencia turística en el ferrocarril y los nuevos usos asignados a los aeropuertos. El objetivo final es contribuir a la formulación de una agenda de investigación que aborde

Revisado em pares.
Recebido em: 20/09/2024.
Aprovado em: 10/06/2025.
Editores: Editores: Carlos Eduardo Silveira; Miriam Rejowski; Rafaela Camara Malerba.

algunos de los principales desafíos y oportunidades en la relación entre los transportes y el turismo en las próximas décadas.

Como Citar: Allis, T., Castro, R., & Fraga, C. (2025). Transportes e turismo: abordagens possíveis e agendas futuras. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo,* 19, e-3040, 2025. https://doi.org/10.7784/rbtur.v19.3040

1. INTRODUÇÃO

A relação de dependência do turismo com os transportes torna-se evidente com o avanço do próprio fenômeno turístico nos territórios, imbricado por novas tecnologias, cruzando várias modalidades de transportes (rodoviário, ferroviário, aquaviário e/ou aéreo) e suas intermodalidades. Nessa complexidade, o debate se aprofunda quando a variável "desenvolvimento" entra na perspectiva de quem ensina e de quem aprende sobre transportes e turismo, inaugurando um novo caminho para o debate, seja ontológico (do que é de fato essa interface), seja epistemológico (o que se conhece desta relação) no início do século XXI.

No contexto atual, outra variável emerge de maneira contundente: a "tecnologia". Mas agora não trata apenas de avanços em termos de serviços ou infraestrutura de transportes e turismo, mas o das comunicações e o das informações. Em termos de avanços tecnológicos em comunicação e informação (TICs), se antes era uma tendência exótica pensar na ubiquidade como prática, hoje é uma realidade. Quem não esteve em dois ou mais lugares, sem sair de casa, utilizando a rede mundial de computadores, através da internet ao abrir duas abas? Outro exemplo, se antes o *tour* virtual em atrações e destinos turísticos era uma curiosidade, hoje faz parte do dia a dia, inclusive daqueles que comercializam as viagens, promovendo uma degustação do que está por vir ou estimulando o controverso chamado turismo virtual.

Como o turismo virtual, outros temas transversais ganham força no debate contemporâneo sobre transportes e turismo: mudanças climáticas, guerras, pandemias, entre outros. Sobre mudanças climáticas, numa perspectiva de futuros desejáveis para a interface transportes e turismo, Peeters *et al.* (2018) já tratavam o tema em face dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) no âmbito da Agenda 2030 proposta pelas Nações Unidas (UN, 2015). Os transportes fazem chegar e permitem circular pelos destinos (primários e/ou secundários), podendo ir e retornar (em rotas diretas e indiretas) de/para a casa depois das férias ou de feriados (vide Modelo Completo de Transportes e Turismo de Palhares, 2005). Assim, a distribuição geográfica da demanda turística (Page, 2008) também dialoga com os debates sobre capacidade de carga e serve de referência para entender as mazelas provocadas pelos excessos do turismo - aspecto tratado atualmente sob a égide de overtourism e pela turismofobia (Milano, 2018).

Logo, não há turismo sustentável no século XXI sem transportes sustentáveis, e isto implica observar o "desenvolvimento" e a "tecnologia" numa escala geográfica distinta da até então tratada nos livros didáticos de transportes e turismo. Ou seja, antes era desde o "local" até o "global", hoje é preciso incluir no debate perspectivas de escalas sub-orbital e até interplanetária. Corroborando com temas ainda futuristas, Khan (2022) já se ocupou de classificar o turismo espacial em três diferentes segmentos: (1) voos de caça a jato de alta velocidade e alta altitude; (2) voos comerciais parabólicos de gravidade zero e (3) futuros voos espaciais comerciais suborbitais.

É evidente que a realização de uma revisão didática voltada para os estudos de transportes e turismo demanda uma abordagem estratégica tanto na seleção das temáticas quanto na definição das abordagens adotadas. No entanto, é igualmente essencial instigar o leitor a adotar uma postura reflexiva e dinâmica diante do material, incentivando-o a: (1) explorar um percurso não linear de leitura e aplicação dos conteúdos; e (2) evitar a fetichização da organização temática como um mecanismo de segurança ilusório diante dos desafios contemporâneos. As exigências do século XXI impõem a pesquisadores, estudiosos e profissionais a necessidade de um pensamento inovador e interdisciplinar, que transcenda abordagens convencionais. Assim, esta revisão didática não se limita a apresentar um compêndio de conteúdos - tampouco esgotá-los, mas busca, por outro lado, instigar o leitor a questionar estruturas preestabelecidas, promovendo um ambiente de aprendizado que incentive a subversão das lógicas cartesianas. Espera-se, dessa forma, que este material inspire docentes, discentes e demais interessados a fomentar debates críticos, reformular questionamentos e construir novas perspectivas de maneira ousada e reflexiva, tanto dentro quanto fora do ambiente acadêmico.

2 TRANSPORTES E TURISMO: DA ORIGEM DA ÁREA AOS DESTINOS POSSÍVEIS

O clássico "Transportes e Turismo", de Stephen Page (2001; 2008) - originalmente publicado no idioma Inglês, e traduzido para o Português - cumpriu, inegavelmente, a missão de apresentar uma visão ampla e interdisciplinar sobre a temática em termos ainda atuais. Um capítulo deste livro traz à tona a importância de diversos saberes profissionais para o tratamento da interface transportes e turismo, tais como profissionais da geografia, administração, marketing, entre outros, o que levou inevitavelmente à fértil problematização sobre o papel específico do turismólogo no tratamento dos transportes no turismo. Mais que um livro fundante, esse talvez seja o capítulo essencial de uma obra que formou algumas gerações de turismólogos no Brasil. Gerações estas que foram confrontadas quando adotavam apenas uma visão limitada sobre transportes ser um aspecto puramente mecanicista do turismo. Inclusive foi o próprio Page (2001; 2008) que realçou duas funções da interface: (a) transporte como distribuidor geográfico da demanda turística; (b) em alguns casos, a experiência de transportes é a própria experiência de turismo, vide os cruzeiros, os passeios turísticos de bicicleta etc.

Por outro lado, o livro "Transportes Turísticos" (Palhares, 2002), produzido e editado no Brasil, se tornou literatura básica do ensino de transportes e turismo. A obra trouxe uma visão equilibrada tanto de conteúdos por modos de transportes (aéreo, aquaviário, rodoviário, ferroviário), quanto na exploração e aprofundamento de exemplos internacionais e nacionais. Isto fez com que as salas de aula dos cursos de turismo fossem invadidas por discussões eloquentes sobre distintos tópicos do mundo dos transportes. Adicionalmente, "Transportes", da Coleção ABC do Turismo, da Editora Aleph (Paolillo e Rejowski, 2002) é uma obra sintética que serve de contato inicial com o tema. Portanto, esses três livros, sem demérito a outros, apoiaram estudantes e pesquisadores a tratar a relação transportes e turismo quando esses estudos ainda eram restritos.

Se esses três livros marcaram a primeira década do século XXI, a segunda década foi brindada pelo livro de Lohmann, Fraga e Castro (2013). Este inaugurou um novo paradigma de análise da relação entre transportes e turismo, qual seja o planejamento e a gestão enfocados nos transportes, mas agora delimitando uma unidade geográfica específica, os destinos turísticos.

As temáticas relevantes desses livros, de maneira abrangente, propõem grandes categorias fundantes que serviram de referência para muitas gerações de turismólogos que se formaram no Brasil nas duas primeiras décadas do século XXI - ainda que, por óbvio, não sejam exaustivas: divisão por modos de transportes, sistemas de transportes, intermodalidade, rede de transportes, funções nodais e planejamento e gestão de transportes (Page, 2001, 2008; Palhares, 2002; Paolillo e Rejowski, 2002; Lohmann, Fraga e Castro; Lohmann e Castro, 2013; Castro, Fraga e Lohmann, 2013; Lohmann, Castro e Valente, 2013).

Muitos textos posteriores derivam destes, por exemplo Palhares (2005) com base no esquema de transportes e em sistema de transporte de seu livro de 2002, desenha um "Modelo Completo de Transportes Turísticos" (Palhares, 2005, p.649). Outro é sobre o papel da geomorfologia de destinos de Lohmann e Duval (2014), que avança na perspectiva ontológica e epistemológica. Isto nos leva a pensar sobre quais serão os temas e lentes de análises adotadas para se avançar sobre transportes e turismo nas próximas décadas do século XXI.

Assim, na ausência de obras mais recentes sobre transportes e turismo, a seleção de temas a seguir serve tanto para acrescentar alguns enfoques mais recentes, bem como ilustrar como abordar tal relação a partir de uma agenda emergente de temas e conteúdos. A seleção e a construção desses casos não seguiu um *script* único, em que pese uma obrigação em abordar mesmos aspectos para todos os modos de transporte estudados. Ao contrário, uma vez que cada estudo destaca alguns aspectos, o conjunto deles sugere como compor conteúdos e abordagens que sejam relevantes no estudo e na aprendizagem sobre transportes e turismo.

3 TEMAS EMERGENTES ILUSTRADOS

Empreender uma revisão didática orientada aos estudos de transportes e turismo exige uma visão aplicada que combine teorias e práticas, alinhando ensino, pesquisa e extensão com desafios inerentes ao mundo do trabalho. Portanto, buscando um equilíbrio entre os vários modos de transporte, foram propostos cinco temas de destaque a serem ilustrados, que se relacionam respectivamente com os modos aquaviário (3.1), ferroviário (3.2); rodoviário (3.3), aéreo (3.4), sendo que um quinto opera naquilo que tem se tornado uma centralidade quanto à interface, o espaço urbano (3.5).

Inegavelmente, os debates de cunho pedagógico relativos ao ensino e ao aprendizado não se encerram nestes cinco tópicos, mas eles podem ilustrar e estimular os debates dentro e fora da sala de aula, incluindo, sempre que

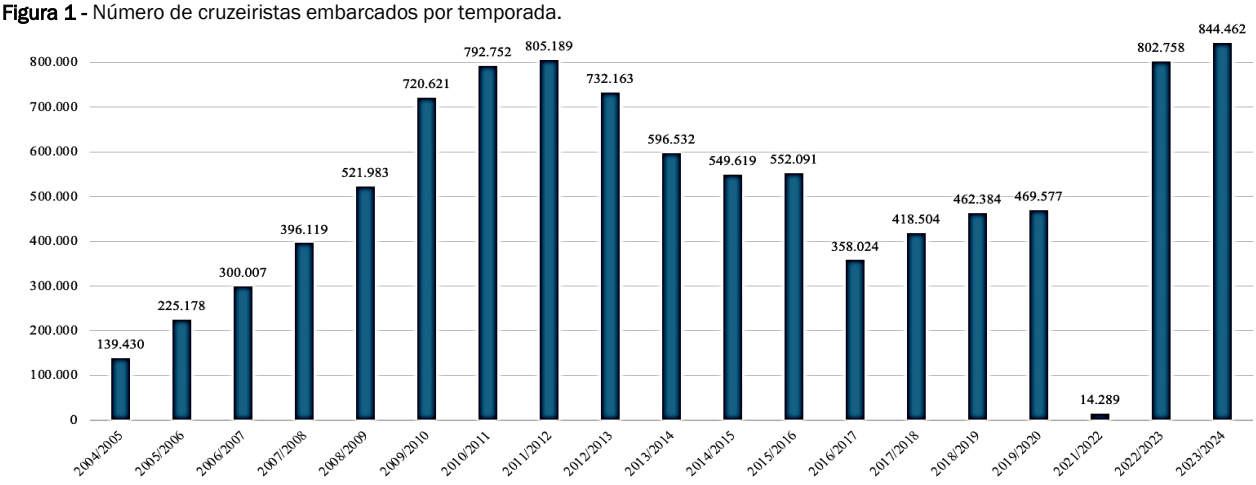
necessário, insumos teóricos (artigos científicos, livros etc.) e práticos (a partir das organizações e seus modos gerenciais), evidenciando tendências e oportunidades para se atuar profissionalmente, de maneira ética, frente aos enfrentamentos vigentes e do por vir.

3.1. Os desafios do mercado de cruzeiros no Brasil

Historicamente, o mercado de cruzeiros marítimos é um dos que mais cresceu nos últimos 50 anos. O produto, que conjuga hospedagem com a visita a vários destinos turísticos em uma única viagem atrelada a uma experiência única a bordo e com tarifas competitivas, atraiu quase 32 milhões de passageiros no mundo em 2023. A América do Sul é a região de origem do menor número de passageiros no mesmo ano - foram menos de 1 milhão de passageiros, enquanto na Europa foram 8 milhões e na América do Norte 18 milhões. Até 2027, as projeções da *Cruise Lines International Association* (CLIA, 2024) é de que o mercado de cruzeiros chegue a atender cerca de 40 milhões de pessoas em todo o mundo, o que representa um crescimento expressivo - especialmente após a quebra nos anos de pandemia da COVID19.

No Brasil, o mercado enfrenta grandes desafios históricos. A navegação de cabotagem, que permite a atuação de empresas armadoras estrangeiras no transporte doméstico de passageiros ao longo da costa brasileira, foi liberada somente em 1996 (Leal *et al.*, 2013). A temporada de navios no Brasil acontece a partir de novembro e termina em meados de março/abril do ano seguinte. Assim, até a temporada 2011/2012 o mercado cresceu de maneira expressiva, chegando a 805 mil de passageiros. Já na temporada seguinte, o número de navios, que havia chegado a 20 em 2010/2011, começou a cair e, consequentemente, levou a uma redução no número de passageiros. Na temporada 2019/2020, no início da pandemia de Covid-19, o Brasil recebeu oito navios e pouco menos de 470.000 passageiros. Já na temporada 2023/2024 a recuperação foi importante: 844.000 passageiros, número recorde já registrado no país (Figura 1). O número de navios não teve um aumento significativo, já que foram nove navios, o que mostra que as armadoras estão investindo em trazer embarcações com maior capacidade para o país (CLIA Brasil/FGV, 2024).

Figura 1 - Número de cruzeiristas embarcados por temporada.



Fonte: CLIA Brasil/FGV (2024).

Mas o que impede que um país com uma ampla região costeira, águas navegáveis durante boa parte do ano e destinos turísticos singulares se consolide como um dos melhores mercados de cruzeiros do mundo? De acordo com o estudo da CLIA Brasil em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (CLIA Brasil/FGV, 2024), os principais fatores limitadores são os seguintes:

- A falta de competitividade das taxas operacionais cobradas pelos portos brasileiros em relação aos internacionais, incluindo o custo da praticagem[1] (um dos mais altos do mundo), taxas de atracação e reboque;
- Altos impostos que são vários como, por exemplo, a cobrança de impostos a navios internacionais em suas passagens no Brasil, o que não existe em nenhum outro país;

[1]A praticagem é a atividade que conduz os navios em segurança na entrada e na saída dos portos (Praticagem do Brasil, s.d.)

- A existência de muitos *stakeholders* envolvidos nas operações dos cruzeiros no país, o que torna o processo mais custoso e burocrático;
- A escassez de profissionais qualificados para o mercado de cruzeiros, o que impacta negativamente na qualidade dos serviços e na experiência dos passageiros;
- A necessidade de contratação de guias bilíngues que se torna um custo extra para as empresas armadoras;
- O acesso limitado a crédito pelas prefeituras para que possam investir em infraestrutura portuária para receberem cruzeiros;
- A burocracia para a emissão de vistos para tripulantes estrangeiros;
- A ineficiência dos processos de alfandegamento e imigração da Receita Federal e;
- A insegurança jurídica devido à quantidade de ações trabalhistas no país que resultam em custos adicionais e imprevisibilidade das operações.

Como apontado acima, os desafios são muitos e é nítido que são precisos esforços conjuntos entre todos os *stakeholders* envolvidos nesse mercado. Entretanto, uma análise rápida dos dados apresentados aqui permite perceber que há esforços sendo realizados visando a recuperação do setor, inclusive, com previsões de crescimento para os próximos anos.

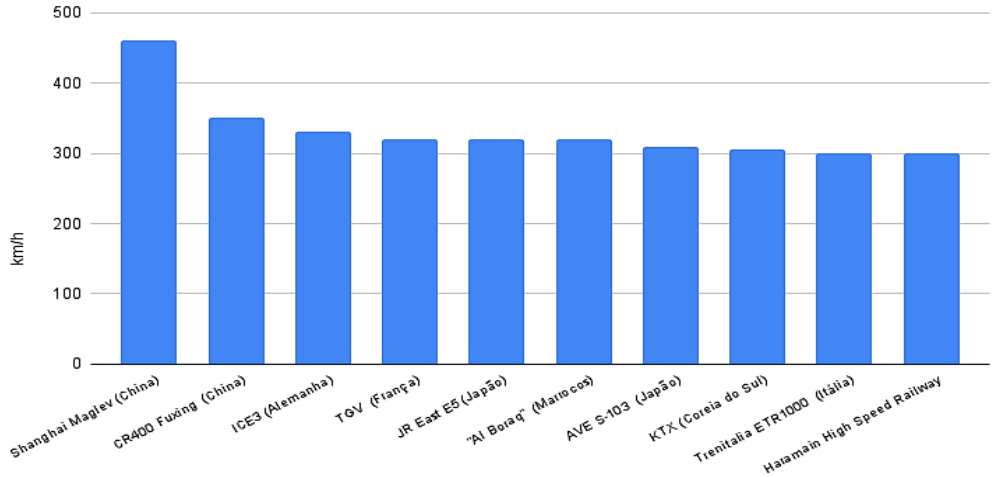
Ressaltam-se, por fim, as oportunidades existentes para estudantes e profissionais do turismo atuarem nos cruzeiros. Como as armadoras devem, obrigatoriamente, contratar um número relevante de brasileiros para as temporadas, várias vagas são abertas todos os anos para trabalhos nas mais diversas áreas e os contratos costumam extrapolar a temporada brasileira podendo chegar a até 10 meses. É uma chance de vivenciar uma realidade muito específica do turismo em um equipamento que une a hotelaria, os transportes e o lazer passando por vários lugares do mundo e com uma remuneração em moeda estrangeira (euro ou dólar americano). Por outro lado, muito é debatido com relação ao alto número de horas trabalhadas por dia e às condições oferecidas por algumas empresas aos seus tripulantes, abrindo espaço para a realização de pesquisas acadêmicas sobre o tema.

3.2. Experiência ferroviária turística

O modo ferroviário pode ser visto como um emaranhado complexo quanto à sua variada oferta (trens de aeroporto, trens regionais, trens de alta velocidade, trens turísticos etc.), em sintonia com as demandas para fins turísticos. A calibragem dos produtos ferroviários, em geral, deve levar em conta em seu planejamento e gestão desde a funcionalidade do deslocamento da demanda turística ferroviária até a busca de experiência ferroviária como a própria experiência turística. É bastante relevante um constante exercício quanto ao planejamento e gestão do segmento turismo ferroviário, observando e tratando os respectivos nichos e micro nichos (Fraga, 2022).

Os transportes ferroviários de passageiros tiveram seu início no século XIX (Palhares, 2002), e desde então são determinantes na história do turismo. A viagem organizada por Thomas Cook em 1841, com o fretamento de um trem, foi um embrião do turismo moderno como se conheceu no século XX. Neste mesmo século, as tecnologias relacionadas à alta velocidade, como o "trem bala" no Japão (*Shinkansen*) ou na França (*train à grande vitesse* ou simplesmente TGV), permitiram vencer maiores distâncias em menor espaço de tempo. A Figura 2 demonstra os trens mais rápidos do mundo na atualidade.

Figura 2 - Alta velocidade ferroviária no século XXI



Fonte: CNN Brasil (2021).

Atualmente, o uso dos transportes ferroviários para turismo são marcados por dois tipos de serviços em diferentes velocidades:

> (a) trens de altíssima velocidade, notadamente aqueles que chegam ou ultrapassam os 300 km por hora (Figura 2). Ademais, tem-se as inserções de outras tecnologias ferroviárias a perceber o Maglev, o trem de levitação magnética (Palhares, 2002; Fraga, 2013). Ainda, a exemplo, a expansão da rede de alta velocidade asiática demonstra a pujança deste modo de transportes para o desenvolvimento territorial;
>
> (b) trens lentos e experiências imersivas na história e nas paisagens, que são as evocações nostálgicas dos passeios de maria fumaça a partir de uma perspectiva nomeada de *slow rail travel,* que incentiva a contemplação da paisagem (Fraga e Botelho, 2016).

Embora esses movimentos pareçam antagônicos quanto ao quesito velocidade ferroviária, o provimento de experiências de deslocamento por trilhos marca a necessidade constante de reinvenção da experiência ferroviária enquanto parte significativa da experiência turística, mesmo que o objetivo primário seja apenas se deslocar até os destinos que se pretende visitar. Isso fica evidente porque o processo de turistificação, gerando novas e criativas experiências, pode se relacionar não só com o deslocamento, mas com aquilo que normalmente se considera como "tempo morto", ou seja, de espera pelo embarque na estação ferroviária, onde é possível conhecer mais sobre o patrimônio ferroviário construído e sua conexão com o destino turístico. Nessa direção, "New uses for old railways" (em tradução nossa: Novos usos para velhas ferrovias) é um livro emblemático que aborda o tema sob vários enfoques (McCants *et.al.*, 2016).

Portanto, se reforça que o universo da ferrovia está repleto de possibilidades de experiências turísticas, desde aquelas proporcionadas pela funcionalidade do deslocamento até as experiências mais orgânicas com as múltiplas manifestações do patrimônio material e imaterial (Hall, 2007). A depender da mirada, elas podem descortinar oportunidades de negócios, eixos temáticos para o desenvolvimento regional, novas perspectivas para valorização cultural, independentemente da vitalidade que um sistema ferroviário apresente na região em questão. Assim, em comparação com experiências ferroviárias cinéticas, as experiências ferroviárias estáticas não desempenham menos atratividade turística, tais como museus ferroviários, reusos de infraestruturas (como estações que assumem outras funções - como espaços para eventos, salas de concerto, teatros etc.) ou mesmo as vias - a exemplo das Vías Verdes, na Espanha, convertidas em rotas de integração regional para bicicletas e caminhadas, ou mesmo as interações indiretas com a memória ferroviária - como bairros, associações de ferroviários, desenhos urbanos baseados na ferrovia, paisagem sonora (quando comunidades ainda convivem, mesmo que à distância, com a rotina ferroviária), dentre muitos outros.

O design de experiências ferroviárias no turismo, pela perspectiva da economia transformacional (Pine e Gilmore, 2011), leva a um outro patamar a discussão sobre o papel que o transporte ferroviário pode assumir quanto a questões tais como os desafios da sustentabilidade. Um exemplo foi a proibição recente de voos domésticos de curta duração na França, como estratégia objetiva de combate à emissão de carbono (CO_2) por parte do governo em linha com novas normativas europeias, levando, por outro lado, a um novo impulso em rotas que ligam cidades que estão conectadas de trem a menos de 2h30, por exemplo, Paris a Lyon ou a Bordeaux (G1, 2023 por BBC News). Essa medida leva os trens ao protagonismo para o desenvolvimento de destinos turísticos, fazendo parte

de algo que vai além de escolhas que refletem o comportamento do consumidor ou tomadas de decisão para se lidar com a concorrência modal entre trens de alta velocidade (TAVs) e companhias aéreas de baixo custo e baixa tarifa (LCCs), por exemplo.

Outro exemplo inscrito no debate sobre a redução de emissão de CO_2 no contexto europeu versa sobre o protagonismo que os *sleeper trains* ("trens noturnos") têm assumido. A Revista Viagem e Turismo (2024) destacou o website *Back on Track* (disponível em <https://back-on-track.eu/>), cuja missão é fazer "campanha por mais melhores, acessíveis trens de longa distância e transfronteiriços #nighttrains [#trensnoturnos] na Europa" (tradução nossa de Back on Track, 2024).

A partir desses exemplos, fica claro que os (re)designs de experiências ferroviárias e o turismo passam atualmente por ajustes importantes no que se refere às dinâmicas específicas relativas à sustentabilidade e isso pode ter implicações no debate amplo sobre experiências transformacionais frente a interface entre turismo, ferrovia e sustentabilidade.

3.3. Mercado de locação de veículos e a consolidação dos segmentos de lazer

Ao longo das últimas décadas, o mercado de locação de veículos vem sofrendo importantes transformações, especialmente no perfil do consumidor, diversificação de produtos e uso intenso de tecnologia. Nos estudos do turismo, porém, parece que menor atenção é dada a este setor, por vezes entendido como muito homogêneo ou, ainda, carente de oportunidades para profissionais de turismo. Mas este é um tema que, como veremos adiante, pode ser espaço para oportunidades profissionais ou mesmo para empreender, desde que entendamos como as conexões com o turismo se dão ou podem se dar.

Este setor começou a ganhar forma a partir das primeiras décadas do século XX, em linha com o desenvolvimento da própria indústria automobilística, mas foi somente após a Segunda Guerra Mundial que as principais empresas cresceram na Europa e nos Estados Unidos e, a partir de então, se expandiram internacionalmente. Esse mercado foi, por muito tempo, dependente do público corporativo, pois a) os requisitos para alugar um carro não estavam disponíveis para largas parcelas da população - a começar por um cartão de crédito com limite, b) com o foco das empresas em clientes corporativos, preços e serviços raramente estavam condizentes com perfis de consumo de outros tipos de usuários - por exemplo, famílias em viagem de lazer e, por fim, c) a depender do país, o mercado de lazer, de fato, não era tão grande, tampouco diversificado, não representando uma estratégia prioritária para as empresas do setor.

Isso mudou muito e, hoje, é possível alugar veículos em praticamente todo o mundo, desfrutando das facilidades (liberdade, privacidade, conforto) de um carro à disposição durante uma estada - a lazer, trabalho, negócios ou outras motivações. Em 2024, estimam-se 570 milhões de usuários de locação de veículos - número bastante maior, inclusive, do que antes da pandemia (em 2019, eram 450 milhões). Atualmente, Enterprise-Rent-a-Car, Hertz Car Rental e Sixt são as três maiores empresas do setor, com 11%, 10% e 8% do mercado, respectivamente (statistic.com, 2024). Na esteira desse crescimento, também se observa uma diversificação dos tipos de carros, que atendem não apenas às necessidades de deslocamento básicas, senão proporcionam experiências as mais variadas, inclusive com o desenvolvimento de nichos específicos (carros de super luxo, veículos para experimentar velocidade, transporte especiais para eventos etc.).

No Brasil, foi a partir dos anos 1990 que o mercado se estruturou, dando espaço para a formação de grandes grupos de locadoras atualmente ativas no país - como Localiza e Movida, os maiores *players* do mercado brasileiro atual. Nos dias de hoje, são mais de 1,5 milhão de automóveis e veículos comerciais leves no país, distribuídos em mais de 26 mil locadoras, com um faturamento líquido de R$39,2 milhões, número 323% maior do que em 2016. O número de usuários ultrapassa os 75 milhões - mais do que o triplo de 2016 - e, com relação a empregados, são quase 100 mil (ABLA, 2024) (Tabela 1).

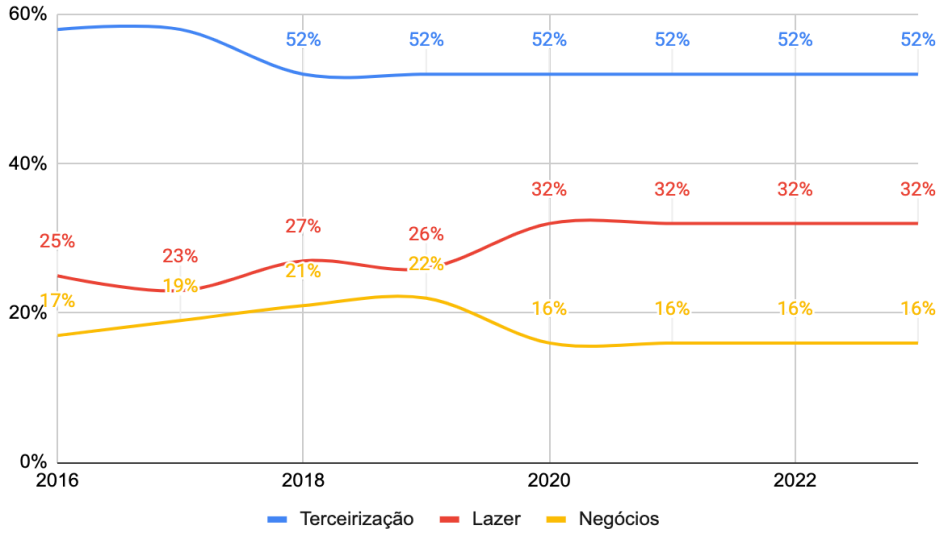
Tabela 1 - Principais indicadores do mercado de locação de veículos no Brasil - 2016-2023

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Usuários (milhões)	23,2	27,2	43	49,6	44,6	50,1	69,3	75,8
Locadoras	2.640	2.848	1.636	10.812	11.053	13.903	22.941	26.423
Empregados	76.598	77.899	82.638	75.104	77.214	85.494	89.550	98.274
Fat. líquido (milhões R$)	12,1	13,5	13,9	19	15,3	20,6	32,1	39,2
Fat. bruto (milhões R$)	13,8	15,5	15,3	21,8	17,6	23,5	36,8	44,9

Fonte: ABLA (Anuários 2019 e 2024), elaborado pelos autores.

Assim como em outras partes do mundo, o segmento de lazer cresceu em 2023, sendo o segundo mais importante (32% das locações anuais) e a terceirização de frota continua sendo a fatia mais relevante, com 52% - onde entram aluguéis de longa duração para empresas privadas e órgãos públicos, carros por assinatura e locação para motoristas de aplicativos. A parcela de locações para turismo de negócios responde por apenas 16% (ABLA, 2024). O que se observa é uma expansão sustentada do segmento de lazer a partir de 2020 - mantendo-se como o dobro do turismo de negócios, coincidindo com o período da pandemia da COVID19 - algo que se poderia explicar, dentre outras razões, tanto por uma aumento na busca por viagens mais seguras e confortáveis do que na oferta de ônibus de linhas interestaduais ou mesmo seus próprios carros, quanto pela diminuição das viagens a negócio, com o incremento do teletrabalho e práticas de *home office* (Figura 3).

Figura 3 - Evolução da participação da frota por segmento de locação (2016-2023).



Fonte: ABLA (Anuários 2019 e 2024), elaborado pelos autores.

Neste contexto, docentes, estudantes, pesquisadores e demais interessados devem se questionar: como as empresas do setor estão lidando com a mudança de perfil do usuário de carros alugados no que diz respeito a protocolos de prestação de serviço, criação de novos produtos, estratégias de comunicação e marketing? E, de outro lado, como futuros profissionais - graduados ou não em turismo e áreas afins - estão se preparando para entrar neste mercado, seja como empregado ou empreendedor?

Pensar nessas perguntas é um ponto de referência para entender o mercado de locação de veículos, de maneira orgânica, como parte da cadeia de valor do turismo, algo que, até hoje, parece ainda aguardar melhor integração, indo além de apenas um prestador de serviços no composto da atividade turística.

3.4. Aeroporto: utilidade pública ou unidade de negócio?

Os aeroportos sempre foram vistos como pontos de transferência entre os modos rodoviário/ferroviário e aéreo, possibilitando o embarque e desembarque de passageiros e cargas nas aeronaves. Neste sentido, seriam equipamentos de utilidade pública que dispõem da infraestrutura e dos serviços básicos necessários para o processamento dos clientes e dos voos de forma eficiente, rápida e segura pelas empresas aéreas. O movimento de privatização e concessão dos aeroportos, iniciado em 1987 no Reino Unido (Graham, 2011), levou a uma mudança de paradigma com relação às suas funções, usos e tipos de clientes.

Antes de seguirmos, é importante entendermos as diferenças entre os conceitos de privatização e concessão. Na privatização, o aeroporto (em sua totalidade ou não) é vendido de forma definitiva para a iniciativa privada. No caso das concessões, a transferência para a iniciativa privada é temporária, com prazos e regras para a exploração dos serviços determinados em contrato.

Isto posto, em suma, os governos decidem por privatizar/conceder os seus aeroportos tendo em vista alguns objetivos (Graham, 2011): melhorar a sua eficiência e desempenho, gerar maiores investimentos, obter ganhos financeiros para o estado (com menor influência), atração de novos voos e melhorias na qualidade e na gestão do ativo. A fim de financiar os investimentos e as melhorias necessárias e ainda obterem os resultados esperados, as

empresas adotam um paradigma comercial de gestão e operação dos aeroportos passando a enxergá-los como verdadeiras unidades de negócios (Jarach, 2001) capazes de gerar não somente as receitas aeronáuticas[2], mas também as não-aeronáuticas[3]. Em 2019, cerca de 40% das receitas totais dos aeroportos no mundo foram do tipo não-aeronáutica, distribuídas da seguinte forma (Airports Council International, 2023): 26% de concessões de espaços comerciais, 21% dos estacionamentos, 15% de aluguéis e receitas imobiliárias, 6% de concessões de aluguel de veículos, 6% de concessões de alimentos e bebidas, 3% de combustível e óleo e 23% de outras receitas não-aeronáuticas que incluem outras concessões e atividades não especificadas realizadas por um aeroporto.

No caso do Brasil, os aeroportos começaram a ser concedidos pelo governo federal[4] em 2011, tendo o Aeroporto de São Gonçalo do Amarante, na região de Natal/RN, como protagonista. Ao longo de sete rodadas (com 59 aeroportos concedidos em todas as regiões do país), o modelo veio se transformando e se modernizando. Até a terceira rodada, por exemplo, a Infraero - empresa estatal que administrava e operava grande parte dos aeroportos brasileiros - obrigatoriamente entrava com 49% de participação societária. Por falta de recursos, o governo resolveu retirá-la das concessões seguintes.

Outra mudança foi a concessão por blocos, a partir da quinta rodada, de modo que uma mesma concessionária passasse a operar vários aeroportos em uma mesma região, ampliando as chances de concessão de terminais não tão atrativos juntamente com outros de maior potencial (Quadro 1). Além disso, é perceptível a intensa presença de empresas estrangeiras na gestão e operação dos aeroportos brasileiros, tais como a Zurich Airport Brasil (Suíça), Fraport Brasil (Alemanha), Vinci Airports (França) e a AENA Brasil (Espanha).

Quadro 1 - Rodadas de concessões aeroportuárias no Brasil (continua)

Rodada	Ano	Aeroporto (Código IATA[5])	Concessionária
1ª	2011 e 2024	São Gonçalo do Amarante/RN (NAT)	Inframerica Aeroportos (2011) relicitado para a Zurich Airport Brasil (2024)
2ª	2012	Guarulhos/SP (GRU)	GRU Airport
		Brasília/DF (BSB)	Inframerica Aeroportos
		Viracopos/SP (VCP)	Aeroportos Brasil Viracopos
3ª	2014	Galeão/RJ (GIG)	RIOgaleão
		Belo Horizonte/MG (CNF)	BH Airport
4ª	2017	Porto Alegre/RS (POA)	Fraport Brasil
		Salvador/BA (SSA)	Vinci Airports
		Fortaleza/CE (FOR)	Fraport Brasil
		Florianópolis/SC (FLN)	Zurich Airport Brasil
5ª	2019	**Bloco Nordeste**	
		Recife/PE (REC)	AENA Brasil
		Maceió/AL (MCZ)	
		João Pessoa/PB (JPB)	
		Aracaju/SE (AJU)	
		Juazeiro do Norte/CE (JDO)	
		Campina Grande/PB (CPV)	
5ª	2019	**Bloco Centro-Oeste**	
		Cuiabá/MT (CGR)	AENA Brasil
		Sinop/MT (OPS)	
		Rondonópolis/MT (ROO)	
		Alta Floresta/MT (AFL)	

[2]Receitas diretamente relacionadas às operações dos voos provenientes de tarifas pagas pelas empresas aéreas e passageiros, tais como: taxa de embarque, tarifa de pouso, tarifa de permanência, dentre outras.
[3]Receitas que não estão diretamente relacionadas às operações dos voos, tais como: aluguéis das áreas comerciais, estacionamento, realização de eventos, espaços de entretenimento, dentre outras.
[4]Além do programa de concessões do governo federal, há ainda programas estaduais ou municipais, como o Programa de Concessão dos Aeroportos Regionais e de Aviação Executiva do Governo do Estado de São Paulo, por exemplo.
[5]A IATA é a Associação do Transporte Aéreo Internacional. Fundada em 1945 em Havana, Cuba, a IATA representa 340 empresas aéreas em 124 países. Para que um aeroporto inicie as operações de voos comerciais, é preciso que seja solicitado à associação a criação de um código que será utilizado como sua designação oficial nos sistemas de empresas aéreas, agências de viagens e operadoras de turismo, por exemplo.

Quadro 1 - Rodadas de concessões aeroportuárias no Brasil (conclusão)

Rodada	Ano	Aeroporto (Código IATA)	Concessionária
5ª	2019	**Bloco Sudeste**	
		Vitória/ES (VIX)	Zurich Airport Brasil
		Macaé/RJ (MEA)	
6ª	2021	**Bloco Sul**	
		Curitiba/PR (CWB)	CCR Aeroportos
		Foz do Iguaçu/PR (IGU)	
		Londrina/PR (LDB)	
		Bacacheri/PR (BFH)	
		Navegantes/SC (NVT)	
		Joinville/SC (JOI)	
		Pelotas/RS (PET)	
		Uruguaiana/RS (URG)	
		Bagé/RS (BGX)	
		Bloco Central	
		Goiânia/GO (GYN)	CCR Aeroportos
		Palmas/TO (PMW)	
		Teresina/PI (THE)	
		Petrolina/PE (PNZ)	
		São Luís/MA (SLZ)	
		Imperatriz/MA (IMP)	
		Bloco Norte	
		Manaus/AM (MAO)	Vinci Airports
		Tabatinga/AM (TBT)	
		Tefé/AM (TFF)	
		Rio Branco/AC (RBR)	
		Cruzeiro do Sul/AC (CZS)	
		Porto Velho/RN (PVH)	
		Boa Vista/RR (BVB)	
7ª	2022	**Bloco Aviação Geral**	
		Campo de Marte/SP (RTE)	PAX Aeroportos
		Jacarepaguá/RJ (RRJ)	
		Bloco Norte II	
		Belém/PA (BEL)	Norte da Amazônia Airports
		Macapá/AP (MCP)	
		Bloco SP/MS/PA/MG	
		Congonhas/SP (CGH)	AENA Brasil
		Campo Grande/MS (CGR)	
		Corumbá/MS (CMG)	
		Ponta Porã/MS (PMG)	
		Santarém/PA (STM)	
		Marabá/PA (MAB)	
		Parauapebas/PA (CKS)	
		Altamira/PA (ATM)	
		Uberlândia/MG (UDI)	
		Montes Claros/MG (MOC)	
		Uberaba/MG (UBA)	

Fonte: Elaborado pelos autores com base em ANAC [s.d.].

Adotar um paradigma comercial de gestão e operação dos aeroportos significa também entender que os passageiros não são meros usuários do transporte aéreo, mas sim clientes que, como tal, possuem um perfil próprio, bem como desejos, necessidades e expectativas diferentes. Além disso, significa expandir a sua base de

clientes para incluir a comunidade local, empresas e seus funcionários que operam direta ou indiretamente na área de influência do aeroporto, turistas e entusiastas da aviação (Jarach, 2001) por meio da ampliação da oferta de serviços comerciais, turísticos, logísticos, de consultoria e de reuniões e incentivo.

O novo Aeroporto Internacional de Florianópolis, por exemplo, possui o chamado "Boulevard 14/32", uma área com lojas, serviços, restaurantes, supermercado, além de um espaço para eventos dos mais variados tipos que vêm atraindo a população local a utilizar o aeroporto não somente quando estão viajando, mas também para atividades de lazer e/ou compras, trazendo novos usos para o aeroporto.

Ao se tornarem verdadeiras unidades de negócio, os aeroportos passam a ser empresas orientadas para o marketing (Jarach, 2001) e, dessa forma, podem se diferenciar dos concorrentes por meio de projetos de *branding*[6] bastante estratégicos (Figueiredo e Castro, 2019). A tendência que se nota nas últimas duas décadas é a utilização do chamado *Branding* Turístico de Aeroportos, definido por Castro (2015, p. 177) como "um conjunto de ações disciplinadas visando a construção de consciência e identidade da marca de um aeroporto por meio da inclusão de elementos locais que proporcionem senso de lugar e experiências turísticas memoráveis aos passageiros e visitantes". Em muitos desses casos, o aeroporto se torna também um atrativo turístico, como o Aeroporto de Changi, em Singapura, que, além de muitas outras atividades, possui a maior cascata *indoor* do mundo.

Ainda com relação ao marketing, o Brasil tem se destacado na realização de eventos específicos para os *plane spotters*, pessoas que têm como *hobby* "apreciar aeronaves, gravar essas aeronaves, estimar o processo de gravá-las..." (Lichter-Mark, 2016, p.55). Moinho (2023), em sua pesquisa sobre o papel dos *plane spotters* para a promoção dos aeroportos nas redes sociais, identificou que, apesar de muitas vezes os registros focarem muito mais nas aeronaves do que nas infraestruturas aeroportuárias, ainda há espaço para que as concessionárias idealizem estratégias mais coordenadas.

Por tudo o que foi exposto neste tópico, podemos afirmar que essa transformação dos aeroportos abre espaço para uma maior inserção do profissional do turismo, plenamente capacitado para atuar não só nas áreas operacionais, mas também na gestão e, sobretudo, no marketing dessas empresas.

3.5. Mobilidades urbanas e destinos turísticos

As cidades enquanto invenções humanas para a sociabilidade têm se transformado ao longo da história recente da humanidade de muitos jeitos. Um exemplo disso é que estas têm ganhado uma série de novas adjetivações tais como: inteligentes, resilientes, criativas, entre tantas outras. Se antes esses adjetivos eram apenas de domínio de organismos humanos, agora ganham outra roupagem para indicar, de maneira metafórica, que a cidade é um organismo vivo e em constante transformação. Por exemplo, a inteligibilidade da cidade vem a reboque dos avanços das novas tecnologias, sejam estas de comunicação, informação, transportes etc., o que favorece novas chancelas que posicionam as cidades em rankings temáticos locais e globais. Conforme Moreira (2024), a chancela da UNESCO para cidades criativas em gastronomia pode empoderar estas cidades enquanto destino turístico no mercado global de viagens.

Por outro lado, a adjetivação não é somente da cidade, está ligada também aos sistemas de transportes, notadamente quando implica a inteligência e a sustentabilidade. Quanto à inteligência, observa-se o aumento de centros de comando e controle (CCC), com provimento de dados em tempo real sobre a mobilidade por transportes visando melhor gestão, a exemplo o gerenciamento do tráfego. A adoção de sistemas inteligentes de transportes que no inglês vertem a sigla ITS do termo *Intelligent Transport System*, auxiliam em processos de tomada de decisão, inclusive do motorista, passando a ser um requisito de destinos turísticos urbanos contemporâneos, alinhados às novas tecnologias de informação e comunicação. Isso pode influenciar nas próprias estratégias de sustentabilidade, se bem articulados, especialmente na aliança com estratégias de marketing de destinos inteligentes.

Contudo, nota-se que problemas de mobilidade urbana e sua relação com turismo são vivenciados no mundo todo, incluindo o Brasil, e isto depende fortemente de legislações, governança e políticas públicas que auxiliem no enfrentamento dos mais variados desafios, envolvendo temas transversais como as mudanças climáticas. Fato nítido quando, no bojo dos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS) propostos pela Agenda 2030 (UN,

[6]Entende-se por *branding* o processo utilizado para construir consciência de uma marca e, consequentemente, aumentar a fidelização dos clientes (Wheeler, 2013).

2015), tem-se articulações entre vários ODS e não somente um foco naturalizado no ODS 11 que trata especificamente sobre cidades e comunidades sustentáveis. No Brasil, se observa uma relação entre mobilidade

urbana, sustentabilidade e turismo, quando se analisam pormenores da Lei da Mobilidade Urbana de 2012 (Brasil, 2012) e, mais recente, a redação da Lei 14.000 de 2020 (Brasil, 2020) que evoca questões de sazonalidade *versus* capacidade de carga em áreas de interesse turístico.

Portanto, o espectro das mobilidades em destinos turísticos urbanos leva sempre a um ponto de inflexão que é a sustentabilidade. Assim, independente de títulos e chancelas, cidades que conseguem uma maior distribuição de fluxos agredindo menos o ambiente com provimento de energia limpa e um custo de deslocamento acessível para todos, são, inegavelmente, cidades mais sustentáveis. O protagonismo de sistemas de bicicletas compartilhadas e outros serviços de baixo carbono (ex.: aluguel de patinete elétrico), e que promovem a mobilidade ativa, coloca o fazer turismo nestes destinos urbanos numa condição de atividade que dialoga fortemente com percepções sobre as variadas dimensões do bem-estar humano.

Velhas estruturas ligadas aos transportes de massa começam a dar lugar a espaços de lazer, e em alguns casos se tornam verdadeiras atrações turísticas. Este é o caso do *High Line* em Nova York, do *Promenade Plantée* em Paris, ou mesmo do Parque Minhocão, em São Paulo. Todos estes exemplos demonstram como antigas infraestruturas de transportes ferroviários ou mesmo urbanas podem se transformar em verdadeiros parques urbanos, com variada disponibilidade de estrutura de lazer e fruição, reinterpretando, inclusive, a própria noção de parque urbano. Assim, a cidade vai sendo redesenhada, apagando antigos sucessos e fracassos, mesmo que isto possa ocorrer em somente uma parte do dia ou da noite, ou mesmo em dias específicos da semana em função do gerenciamento da mobilidade urbana. Esse é o caso do Parque Minhocão, que se transforma em parte significativa dos finais de semana em espaço de lazer para a comunidade local (Machado e Allis, 2022), sendo inegavelmente um espaço que já se configura como atração nos guias turísticos mais descolados sobre o que fazer na capital paulista.

Estratégias de gerenciamento da mobilidade, como *traffic calm*, no qual se projeta uma onda lenta nas cidades, para que se evite usar o transporte privado motorizado em centros urbanos têm sido adotadas em várias partes do mundo. O centro da cidade cada vez mais sem carros é um projeto ambicioso e que dialoga com a necessidade deste novo design urbano. Para tanto, é preciso investir em infraestrutura e serviços adequados. O Rio de Janeiro, por ocasião dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 inaugurou o Veículo Leve sobre Trilhos (VLT). O sistema visa ser intermodal, coligando os principais portões de entrada para turistas na cidade, contudo, é preciso se questionar se o residente, trabalhador, é igualmente beneficiado e, principalmente, se pode pagar para usar. Nesse sentido, a pauta do transportes com tarifa zero seja todos os dias ou em alguns dias da semana, é uma estratégia adotada por algumas cidades, inclusive como parte de uma política de incentivo ao lazer e ao turismo. Juiz de Fora, em Minas Gerais, tem promovido, aos domingos e feriados nacionais, gratuidade para todos no transporte coletivo urbano, sendo um dos argumentos, a maior acessibilidade dos moradores aos equipamentos de lazer da cidade (Prefeitura de Juiz de Fora, PJF, 2023). Conforme dados da Tribuna de Minas (2023), o ônibus coletivo urbano gratuito aumentou, num período menor que um mês, o fluxo médio de 27 mil passageiros aos domingos.

Observa-se que as cidades caóticas e complicadas, ao terem sistemas de mobilidade urbana defasados, geram problemas para fruição de todos, incluindo os turistas. Se planejar transportes e turismo em cidades, de maneira conjugada, ainda é realidade de poucos destinos turísticos urbanos, o turista - mesmo aquele mais equipado com *smartphones* conectados a aplicativos de geolocalização - pode encontrar dificuldades em como vivenciar e fruir as atrações turísticas. Neste ponto, aliam-se novas práticas, tais como o papel que os serviços compartilhados têm assumido não somente em escalas geográficas distintas, mas evidentemente dentro de destinos turísticos visitados. Portanto, é preciso pensar numa agenda com reflexões sobre estudos futuros que alinhem conhecimentos sólidos sobre turismo sustentável e mobilidade urbana sem desconsiderar sinergias que tem surgido entre a relação entre humanos mediados por variadas novas tecnologias.

4 CONSTRUINDO UMA NOVA AGENDA

Apresentamos alguns temas emergentes sobre como os transportes participam da experiência e das rotinas turísticas - e ao mesmo tempo, como o turismo pontua espaços e tempos dos transportes, nem sempre desenhados com o fim de uso turístico. Com isso, esperamos ter elucidado que o estudo dos transportes para o turismo deve ir além de uma abordagem meramente técnica ou gerencial, abrindo, por outro lado, oportunidades e desafios de conexão com outras áreas do conhecimento para a formação e a pesquisa em turismo - incluindo, mas não se limitando, a transversalidade de temas tais como hospitalidade, patrimônio histórico e gestão cultural, planejamento territorial e de destinos turísticos, marketing de serviços e de lugares, experiência do usuário,

desafios das mudanças climáticas e as respostas do campo do turismo. Nesse sentido, sem que seja obviamente uma lista exaustiva, objetivamos ilustrar, a partir dos vários modos de transportes, como estas análises podem ser feitas, contribuindo para a formação de profissionais e analistas do campo do turismo que concebem as diversas temporalidades abarcadas no estudo do turismo.

Além desses temas emergentes ilustrados, citamos alguns outros enfoques ou mesmo tendências para se construir uma nova agenda, que poderão ser bastante relevantes e estimulantes no bojo do ensinar e aprender sobre transportes e turismo neste alvorecer de século XXI:

- O papel da pesquisa de fronteira para os avanços sobre distintas frentes de conhecimento sobre a interface transportes e turismo;
- Desenvolvimento tecnológico, expansão das interações entre humanos e máquinas, pelo bojo das neurociências e da computação, o que implica discutir tópicos tais como inteligência artificial (IA), computação afetiva, robôs, entre outros;
- Estratégias de precificação e gerenciamento de receitas em transportes e turismo;
- Legislação sobre transportes e turismo, num mundo orientado por dados;
- Logística de serviços de transportes e de turismo;
- Transportes e turismo pelas lentes do bem-estar e da saúde;
- Usos recreacionais de veículos adaptados ou produzidos (trailers, motorhomes, etc) e seus mercados, novos serviços de apoio, manutenção e montagem;
- Convergência e simplificação dos serviços de companhias aéreas em direção ao padrão de baixo custo/baixa tarifa e, ao mesmo tempo, diversificação de serviços sotifisticados e especializados, em nichos de luxo ou ultra-luxo;
- Impactos das novas regulamentações ambientais e desenvolvimento de tecnologias (como combustíveis sustentáveis de aviação), e os seus desdobramentos nos mercados turísticos - tais como taxas ambientais, proibições de voos, emergências de novas éticas - como o *flight shame* ("vergonha de voar");
- Revalorização das experiências dos deslocamentos não-motorizados, em linha com princípios de *slow-tourism* ou busca por experiências exclusivas, como caminhadas de longa distância (combinadas ou não com *glamping*) e ciclismo de várias linhagens (desempenho, passeios rurais, integração como comunidades, etc).

Embora os enfoques e as tendências não se esgotem, esses tópicos somados aos temas emergentes ilustrados nesta revisão didática se constituem numa espécie de lanterna relevante para que docentes, discentes e demais interessados se sintam confortáveis a dar os próximos passos na busca por ideias corajosas que alicercem as transformações que o século XXI tem nos exigido, notadamente aquelas que colocam os seres humanos e seu bem-estar no centro do debate. Assim, essa revisão didática cumpre o papel de ser um rascunho para se construir essa nova agenda sobre transportes e turismo, emergindo além de novidades, uma reflexão crítica assentada em conhecimento interdisciplinar que caminhe para um compromisso transdisciplinar e que coloque a sala de aula das graduações e pós-graduações e as frentes de pesquisas e extensão atreladas a essa, cada vez mais, a serviço da sociedade.

REFERÊNCIAS

ABLA - Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis (2024). *Anuário Brasileiro do Setor de Locação de Veículos 2024.* Disponível em: https://www.virapagina.com.br/abla2024/. Acesso em 20 de julho de 2024.

ANAC. (s.d.). Concessões de Aeroportos. Disponível em: https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/concessoes. Acesso em 04 de julho de 2023.

Airports Council International. (2023). *2023 ACI Airport Economics Report.* Montreal: ACI. Back on Track. Disponível em https://back-on-track.eu/. Acesso em 11 set. 2024.

Brasil (2012). *Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012.* Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12587.htm. Acesso em: 03 de setembro de 2024.

Brasil (2020). *Lei 14.000 de 19 de maio de 2020.* Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/l14000.htm. Acesso em: 03 de setembro de 2024.

Castro, R., Fraga, C., & Lohmann, G. (2013). Planejamento e gestão dos transportes e destinos turísticos. In: Lohmann, G., Fraga, C. & Castro, R. (2013). *Transportes e Destinos Turísticos: Planejamento e Gestão.* Rio de Janeiro: Campus/Elsevier.

Castro, R. T. (2015). *Branding de aeroportos como ferramenta de promoção de destinos turísticos*. Tese de Doutorado. Programa de Engenharia de Transportes. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

CLIA - Cruise Lines International Association (2024). *State of the cruise industry report - May 2024.* Disponível em: https://cruising.org/-/media/clia-media/research/2024/2024-state-of-the-cruise-industry-report_updated-050824_web.ashx. Acesso em 05 de setembro de 2024.

CLIA Brasil/Fundação Getúlio Vargas. (2024). *Cruzeiros marítimos: estudos de perfis e impactos econômicos no Brasil: temporada 2023/2024.* CLIA Brasil, Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro: FGV Projetos.

CNN Brasil. (2021). *Voando sem asas: os 10 trens mais rápidos do mundo. Jones, B.* Publicado em 11 dez. 2021. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/voando-sem-asas-os-10-trens-mais-rapidos-do-mundo. Acesso em 11 set. 2024.

Figueiredo, T. & Castro, R. (2019). Passengers perceptions of airport branding strategies: the case of Tom Jobim International Airport - RIOgaleão, Brazil. *Journal of Air Transport Management*, *74*, 13-19. https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2018.09.010

Fraga, C. (2013). Transportes terrestres e destinos turísticos. In: Lohmann, G.; Fraga, C.; Castro, R. (2013). *Transportes e Destinos Turísticos: Planejamento e Gestão.* Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, pp. 177- 212.

Fraga, C. & Botelho, E.S. (2016). Slow Travel: Uma análise da relação entre ferrovia, meio ambiente e turismo no Brasil. *Dos Algarves: Revista Turismo, Hotelaria & Gestão*, (27), 137-155. https://doi.org/10.18089/DAMeJ.2016.27.7

Fraga, C. (2022). *Railways and niche tourism developments in Brazil.* In: Novelli, M. *et.al.* (edts.). Handbook of Niche Tourism. Edward Elgar Publishing, pp. 172-185.

Hall, D. (2008). Transport, Tourism and Leisure In: Knowles, R.; Shaw, J, & Docherty, I. (2008). *Transport Geographies:* Mobilities, Flows and Spaces. Willey.

G1. (2023). *Por que França decidiu proibir voos domésticos de curta duração*. BBC News. Publicado em 24 mai. 2023. Disponível em: https://g1.globo.com/meio-ambiente/noticia/2023/05/24/por-que-franca-decidiu-proibir-voos-domesticos-de-curta-duracao.ghtml. Acesso em 11 set. 2024.

Graham. A. (2011). The objectives and outcomes of airport privatization. *Research in Transportation Business & Management*, *1(1)*, 03-14. https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2011.05.004

Jarach, D. (2001). The evolution of airport management practices: towards a multi-point, multi-service, marketing driven firm. *Journal of Air Transport Management*, *7(2)*, 119-125. https://doi.org/10.1016/S0969-6997(00)00038-7

Khan, M. A. (2022). An Analysis of the Space Tourism Market in the United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia and Its Potential for Development of Zero-Gravity and Suborbital Commercial Spaceflights. *New Space*, *10*(4), 315-329. https://doi.org/10.1089/space.2021.0007

Leal, F. B., Soares, M. F., Pacheco, N., Catramby, T., Guimarães, T. V. (2013). O mercado de cruzeiros marítimos no Brasil: uma análise da demanda potencial no estado do Rio de Janeiro. *Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica*, 7(3), 17-38. https://doi.org/10.17648/raoit.v7n3.3472

Lichter-Mark, R. (2016). Eyes aloft: the sublime obsession of plane spotting. *Virginia Quartely Review*, 92(4), 52-63.

Lohmann, G., Castro, R., & Valente, F. (2013). Marketing dos transportes e destinos turísticos. In: Lohmann, G., Fraga, C., & Castro, R. (2013). *Transportes e Destinos Turísticos: Planejamento e Gestão.* Rio de Janeiro: Campus/Elsevier.

Lohmann, G., & Duval, D. T. (2014). Destination morphology: A new framework to understand tourism–transport issues? *Journal of Destination Marketing & Management, 3*(3), 133-136. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.07.002

Lohmann, G., Fraga, C., & Castro, R. (2013). *Transportes e Destinos Turísticos: Planejamento e Gestão.* Rio de Janeiro: Campus/Elsevier.

Machado, A. C. P., & Allis, T. (2022). New approaches to urban tourism. Living with a “big worm” in central São Paulo (Brazil). In: Aurélie Condevaux, Maria Gravari-Barbas, Sandra Guinand (Eds.). *Tourism Dynamics in Everyday Places: Before and After Tourism*. Routledge. (137-155).

McCants, A., Beira, E., & Cordeiro, J. M. L. (Eds.). (2016). *New uses for old railways.* TUA.

Milano, C. (2018). Overtourism, mal estar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041

Moinho, G. (2023). *O papel dos plane spotters para a promoção dos aeroportos nas redes sociais*. Trabalho de Conclusão de Curso. Bacharelado em Lazer e Turismo. São Paulo: Universidade de São Paulo.

Moreira, P.H. de O. (2024). *Modelo de decisão multicritério para cidades criativas em gastronomia da UNESCO: Proposição para futuro benchmarking.* Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal Fluminense.

ONU Turismo (2024). *Urban Tourism.* Disponível em: https://www.unwto.org/urban-tourism. Acesso em: 05 set. 2024.

Page, S. J. (2001). *Transporte e turismo: perspectivas globais*. Bookman Editora.

Page, S. J. (2008). *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2ed. Bookman Editora.

Paolillo, A. M., & Rejowski, M. (2002). *Transportes.* São Paulo: Aleph.

Palhares, G.L. (2002) *Transportes Turísticos*. São Paulo: Aleph.

Palhares, G. L. (2005). *Transporte para turistas: conceitos, estado da arte e tópicos atuais. In:* Trigo, L.G.G. (org). Análises globais e regionais do turismo brasileiro. São Paulo: Roca, 641-670.

Peeters, P., Higham, J., Cohen, S., Eijgelaar, E., & Gössling, S. (2018). Desirable tourism transport futures. *Journal of Sustainable Tourism. 27(2), 173–188. https://doi.org/*10.1080/09669582.2018.1477785

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy.* Harvard Business Press.

Praticagem do Brasil (s.d.). *O que é praticagem*. Disponível em: <https://www.praticagemdobrasil.org.br/praticagem/o-que-e-praticagem/>. Acesso em: 24 de março de 2025.

Prefeitura de Juiz de Fora, PJF (2023). *Prefeitura estabelece gratuidade do transporte público aos domingos e feriados nacionais.* Portal de Notícias. Publicado em 02 de outubro de 2023. Disponível em: https://www.pjf.mg.gov.br/noticias/view.php?modo=link2&idnoticia2=81445. Acesso em: 05 de setembro de 2024.

Statistic. (2024). *Car Rentals: Worldwide*. Disponível em: https://www.statista.com/outlook/mmo/shared-mobility/car-rentals/worldwide. Acesso em 25 de julho de 2024.

Tribuna de Minas (2023). Zanetti, N. *Ônibus gratuito aumenta em 27 mil o fluxo de passageiros.* Publicado em 02 de novembro de 2023. Disponível em: https://tribunademinas.com.br/noticias/cidade/02-11-2023/onibus-gratuito-aumenta-fluxo.html. Acesso em 14 de junho de 2024.

UN (2015). *SDGS.* Disponível em: https://sdgs.un.org/goals. Acesso em: 14 de junho de 2024.

Viagem e Turismo (2024). *Europa amplia a malha de trens noturnos pelo continente.* Jansen, M. Publicado em: 28 mar. 2024. Disponível em: https://viagemeturismo.abril.com.br/manual-do-viajante/europa-amplia-a-malha-de-trens-noturnos-pelo-continente/. Acesso em: 11 set. 2024.

Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. Nova York: John Wiley & Sons Inc.

Informação dos Autores

Thiago Allis
D.Sc. em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da Universidade de São Paulo (USP). Professor associado da Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Líder do Grupo de Pesquisa Mobilidades e Turismo (MObTur).
Contribuições: Conceitualização, Curadoria de dados, Análise formal, Investigação, Metodologia, Administração do projeto, Validação, Visualização, Escrita – esboço original, Escrita – revisão e edição.
E-mail: thiagoallis@usp.br
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9070-7928

Rafael Castro
D.Sc. em Engenharia de Transportes pelo Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia (COPPE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor do curso Bacharelado em Turismo do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ), campus Petrópolis. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Mobilidades e Turismo (MobTur).
Contribuições: Conceitualização, Curadoria de dados, Análise formal, Investigação, Metodologia, Validação, Visualização, Escrita – esboço original, Escrita – revisão e edição.

E-mail: rafael.teixeira@cefet-rj.br
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7672-0800

Carla Fraga
D.Sc. em Engenharia de Transportes pelo Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia (COPPE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Criadora e atual pesquisadora do Grupo de Pesquisa Transportes e Turismo (GPTT); Criadora e líder do Grupo de Pesquisa Turismo: Neurociências e Computação (GPT:N&C).
Contribuições: Conceitualização, Curadoria de dados, Análise formal, Investigação, Metodologia, Validação, Visualização, Escrita – esboço original, Escrita – revisão e edição.
E-mail: carlota.fraga@ufjf.br
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7704-2298