

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

CAMILA DE ALMEIDA TEIXEIRA

TURISMO DE BICICLETA:  
A DINÂMICA DAS CICLOVIAGENS NA PERSPECTIVA DOS CICLOVIAJANTES

NITERÓI

2020

CAMILA DE ALMEIDA TEIXEIRA

TURISMO DE BICICLETA:  
A DINÂMICA DAS CICLOVIAGENS NA PERSPECTIVA DOS CICLOVIAJANTES

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo do Curso de Pós-Graduação em Turismo, da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense. Orientado pela professora Dr<sup>a</sup>. Fátima Priscila Morela Edra.

NITERÓI

2020



CAMILA DE ALMEIDA TEIXEIRA

TURISMO DE BICICLETA:  
A DINÂMICA DAS CICLOVIAGENS NA PERSPECTIVA DOS CICLOVIAJANTES

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo do Curso de Pós-Graduação em Turismo, da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense. Orientado pela professora Dr<sup>a</sup>. Fátima Priscila Morela Edra.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Fátima Priscila Morela Edra. (Orientador), PPGTUR/FTH/UFF

---

Prof. Dr. Marcello de Barros Tomé Machado, PPGTUR/FTH/UFF

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carla Conceição Lana Fraga, UNIRIO

NITERÓI

2020

## Resumo

O crescimento do turismo de bicicleta no Brasil e no mundo, assim como as diferentes formas de utilizar a bicicleta como meio de transporte durante a atividade turística, tem despertado o interesse de pesquisadores mundialmente. Neste trabalho, o objetivo principal foi compreender as dinâmicas das ciclovias a partir de relatos de cicloviantes de forma transversal com textos que abrangem consumo e espaço. E, como objetivos específicos, verificar existência ou não de diferença entre ciclovias e cicloturismo por meio de suas definições e características; entender como se dá o consumo na ciclovias; verificar a relação entre a teoria do espaço turístico com o espaço ocupado pelo ciclovianante, e a partir disso, compreender o espaço turístico das ciclovias. A fim de alcançar os objetivos, utilizou-se pesquisa quali-quantitativa, por permitir a utilização de diferentes metodologias. Do capítulo 1 ao capítulo 4, optou-se pela pesquisa bibliográfica, articulando com relatos de dois cicloviantes (Isabela Caruso e Sven Schmid). Enquanto que, no capítulo 5, utilizou-se o questionário estruturado, dividido em três seções (i) introdução; (ii) atividades e comportamento; (iii) características dos viajantes de bicicleta. A partir do estudo epistemológico da palavra cicloturismo, no primeiro capítulo, notou-se que seu uso não está errado, porém equivocado. Com isso, sugere-se uma nova nomenclatura, turismo de bicicleta, abrangente a todas as atividades turísticas que utilizam a bicicleta e, como subsegmentos, cicloturismo, ciclovias e ciclodesporto. A continuação da pesquisa se restringe ao estudo das ciclovias. No segundo capítulo, fez-se levantamento bibliográfico a fim de verificar quais assuntos relacionados ao turismo de bicicleta são mais pesquisados. Ao fim do capítulo se percebeu a existência de uma lacuna, principalmente, em relação às pesquisas sobre ciclovias. O terceiro capítulo discorre sobre a relação do ciclovianante com o consumo, utilizando pensadores como Zygmunt Bauman, Paul Bloom e Daniel Kahneman. Pôde-se perceber que as ciclovias, com base nos dois relatos, estão na contramão do consumismo. A partir da discussão entre os referidos autores, pode-se apresentar um novo conceito chamado de capital móvel onde toda a possibilidade em qualquer tipo de transporte demanda que o indivíduo disponha de capital para seu deslocamento. O quarto capítulo aborda a questão do espaço sob a perspectiva de estudiosos das áreas da geografia, filosofia e da arquitetura. Notou-se real complexidade do espaço, principalmente, quando se trata do espaço turístico do ciclovianante. O espaço turístico de Boullón, mostrou-se frágil por limitar o turista em parte do espaço e desconsiderar a bicicleta como meio de transporte. Assim, viu-se que o espaço do ciclovianante pode ser visto a partir da perspectiva do *slow travel*, movimento que segue na contramão do turismo de massa, possibilitando ao turista melhores experiências por não se permitir uma viagem vivida em função do tempo. E, por fim, o quinto capítulo apresenta os resultados e discussões da pesquisa *online*, publicada em grupos da rede social Facebook específicos de ciclovianante, corroborando algumas ideias trabalhadas nos capítulos anteriores. A pesquisa obteve 241 respostas, mostrando que os respondentes se autodeclararam cicloviantes, porém quando separados por continentes (América do Sul e Norte e Europa), somente os sul americanos se autodeclararam cicloturistas. Além disso, a maioria deles estão na faixa dos 35 aos 44 anos, preferem rotas que passam por áreas ou cidades rurais, porém se contradizem quando declaram que quando estão pernoitando em cidade optam por visitar atrativos turísticos. A maioria dos respondentes costumam viajar com amigos e/ou familiares ao longo de toda viagem. Ademais, a principal motivação em se fazer uma ciclovias é a aventura dela.

**Palavras-chave:** Ciclovias. Cicloturismo. Turismo de Bicicleta. *Slow Travel*.

## Abstract

The growth of bicycle tourism in Brazil and in the world, as well as the different ways of using the bicycle as a means of transport during tourist activity, has aroused the interest of researchers worldwide. In this work, the main objective was to understand the dynamics of bicycle travel from reports of bicycle travelers in a transversal way with texts that cover consumption and space. And, as specific objectives, check whether or not there is a difference between bicycle travel and bicycle tourism through their definitions and characteristics; understand how consumption takes place on bicycle travel; to verify the relationship between the theory of the tourist space and the space occupied by the cyclist, and from that, to understand the touristic space of the cyclist. In order to achieve the objectives, quali-quantitative research was used, as it allows the use of different methodologies. From chapter 1 to chapter 4, we opted for bibliographic research, articulating with reports of two cycle travelers (Isabela Caruso and Sven Schmid). While, in chapter 5, the structured questionnaire was used, divided into three sections (i) introduction; (ii) activities and behavior; (iii) characteristics of bicycle travelers. From the epistemological study of the word cyclotourism, in the first chapter, it was noted that its use is not wrong, but mistaken. With this, a new nomenclature is suggested, bicycle tourism, encompassing all tourist activities that use the bicycle and, as sub-segments, bicycle tourism, bicycle travel and bicycle sports. The continuation of the research is restricted to the study of bicycle paths. In the second chapter, a bibliographic survey was carried out in order to verify which subjects related to bicycle tourism are most researched. At the end of the chapter, there was a gap, mainly in relation to research on bicycle paths. The third chapter discusses the relationship between cyclists and consumption, using thinkers like Zygmunt Bauman, Paul Bloom and Daniel Kahneman. It was possible to perceive that the bicycle paths, based on the two reports, are against consumerism. Based on the discussion between these authors, a new concept called mobile capital can be presented, where all possibilities in any type of transport demand that the individual have capital for his displacement. The fourth chapter addresses the issue of space from the perspective of scholars in the fields of geography, philosophy and architecture. It was noticed the real complexity of the space, especially when it comes to the tourist space of the cyclist. Boullón's tourist area proved to be fragile because it limited tourists to part of the space and disregarded the bicycle as a means of transport. Thus, it was seen that the space of the bicycle path can be seen from the perspective of slow travel, a movement that goes against the grain of mass tourism, enabling the tourist to have better experiences because it does not allow a journey lived in function of time. And, finally, the fifth chapter presents the results and discussions of the online survey, published in groups of the social network Facebook specific to cyclists, corroborating some ideas worked in the previous chapters. The survey obtained 241 responses, showing that the respondents declared themselves to be cyclists, but when separated by continents (South and North America and Europe), only the South Americans declared themselves to be cyclists. In addition, most of them are between 35 and 44 years old, prefer routes that pass through rural areas or cities, but contradict themselves when they declare that when they are staying in the city they choose to visit tourist attractions. Most respondents usually travel with friends and / or family members throughout the trip. In addition, the main motivation for doing a cycle trip is her adventure.

**Key-words:** Bicycle travel. Cycling tourism. Bicycle Tourism. Slow Travel.

## **Lista de Figuras**

Figura 1 – Evolução do veículo de duas rodas a propulsão humana .....	20
Figura 2 – Estrutura do turismo de bicicleta .....	23
Figura 3 – Nuvem de palavras .....	75

## Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Tráfego no centro de Copenhague: Carro versus Bicicleta .....	10
Gráfico 2 – Abordagem da pesquisa .....	26
Gráfico 3 – Tipo de pesquisa .....	26
Gráfico 4 – Países que foram campo de estudos .....	30
Gráfico 5 – Tipo de pesquisa .....	32
Gráfico 6 – Abordagem da pesquisa .....	32
Gráfico 7 – Autodeclaração por continente .....	62
Gráfico 8 – Faixa etária .....	63
Gráfico 9 – A maioria dos cicloviantes costumam viajar .....	64
Gráfico 10 – Gênero por continente .....	65
Gráfico 11 – Gênero versus com quem viaja .....	66
Gráfico 12 – Ordem de preferência ao elaborar um roteiro .....	69
Gráfico 13 – Preferência de rotas .....	70
Gráfico 14 – Meio de transporte para chegar a origem da cicloviamagem .....	71
Gráfico 15 – Tipo de hospedagem versus quantidade de cicloviamagem .....	72
Gráfico 16 – O que se faz ao pernoitar na cidade .....	73
Gráfico 17 – Gasto diário versus continente .....	74
Gráfico 18 – Autodeclaração dos brasileiros .....	76
Gráfico 19 – Meio de transporte utilizado com mais frequência .....	77
Gráfico 20 – Relação meio de transporte com gasto diário .....	78
Gráfico 21 – Relação hospedagem versus preferência de rota .....	79
Gráfico 22 – Ordem de preferência ao elaborar um roteiro .....	80



## Lista de Quadros

Quadro 1 – Título de eventos/seminários .....	16
Quadro 2 – Busca no Google por palavras-chave .....	18
Quadro 3 – Definição de Viagem, Viajar e Viajante .....	20
Quadro 4 – Conceito e definições .....	21
Quadro 5 – Quantidade de artigos internacionais encontrados .....	26
Quadro 6 – Relação de assuntos encontrados .....	28
Quadro 7 – Relação de Periódicos com artigos encontrados .....	29
Quadro 8 – Periódicos Acadêmicos Brasileiros .....	31
Quadro 9 – Assuntos abordados em artigos brasileiros .....	32
Quadro 10 – Comparação entre base Science Direct e publicações brasileiras .....	33
Quadro 11 – Elementos do espaço .....	50
Quadro 12 – Transporte como turismo e Transporte para turismo .....	58
Quadro 13 – Preenchimento pelo entrevistador <i>versus</i> preenchimento pelo respondente .....	61
Quadro 14 – Encontros com cicloviajantes .....	64
Quadro 15 – Busca de informações para elaboração dos roteiros .....	67
Quadro 16 – Principal motivo da viagem de bicicleta .....	74
Quadro 17 – Principal motivo da viagem de bicicleta – Brasil .....	79

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>1 ANÁLISE CONCEITUAL DO TERMO CICLOTURISMO</b> .....	13
1.1 História dos conceitos de Koselleck .....	14
1.2 Etimologia da palavra cicloturismo .....	18
<b>2 TURISMO DE BICICLETA: O QUE JÁ FOI PESQUISADO?</b> .....	25
<b>3 RELAÇÃO ENTRE CICLOVIAGEM E CONSUMO</b> .....	34
3.1 Felicidade, consumo e turismo .....	36
3.2 Cicloviagem e consumo .....	40
<b>4 ESPAÇO, CICLOVIAGEM E <i>SLOW TRAVEL</i></b> .....	47
4.1 <i>Slow travel</i> e a cicloviagem .....	54
<b>5 CICLOVIAJANTE: INTERPRETAÇÕES E DISCUSSÕES</b> .....	60
5.1 Cicloviajante: Américas Sul e Norte e Europa .....	62
5.2 Cicloviajante brasileiro .....	75
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	81
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	83
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO</b> .....	92
<b>APÊNDICE B –ARTIGOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE</b> .....	100

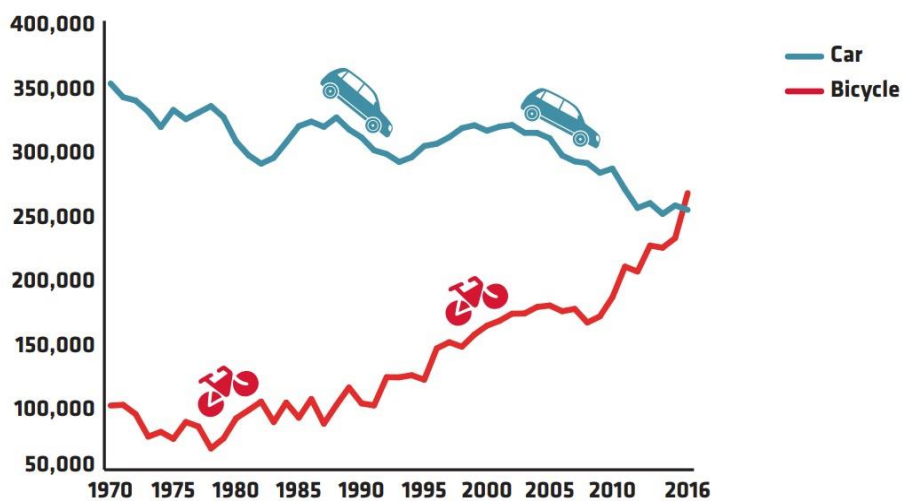
## INTRODUÇÃO

O turismo de bicicleta é uma atividade em crescimento e um meio de transporte “cada vez mais importante” no uso das atividades de lazer e férias (RITCHIE, 1998, p. 567). Um dos fatores que contribuem para o desenvolvimento dessa atividade está relacionada a infraestrutura cicloviária. Ritchie (1998) afirma que em diversas partes do mundo está ocorrendo o desenvolvimento de rotas de bicicleta em estações e linhas férreas desativadas, sendo elas convertidas para ciclistas e pedestres.

Além da utilização de linhas férreas desativadas, há na Europa projetos que estão sendo planejados e implementados como a EuroVelo (RITCHIE, 1998; EUROVELO, 2019), uma rede cicloviária que passará por 42 países, com 15 rotas e quando finalizada, prevista até o final de 2020, terá mais de 70 mil quilômetros de ciclovias cortando toda a Europa (EUROVELO, 2019).

Cidades como Copenhague, na Dinamarca, onde existe investimento do governo em infraestrutura cicloviária e incentivos para o uso da bicicleta como meio de transporte, apresentam um aumento dos usuários de bicicleta e uma diminuição no uso dos veículos individuais motorizados na cidade (gráfico 1).

Gráfico 1: Tráfego no centro de Copenhague: Carro versus Bicicleta



Fonte: City of Copenhagen (2017).

O gráfico 1 apresenta a quantidade de veículos individuais motorizados em relação a quantidade de usuários de bicicleta de 1970 a 2010 e mostra a projeção do número de ciclistas em ultrapassarem os motoristas até 2016, sendo que um novo levantamento para verificar se o objetivo foi alcançado ainda não foi divulgado.

A infraestrutura desenvolvida para uso dos residentes pode ser utilizada por turistas como ocorre no transporte público, por exemplo. No contexto da bicicleta como meio de transporte no turismo acredita-se haver duas configurações distintas de atividades: a utilização da bicicleta durante a viagem e para a viagem.

Seria também, o caso de, quanto melhor e mais segura a infraestrutura, mais os turistas se sentirem motivados a utilizarem a bicicleta? Ou pode haver diferentes configurações na infraestrutura e na maneira como o espaço é consumido e a infraestrutura não seria um impeditivo na escolha pelo uso da bicicleta? Estas questões serão norteadas ao longo desta pesquisa.

Assim, o objetivo desta pesquisa é compreender a dinâmica das ciclovias a partir de relatos de viagens comparadas às teorias que abrangem o turismo, tais como consumo e espaço. Para isso, tem-se como objetivos específicos: verificar se existe diferença entre ciclovias e cicloturismo e, caso haja, diferenciá-las e defini-las; entender como se dá o consumo na ciclovias; verificar a relação entre a teoria do espaço turístico com o espaço ocupado pelo ciclovias, e a partir disso, compreender o espaço turístico das ciclovias.

A fim de alcançar os objetivos traçados, optou-se pela pesquisa documental de natureza quali-quantitativa, sendo realizada através de levantamento bibliográfico e documental, com aplicação de questionário estruturado, coleta e organização de dados secundários.

Como fonte de pesquisa foram utilizados relatos de viagens de dois ciclovias e livros acadêmicos, bem como artigos científicos e palestras e entrevistas sobre o tema disponibilizadas em vídeo pelo *Youtube*. Os relatos selecionados foram os de Isabel Caruso, brasileira, professora de educação e *personal trainer* que viajou com seu marido, arquiteto, pelo sul da França por um período de 15 dias e em seguida publicou sua experiência no livro intitulado “De bike, o sul da França é outra história”, e o de Sven Schmid, alemão, que fez sua ciclovias pelas Américas, da Argentina ao Canadá, e publicou um livro chamado “300 dias de bicicleta: 22 mil km de emoções pelas américas”.

Para a pesquisa teórica teve-se como autores principais: Koselleck, dando base ao estudo epistemológico da palavra cicloturismo; Kant, Santos, Gehl e Boullón, para pensar o espaço; Bauman, Bloom e Kahneman, que discutem o consumo.

Pesquisa realizada pela Eubike (2013) com cicloturistas da Itália, Áustria, Alemanha e Suíça, dentre outras questões, mostrou onde os cicloturistas buscam informações antes de planejarem seus roteiros. O resultado configura-se da seguinte forma: 1,3% buscam informações nas agências de viagens; 20,4% buscam informações em sites especializados; 38,2% buscam informações diretas com outros cicloturistas e; 40,1% buscam informações em

*blogs* e avaliações de outros cicloturistas em sites específicos. Portanto, esta pesquisa torna-se importante, por ser um segmento em crescimento em diversos países, inclusive no Brasil.

Assim, este trabalho encontra-se dividido em sete partes, sendo cinco capítulos. A primeira parte é a introdução que se lê. Dando prosseguimento, no primeiro, trabalha-se a epistemologia da palavra cicloturismo a fim de verificar qual a melhor nomenclatura utilizada para se referir a atividade turística que utiliza a bicicleta como meio de transporte. O segundo capítulo apresenta levantamento bibliográfico de estudos publicados em periódicos acadêmicos (inter)nacionais relacionados ao uso da bicicleta como meio de transporte e para uso turístico. No terceiro capítulo, mostra-se o comportamento do cicloviajante diante do consumo, discutindo a relação do cicloviajante com o ato de consumir. O quarto capítulo discorre sobre as teorias do espaço a partir das perspectivas da arquitetura e urbanismo, geografia, filosofia e do próprio turismo para aplicação nas ciclovias sendo percebido a partir do *slow travel*<sup>1</sup>. Visando verificar as teorias trabalhadas nos capítulos anteriores, no capítulo cinco tem-se a pesquisa com respectivos resultados e discussões. E, por fim, última parte, as considerações finais.

---

<sup>1</sup> *Slow Travel*: “Fenômeno determinante de uma parcela da sociedade que não aceita os valores industriais de modo dogmático, especialmente no usufruto de seu tempo livre. Seus princípios são pautados na possibilidade de se aproveitar uma viagem de modo mais calmo, equilibrado, profundo, autêntico e responsável” (BAUER; PANOSSO NETTO, 2014, p. 26).

## 1 ANÁLISE CONCEITUAL DO TERMO CICLOTURISMO

Na área do turismo, estudar o fenômeno como um todo seria complicado. Portanto, ele é dividido em partes ou segmentos que compõem subconjuntos do turismo. E, estudar as partes, facilita e contribui para melhor compreensão de um determinado fenômeno turístico. Alguns estudiosos e pesquisadores da segmentação do turismo, tais como Moraes (1999), Oliveira (2015), Lohmann e Panosso Netto (2012) e Dias (2005), ajudam a compreender o fenômeno, o comportamento e as necessidades do turista.

Do ponto de vista do marketing, a segmentação de mercado turístico se caracteriza como separação que busca identificar grupos com comportamentos semelhantes, facilitando a dinâmica de comercialização dos pacotes pelas agências e operadoras de viagens (MORAES, 1999; OLIVEIRA, 2015). A segmentação turística pode ser explicada como uma demanda potencial dividida em grupos com interesses em comum e que, para o marketing, esse grupo com características homogêneas se torna o segmento-alvo (OLIVEIRA, 2015).

Para Lohmann e Panosso Netto (2012), assim como no marketing, os estudos turísticos utilizam segmentos que podem ser determinados de acordo com as motivações da viagem, com uma mudança no comportamento do consumidor, ou a partir das bases de segmentação. A partir de inúmeras fontes, os autores listam treze bases de segmentação com respectivos subsegmentos turísticos. Uma das bases citadas diz respeito aos meios de transportes dividindo-os em: turismo de caminhada, turismo aéreo, turismo rodoviário, turismo ferroviário, turismo marítimo, turismo fluvial/lacustre e cicloturismo.

Kovačić (2015) considera o turismo de bicicleta como subsegmento do turismo de esporte. Enquanto que Lamont (2009), Jackson e Morpeth (1999) e Ritchie (1998) consideram o turismo de bicicleta como subsegmento do turismo de aventura.

Também no Brasil, o Decreto Nº 7.381 de 02 de dezembro de 2010, de âmbito nacional, categoriza o cicloturismo como uma ramificação do turismo de aventura junto a atividades tais como arvorismo, bóia cross, balonismo, *bungeejump*, cachoeirismo, caminhada de longo curso, canoagem, canionismo, cavalgada, escalada, espeleoturismo, flutuação, mergulho, turismo fora de estrada, *rafting*, rapel, tirolesa, voo livre, *windsurf* e *kitesurf* (BRASIL, 2010).

Seguindo a mesma linha, a norma NBR 15509-1 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) considera o cicloturismo como uma subsegmentação do turismo de aventura que o caracteriza como “atividade de turismo que tem como elemento principal a realização de percursos de bicicleta” (ABNT, 2017, p. 4). Inclusive, para a associação, a prática de *mountain bike*, quando realizada de forma não competitiva, também se inclui na definição.

Observa-se que, ainda que todos os autores citados concordem em apontar o cicloturismo como um subsegmento, não há consenso sobre o segmento ao qual pertence: meios de transporte, esporte ou aventura. E, ainda que a maior parte direcione para aventura, chama atenção o fato da ABNT caracterizá-lo pelo uso da bicicleta para a realização dos percursos, pois, neste caso, pode-se considerar que segue a linha de pensamento defendida por Lohmann e Panosso Netto (2012): meios de transportes.

Ademais, acredita-se que a ideia do segmento de aventura diz respeito a todas as modalidades ainda não comuns ou que necessitem de determinada expertise. No caso do cicloturismo, considerando que pedalar, desde a última década do século XX vem sendo visto como alternativa crescente aos deslocamentos diários e que cada vez mais os espaços urbanos se adaptam para o fomento a essa prática com aumento também no número de ciclistas, julga-se mais pertinente considerá-lo um subsegmento dentro dos meios de transportes (LAMONT, 2015).

Mas, ainda surgem algumas dúvidas, pois ao analisar os tipos de segmentos com base nos meios de transporte, abordados por Lohmann e Netto (2012), com exceção do cicloturismo, todos começam com a palavra turismo. Por que não utilizou o termo turismo de bicicleta? Por que cicloturismo? Esta denominação, cicloturismo, para designar tal atividade está adequada? A que tipo de atividade se refere este termo? Além de cicloturismo há ainda a utilização de palavras como ciclomobilidade, ciclovia e outras que utilizam o prefixo ciclo para remeter à bicicleta. O prefixo ciclo estaria mais adequado que a utilização do prefixo *biciclo* para remeter a bicicleta?

Para responder essas perguntas, primeiramente, se fez uma abordagem sucinta do estudo dos conceitos de Koselleck (1992), apresentando dois pontos discutidos por ele, relevantes para este estudo. Em um segundo momento, analisou-se a origem da palavra bicicleta na tentativa de compreender a relação com a palavra cicloturismo. Por fim, buscou-se por definições de autores que estudam o cicloturismo para verificar a ocorrência do uso da palavra cicloturismo, e se há algum autor que utilize outro termo para designar a mesma atividade.

## **1.1 História dos Conceitos de Koselleck**

Antes de adentrar nos estudos para compreender a formação da palavra cicloturismo e sua conceituação, optou-se por abordar a história dos conceitos de Reinhart Koselleck, historiador alemão, que faz uma reflexão sobre origem das palavras e seus conceitos. A partir

do estudo desse pesquisador se torna possível traçar os principais conceitos referentes à atividade turística que utiliza a bicicleta como meio de transporte.

Kosellek (1992) lista seis pontos referentes à história dos conceitos. Entretanto, para este trabalho, ater-se-á aos pontos um e três. No primeiro ponto, o autor diz o que pode vir a ser um conceito a respeito do qual se poderia conceder uma história, fazendo a distinção entre conceito e palavra, afirmando que “cada palavra remete a um sentido, que por sua vez indica um conteúdo” (1992, p. 135). Entretanto, o autor deixa claro que nem todas as palavras existentes no léxico “pode se transformar em um conceito e pode ter uma história”, o que exemplifica com as palavras ‘oh! ah!’ (1992, p. 134).

Algumas palavras sugerem associações, que “pressupõe um mínimo de sentido comum [...] uma pré-aceitação de que se trata de palavras importantes e significativas” como, por exemplo, Estado, Revolução e História. Ainda é possível, fundamentado na *Begriffsgeschichte* (história dos conceitos), determinar a partir de quando um conceito “tornou-se fruto de uma teorização” e quanto tempo levou para isso acontecer (KOSELLECK, 1992, p. 135).

Ao pensar na palavra bicicleta, por exemplo, ela pode remeter a um objeto, utilizado como meio de transporte ou recreação e lazer, com duas rodas sob um quadro, que a partir da força humana sobre os pedais torna possível move-la. Koselleck (1992) argumenta que a partir da história conceitual (*begriffsgeschichte*) é possível determinar quando um conceito passou a ser teorizado e em quanto tempo isso ocorreu. Como será apresentado mais adiante, a palavra cicloturismo possui, a princípio, formulação recente. Uma vez que esta palavra ainda não se encontra nos dicionários.

No terceiro ponto, relacionado aos critérios seletivos quando pensado na escrita de uma história, Koselleck (1992) utiliza duas perspectivas para a análise de conceitos. A primeira seria a partir do texto/contexto (parágrafo) onde pode ser realizada análise do conteúdo a partir da palavra em que ele diz que “todo conceito articula-se a um certo contexto sobre o qual também pode atuar, tornando-o compreensível” (KOSELLECK, 1992, p. 136). A segunda perspectiva é a partir da comparação de textos que requer estudo mais detalhado.

Utilizando-se a primeira perspectiva, a análise de conceito de cicloturismo e bicicleta utilizado em um trecho ou parágrafo, como propõe Koselleck, ter-se-ia, por exemplo, no seguinte trecho de Campos, Santos e Alves (2016, p. 1807):

Neste caminho, as discussões em torno do uso da bicicleta trazem indagações importantes sobre o seu papel e lugar no sistema viário, nos sistemas de transportes e em que medida contribui para modificar a imagem da cidade, bem como, na melhoria da qualidade de vida da população. Para responder



estas perguntas e propor o cicloturismo como alternativa viável para o desenvolvimento da atividade turística em Aracaju é que apresentamos a seguir uma análise dos sistemas de bicicletas públicas em algumas cidades europeias e latino-americanas.

A análise da citação possibilita conceituar a palavra bicicleta e cicloturismo. Primeiramente, a aparição da palavra bicicleta na primeira linha da citação traz como conteúdo a bicicleta como meio de transporte e parte integrante do sistema viário. Da mesma forma, ocorre com a palavra cicloturismo, sendo conceituado como atividade turística que utiliza a bicicleta como meio de transporte. Entretanto, o exemplo da citação não possibilita abordar a segunda perspectiva proposta por Koselleck, pois neste caso se torna necessária a comparação de textos.

De acordo com Koselleck (2006, p. 109), o que pode determinar o sentido de uma palavra é seu uso, porém o conceito “deve-se manter polissêmico”, sendo assim, o conceito deve apresentar uma multiplicidade de sentidos. Portanto, pode-se analisar a palavra cicloturismo, e o conceito agregado a ela por diferentes autores.

A combinação do termo ciclo e da palavra turismo resulta na palavra cicloturismo. Alguns eventos e artigos científicos publicados na língua portuguesa utilizam a nomenclatura cicloturismo fazendo referência às atividades turísticas que envolvem bicicleta, sem que haja distinção entre as diferentes atividades. Este tipo de uso indiscriminado pode causar alguns problemas de interpretação e compreensão no conteúdo tratado. Eventos e seminários utilizam a palavra cicloturismo com diferentes abordagens (Quadro 1).

Quadro 1 – Título de eventos/seminários

<b>Evento</b>	<b>Abordagem</b>
Encontro Nacional de Cicloturismo	Evento anual com foco nas viagens de longas distâncias feitas com bicicleta.
Seminário Catarinense de Circuitos de Cicloturismo	Seminário que trabalha tanto o turismo de bicicleta de longas distâncias quanto o turismo de bicicleta no meio urbano com duração de até um dia.
Encontro para o Desenvolvimento do Cicloturismo Urbano	Encontro que trabalha o uso da bicicleta na atividade turística como meio de transporte no perímetro urbano.

Fonte: Elaboração a partir do Clube de Cicloturismo do Brasil (2019).

Nos três exemplos apresentados no Quadro 1, é utilizada a palavra cicloturismo, apesar dos diferentes focos atribuídos ao termo. Este pode ser considerado um equívoco uma vez que

a palavra cicloturismo toma diferentes significados, dificultando a compreensão do destinatário da mensagem. Não é possível, por exemplo, apenas pelo título do evento identificar o tipo de atividade cicloturística que está sendo tratada. Para saber qual tipo de cicloturismo, se viagem de longa distância feita de bicicleta ou o uso em áreas urbanas para conhecer a cidade durante uma viagem, são necessárias mais informações além do título.

Com o intuito de compreender a origem da palavra cicloturismo, buscou-se qual(is) termos se utiliza(m), por autores e pesquisadores brasileiros, para se referir à bicicleta na atividade turística.

Nas publicações em português, a palavra cicloturismo, em alguns momentos, aparece relacionado a outros termos como ciclovias e ciclomobilidade. Podem ser citados alguns dos autores que utilizam estes termos como<sup>2</sup>:

- Panosso Netto e Ansarah (2009) apresentaram uma lista de segmentos turísticos, dentre eles o cicloturismo;
- Pedrini, Flores e Cavalcante (2012) utilizaram o termo cicloturismo;
- Serrano, Cesar e Prado (2015) discutiram um capítulo sobre cicloturismo;
- Campos, Santos e Alves (2016) utilizaram o cicloturismo como objeto de estudos;
- Carvalho (2017) escreveu dissertação de mestrado com abordagem no cicloturismo;
- Castro, Fraga e Elicher (2017) apresentaram pesquisa em evento realizado pela Anptur<sup>3</sup> onde trabalharam a ideia de cicloturismo urbano;
- Teixeira e Edra (2017; 2018), utilizaram os termos cicloturismo, cicloturistas e ciclovias.

Além do termo cicloturismo, fez-se uma busca por possíveis palavras que remetam à ideia da utilização da bicicleta na atividade turística. Utilizaram-se três palavras-chave: bicloturismo, cicloturismo e turismo de bicicleta. Efetuou-se a pesquisa no site de buscas Google, nos dias 12, 15, 19, 24 e 28 de outubro de 2018, para saber quantos resultados gerariam cada uma das palavras-chave (quadro 2).

---

<sup>2</sup> O tipo de abordagem dos autores é apresentado na Quadro 4 (página 21).

<sup>3</sup> Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

Quadro 2: Busca no Google por palavras-chave

Palavra-chave	Data da busca / Resultados				
	12/10/2018	15/10/2018	19/10/2018	24/10/2018	28/10/2018
Bicloturismo	1.490	1.830	1.390	1.300	1.670
Cicloturismo	5.680.000	6.960.000	6.770.000	6.500.000	5.620.000
Turismo de bicicleta	29.700.000	32.900.000	37.800.000	33.400.000	34.200.000

Fonte: Elaborado a partir dos resultados do Google.

Percebem-se dois pontos ao observar a tabela com os resultados da pesquisa das palavras-chave. Primeiro, pode-se notar a existência de uma oscilação em relação à quantidade de dados gerados pelas palavras-chave cicloturismo e bicloturismo, enquanto que a palavra-chave turismo de bicicleta apresentou crescimento nos resultados no dia 19/10/18, e posterior queda nas duas datas seguintes. Ainda assim, manteve um aumento em relação ao primeiro dia.

O segundo ponto é que apesar do termo cicloturismo ser o mais utilizado pelos pesquisadores, a palavra-chave que gerou maior resultados de busca no Google foi turismo de bicicleta. Este último termo mencionado pode ser encontrado em artigos científicos escritos na língua inglesa, como exemplo Lamont (2008) que utiliza o termo *bicycle tourism*, o que em tradução livre seria turismo de bicicleta. Outros autores utilizam *cycle tourism*, como Lumsdon (2000), termo que pode ser traduzido como cicloturismo.

Qual dos três termos seria o mais apropriado? As conceituações dessa atividade turística são diferentes? Para responder estas duas perguntas se vê necessário verificar a origem da palavra cicloturismo na língua portuguesa por ser o termo mais utilizado por autores brasileiros.

## 1.2 Etimologia da palavra cicloturismo

O termo ciclo era a forma abreviada de biciclo, “veículo de duas rodas” (Santos; Rio-Torto, 2016, p. 80) e a partir do surgimento do veículo de três rodas, houve a necessidade da distinção entre os dois veículos utilizando os prefixos *bi* e *tri*, *bicyclo* e *tricyclo*, respectivamente (WÜSTER apud SANTOS; RIO-TORTO, 2016). O prefixo *bi*, com origem no latim *bis*, quer dizer duas ou que repete duas vezes (HOUAISS, 2009). Enquanto que a palavra *cycle*, deriva do latim *cyclos* e do grego *kúklos*, possui significado de roda, círculo, ciclo. Assim, a junção do prefixo *bi* com *cycle* tem-se *bicycle*, que de maneira genérica significa duas rodas. A palavra *bicycle* se difundiu também na língua inglesa, porém com mesma grafia e significado.

No francês foi acrescentado o sufixo *-tte* formando a palavra *bicyclette*. Herisson (1956, p. 35 apud TURUNEN, 2006, p. 3011) explica que, na língua francesa, para o diminutivo de

uma palavra, deve-se utilizar os sufixos *-tte* e *-ton*. A palavra bicicleta na língua portuguesa tem, portanto, origem na palavra francesa *bicyclette* (JEUGE-MAYNART, 2012).

Com relação ao significado das palavras triciclo e bicicleta, o dicionário Houaiss (2009) apresenta quatro significados diferentes para triciclo, todos eles relacionados à meio de transporte:

1. Antiga carruagem de três rodas; 2. Velocípede de três rodas; 3. Veículo similar, impulsionado a manivela ou a motor, usado por deficientes físicos; 4. Veículo de três rodas, com caixa para o transporte de cargas pequenas.

Enquanto que o mesmo dicionário apresenta bicicleta como:

Veículo composto de um quadro ('conjunto de tubos metálicos'), assentado sobre duas rodas iguais alinhadas uma atrás da outra e com raios metálicos, das quais a da frente é comandada por um guidom e funciona como diretriz, e a de trás, ligada a um sistema de pedais acionados pelo ciclistista, funciona como motriz.

Pelas duas definições ambos são utilizados para deslocamentos, porém suas estruturas são diferentes. A primeira possui três rodas e seu formato difere de acordo com a finalidade do uso. Enquanto que o segundo mostra-se mais específico, apresentando as características do veículo e seu funcionamento.

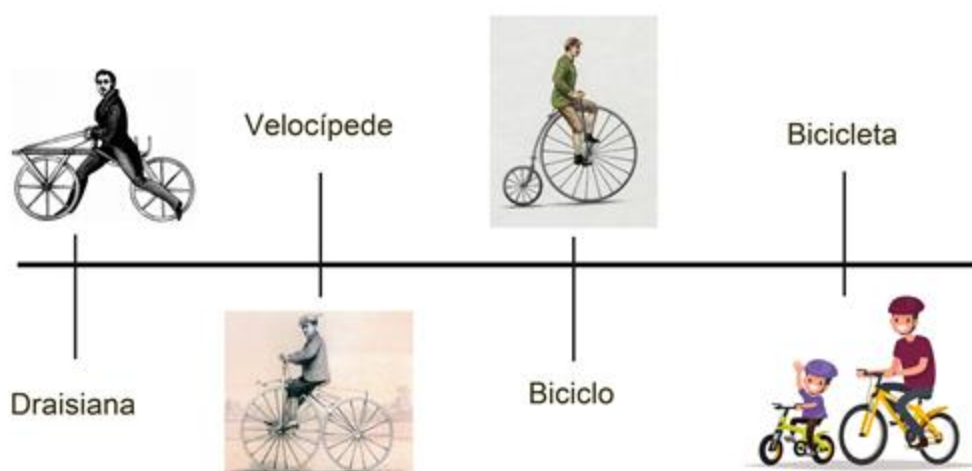
Santos e Rio-Torto (2016) elaboraram uma hipótese sobre a ocorrência do termo ciclo nas palavras de língua portuguesa. Elas se basearam no termo genérico que designa bicicleta, triciclo e motocicleta, mas, ao final da pesquisa, as autoras concluíram que a palavra ciclo não possui sentido exclusivamente referente à bicicleta. Contudo, a morfologia de ciclo “é constituinte temática correspondente a forma reduzida biciclo” (Santos; Rio-Torto, 2016, p. 80). O termo ciclo, entretanto, pode ser definido como “1 série de fenômenos que se sucedem numa ordem determinada. 2 Sequência de fenômenos que se renovam periodicamente. Ciclo vital. Biol. Biociclo. Ci.clí.co. Adj.”

Os dicionários Michaelis Online e o Dicionário Online de Português (FIGUEIREDO, 1913; TREVISAN, 2018) definem a palavra biciclo como veículo de duas rodas com diâmetros diferentes, sendo a roda dianteira maior, que funcionava como força motriz, e a roda traseira menor. Tanto biciclo como bicicleta são conceituados como meios de transportes e possuem estruturas semelhantes, diferenciando-se, principalmente, no tamanho das rodas.

Desde o surgimento do primeiro veículo de duas rodas à propulsão humana, este veículo sofreu modificações ao longo do tempo que contribuíram para sua melhoria até chegar ao

modelo conhecido como bicicleta (Figura 1). O primeiro modelo de veículo com duas rodas foi a draisiana datada de 1817, seguido do velocípede em 1861, do biciclo em 1874, e finalmente a bicicleta (BELOTTO; NAKAMORI; FONSECA, 2016; SCHETINO, 2008).

Figura 1: Evolução do veículo de duas rodas a propulsão humana



Fonte: Elaboração própria.

Para Santos e Rio-Torto (2018) o termo ciclo nas palavras monociclo, biciclo, triciclo e quadriciclo significam roda e os prefixos mono, bi e tri se referem à quantidade de rodas. Portanto, a ideia que eles apresentam seriam veículos de uma roda, duas rodas, três rodas e quatro rodas, respectivamente. Deve-se considerar, ainda, a origem da palavra bicicleta em que *cicle* se refere a ciclo, que por sua vez se refere à roda. Ao considerar o exposto, a palavra bicloturismo não seria mais apropriada uma vez que o prefixo biciclo não estaria englobando os meios de transporte à propulsão humana, tais como as bicicletas e os triciclos, pois uma atividade turística poderia ser feita com triciclo, por exemplo.

Em relação às palavras viagem, viajar e viajante, os dicionários Aurélio (FERREIRA, 2010, p. 781) e Houaiss (2009) as definem conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3 – Definição de Viagem, Viajar e Viajante

	Dicionário Aurélio	Dicionário Houaiss
Viagem	“ato de ir de um a outro lugar mais ou menos perto”.	“1 o ato de partir de um lugar para outro, relativamente distante, e o resultado desse ato. [...] 2 o deslocamento que se faz para se chegar de um local a outro relativamente distante; percurso. [...] 3 espaço percorrido ou a percorrer; percurso. [...] 4 derivação: sentido figurado. Experiência

		intensa ou alucinante provocada pelo consumo de uma droga, uma substância alucinógena”.
Viajar	“1 fazer viagem ou viagens. 2 andar por.”	“1 fazer uma viagem ou viagens. [...] 2 partir de viagem. [...] 3 transitar (por um caminho, estrada etc.). [...] 4 passar por, ao longo de (lugar ou lugares) viajando; percorrer, visitar. [...] 5 Derivação: sentido figurado. Sofrer alucinação sob o efeito de alguma droga alucinógena”
Viajante	“que, ou quem viaja”	“que ou aquele que viaja; viajor, viageiro”

Fonte: Elaborado a partir de Ferreira (2010) e Houaiss (2009).

Ambos os dicionários seguem a mesma linha nas definições. Entretanto, as definições apresentadas pelo dicionário Houaiss são apresentadas com mais detalhamento.

Antes de determinar o termo mais adequado, se cicloturismo ou turismo de bicicleta, se vê necessário considerar a origem das palavras com os conceitos atribuídos à atividade turística de bicicleta. Como viagem e turismo possuem estreita relação, deve-se levar em consideração, também, as definições apresentadas no quadro 3.

Para verificar e conceituar qual termo melhor se ajusta à atividade turística que faz uso da bicicleta, buscaram-se conceitos e definições atribuídos pelos autores nacionais e internacionais (Quadro 4). Para conceituar tal atividade utilizou a comparação de textos citado por Koselleck (1992), porém adaptando para a comparação de conceitos.

Quadro 4: Conceito e definições

Autor(es)	Termo utilizado	Conceitos e definições
Saldanha <i>et al.</i> (2019)	Cicloturismo e cicloviagem	O autor utiliza os dois termos, porém o termo cicloturismo faz referência a qualquer tipo de atividade cicloturística, seja passeio ou viagem. E, o termo cicloviagem, aparece como uma variação do cicloturismo.
Campos, Santos e Alves (2016)	Cicloturismo	Os autores trabalham a ideia de cicloturismo como atividade que ocorre no meio urbano.
Serrano, Cesar e Prado (2015)	Cicloturismo	Atividade que ocorre em locais onde existe infraestrutura adequada para os deslocamentos fora da cidade; passeios de bicicleta pela cidade.
Kovačić (2015)	<i>Bicycle tourism</i> (turismo de bicicleta)	Considera como a sinergia entre as pessoas, o destino e a atividade de andar de bicicleta.
Pedrini, Flores e Cavalcante (2012)	Cicloturismo	Explicada como uma viagem feita de bicicleta.

Lamont (2009)	<i>Bicycle tourism</i> (turismo de bicicleta)	Experiência ciclística que ocorre fora do local de residência do indivíduo com duração de um ou mais dias, sendo o ciclismo o principal motivo da viagem; não deve ser de natureza competitiva; deve ser uma forma de lazer e recreação.
Lumsdon (2000)	<i>Cycle tourism</i> (cicloturismo)	O autor considera o ciclismo recreativo que pode ser um dia ou passeios de longas distâncias. Sendo o ciclismo parte integrante do passeio ou viagem.
Keeling (1999)	<i>Cycle tourism</i> (cicloturismo)	Visitas recreativas, de um ou mais dias longe de seu local habitual, envolvendo o ciclismo como atrativo principal ou parte da visita. Este autor considera atividades ciclísticas como passeios de bicicleta, seja por moradores ou visitantes; esportes como as competições ciclísticas e; o uso da bicicleta como principal meio de transporte nas viagens de longa duração.
Dicionário Infopédia (Infopédia, 2018)	Cicloturismo	“Atividade turística que se pratica utilizando uma bicicleta como meio de transporte”.
Castro, Fraga e Elicher (2017)	Cicloturismo urbano	Atividade turística com uso da bicicleta no meio urbano.
ABNT (2017)	Cicloturismo	“Atividade de turismo que tem como elemento principal a realização de percursos de bicicleta”.

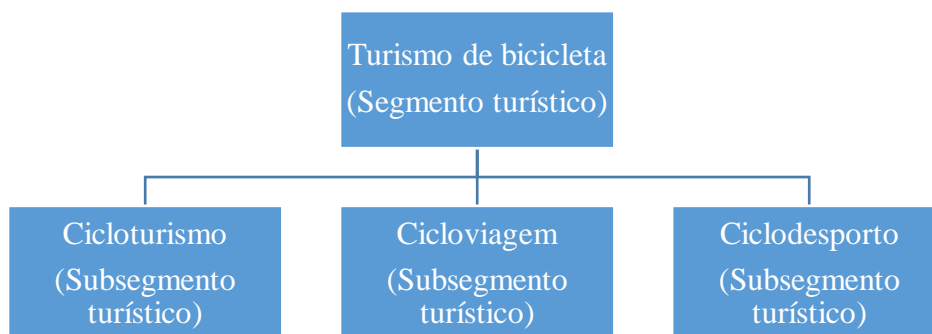
Fonte: Elaborado a partir das definições dos autores citados.

Percebe-se, a partir das definições apresentadas no Quadro 4, que alguns autores utilizam o mesmo termo para se referirem a duas atividades distintas, (i) a viagem de longa distância feita de bicicleta e (ii) a utilização da bicicleta no meio urbano para a atividade turística. Apesar de ambas as atividades utilizarem a bicicleta nos deslocamentos, o meio que se percorre, o tipo de interação que o turista tem com o espaço e o tempo de utilização são diferentes, assim como os propósitos e as motivações.

Diante do exposto, origem das palavras e conceitos atribuídos pelos autores, pode-se considerar que nem o termo cicloturismo, nem o termo turismo de bicicleta poderiam ser descartados ou considerados equivocados. O termo cicloturismo, considerando ciclo como termo genérico para roda, abrange os veículos não motorizados como as bicicletas e os triciclos. E a expressão turismo de bicicleta incluiria o uso da bicicleta em atividades turísticas nos meios urbano e rural, em longas viagens, no desporto e em atividades de lazer.

A partir da origem dos termos e comparação das definições dos autores, sugere-se utilizar a expressão turismo de bicicleta como segmento turístico e cicloturismo, cicloviação e ciclodesporto como subsegmentos turísticos (figura 2), onde:

Figura 2 – Estrutura do turismo de bicicleta



Fonte: Elaboração própria.

- Turismo de bicicleta se refere à atividade turística, na qual o turista opta por utilizar como meio de transporte a bicicleta ou triciclo. Podendo ocorrer nas cidades, entre as cidades, no perímetro urbano ou rural, ou para fins esportivos com duração de parte do dia ou vários dias consecutivos ou não.
- Cicloturismo está associado ao destino turístico onde o turista pode optar por realizar os trajetos até os atrativos turísticos, conhecer a cidade ou passear de bicicleta com duração inferior a um dia. Podendo a bicicleta ou o triciclo ser o meio de transporte de apoio durante a experiência turística no destino. Este subsegmento pode ocorrer em áreas urbanas ou rurais.
- Cicloviação remete à viagem turística de longa distância que utiliza a bicicleta como principal meio de transporte ao mesmo tempo em que é o principal atrativo da viagem. As viagens de bicicleta tendem a durar dois dias ou mais.
- Ciclodesporto engloba a atividade turística que envolve esporte de bicicleta, tais como *mountain bike*, *speed*, ciclismo de pista, ciclismo de estrada, BMX (Bicicross) e que aconteça fora de seu local habitual.

De acordo com as definições apresentadas, o subsegmento cicloviação possui uma característica de viagem que o difere dos demais e chama a atenção no sentido de que na cicloviação o turista deve despende de um tempo relativamente longo, tanto no que se refere ao número de dias para o deslocamento até o destino e/ou entre destinos, quanto no tempo em



cima da bicicleta, utilizando seu esforço físico para se deslocar por quilômetros entre um ponto e outro. Assim, na continuação deste trabalho, deter-se-á ao estudo apenas sobre esse subsegmento, as ciclovagens.

## 2 TURISMO DE BICICLETA: O QUE JÁ FOI PESQUISADO?

Neste capítulo realizou-se pesquisa bibliográfica a respeito do uso da bicicleta na mobilidade urbana e na atividade turística. Teixeira e Edra (2017) fizeram levantamento de artigos em três periódicos acadêmicos internacionais, sendo eles das áreas de turismo, transporte e geografia. Este levantamento permitiu as autoras verificarem que entre o período de 2011 a 2016, as pesquisas relacionadas à bicicleta despertaram pouco interesse. Elas afirmam ainda, que o período escolhido para o levantamento coincide com “tempo em que a bicicleta reassume sua importância no deslocamento consolidando-se como meio de transporte em algumas localidades e influenciando a mobilidade das pessoas com maior intensidade” (TEIXEIRA; EDRA, 2017, p. 65).

Assim, para a pesquisa bibliográfica optou-se por seguir o ano inicial definido pelas autoras (2011), ampliando até o ano de 2019. O levantamento objetiva identificar os assuntos mais trabalhados no período e cidades mais utilizadas como campo de estudos.

A pesquisa bibliográfica utiliza fontes de informação como livros e artigos científicos. Alguns estudos exploratórios “podem ser definidos como pesquisas bibliográficas, assim como certo número de pesquisas desenvolvidas a partir da técnica de análise de conteúdo” (GIL, 2008, p. 50). Segundo Lima e Miotto (2007), a pesquisa bibliográfica permite a utilização de dados dispersos de diferentes tipos de publicações como periódicos e livros (LIMA; MIOTTO, 2007). Gil (2008, p. 50) afirma que uma das vantagens deste tipo de pesquisa está no fato dela “permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Para Veal (2011, p. 91), a pesquisa bibliográfica “se refere ao processo de identificar e estudar pesquisas anteriormente publicadas”.

A partir do exposto, optou-se em realizar o levantamento bibliográfico de artigos científicos selecionados na plataforma Science Direct, entre os anos de 2011 e 2019. Na busca pelos artigos se utilizou as palavras-chave discutidas no capítulo anterior: turismo de bicicleta e cicloturismo, traduzidos para o inglês, *bicycle tourism* e *cycle tourism*, respectivamente. Além destas, há ainda outros termos relacionados, tais como a infraestrutura cicloviária, *cycling infrastructure*, e ciclovagens, *bicycle travelers*, termos que foram encontrados como palavra-chave no artigo de Han, Meng e Kim (2017), por exemplo. Como o termo *bicycle travelers* se refere a viagens de bicicleta, foi necessário acrescentá-lo à pesquisa de levantamento. No Quadro 5 apresenta-se o resultado da quantidade de artigos encontrados, por palavra-chave pesquisada, sem a análise dos resumos.

Quadro 5 – Quantidade de artigos internacionais encontrados

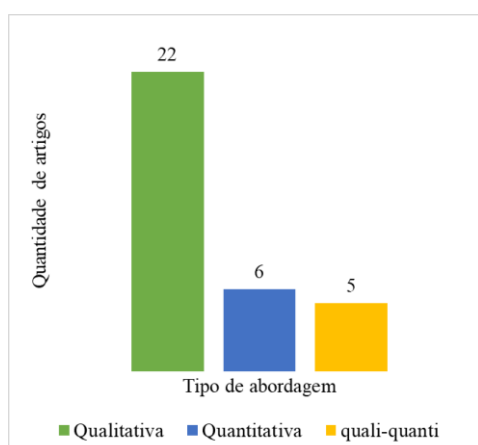
Palavra-chave	Artigos encontrados
<i>bicycle tourism</i>	773
<i>cycle tourism</i>	581
<i>cycling infrastructure</i>	1.348
<i>bicycle travelers</i>	443

Fonte: Elaboração própria.

Na primeira coluna do Quadro 5 é apresentada a palavra-chave utilizada na busca e, na segunda coluna, a quantidade de artigos encontrados referente a cada palavra-chave. A fim de selecionar somente os artigos que possuíssem relação com esta pesquisa, adotou-se alguns critérios. O primeiro critério foi a partir dos títulos, os quais deveriam ter relação com o turismo e/ou com bicicleta, com a infraestrutura cicloviária ou com a mobilidade urbana. A opção por considerar a relação da bicicleta com a mobilidade urbana se explica pelo fato de que a mobilidade urbana se correlaciona com a infraestrutura para bicicleta. Esta primeira análise resultou na seleção de 83 artigos.

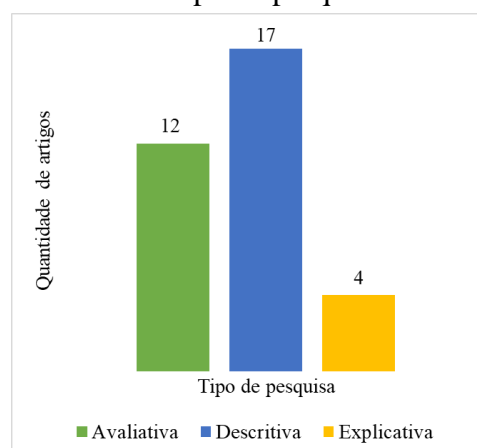
O segundo critério esteve relacionado ao resumo dos artigos, onde se identificava aqueles que tivessem relação com o turismo de bicicleta. Após a leitura dos resumos foram selecionados 33 artigos. Os artigos selecionados, para serem analisados e trabalhados, foram categorizados em abordagem qualitativa, quantitativa e quali-quanti, e o tipo de pesquisa em avaliativa, descritiva e explicativa (gráficos 2 e 3)<sup>4</sup>.

Gráfico 2–Abordagem da pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 3 – Tipo de pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

<sup>4</sup> A listagem completa dos artigos selecionados para análise pode ser verificada no Anexo B.

O gráfico 2 mostra que a maioria dos artigos, 22 deles, trazem abordagem qualitativa em suas pesquisas. Isto é, artigos que possuem abordagem “flexível e recursiva no planejamento e na condução geral da pesquisa” (VEAL, 2011, p. 264). Os outros 11 artigos estão divididos entre abordagem quantitativa, que são abordagens mais lineares e sequenciais (VEAL, 2011) e abordagem quali-quantitativa, que utiliza os dois tipos de abordagem na pesquisa.

Em relação ao tipo de pesquisa, nota-se, no gráfico 3, que apesar do tipo de pesquisa descritiva ter sido maior, há uma maior distribuição. Veal (2011) apresenta três tipos de pesquisa: (i) descritivas, (ii) explicativas e (iii) avaliativas. Ressalta-se, portanto, que a escolha pela teoria de Veal (2011) se deu por dele apresentar estudo metodológico na área do lazer e turismo. Os três tipos de pesquisa são descritos a seguir (VEAL, 2011, p. 29):

- (i) Pesquisa Descritiva: o fato do campo de estudos de turismo ser recente, existe “a necessidade de mapear o território”. O autor diz que este tipo de pesquisa pode ser também considerado como exploratória, pois busca “descobrir, descrever ou mapear padrões de comportamento em áreas ou atividades que não foram previamente estudadas”. Este tipo de pesquisa tem a finalidade de “investigar, descrever o que é”.
- (ii) Pesquisa Explicativa: seu principal objetivo é “explicar como ou por que as coisas são como são (e usar essa informação para previsões)”. Possuindo não apenas o propósito de descrever e tentar esclarecer, mas também compreender as causas e, assim, podendo ser utilizada em previsões.
- (iii) Pesquisa Avaliativa: possui como função “avaliar políticas e programas”.

Esse levantamento possibilitou identificar os assuntos abordados nos 33 artigos (quadro 6). Apenas seis dos 11 artigos encontrados fazem referência direta ao uso da bicicleta como meio de transporte para o turismo, os demais abordam a questão do turismo de bicicleta, porém não é o foco principal da pesquisa. Os seis artigos são:

- *Bicycle Transport as an Opportunity to Develop Urban Tourism –Warsaw Example* (ROMAN; ROMAN, 2014);
- *Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty* (HAN; MENG; KIM, 2017);
- *Designing single origin-destination itineraries for several classes of cycle-tourists* (MALUCELLI; GIOVANNINI; NONATO, 2016);

- *Do tourists value different levels of cycling infrastructure?* (DEENIHAN; CAULFIELD, 2015);
- *Measuring the motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions* (WATTHANAKLANG et al., 2016); e
- *Sustainable reuse of disused railway* (RUOCCO et al., 2017).

Quadro 6 – Relação de assuntos encontrados

<b>Quantidade de artigos relacionados</b>	<b>Assunto</b>
5	Análise da infraestrutura cicloviária
5	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta
3	Percepção dos usuários (residentes e turistas) de bicicleta
3	Planejamento e Políticas Públicas para a bicicleta
2	Escolha da rota cicloviária pelo usuário
2	Implantação de ciclovias
1	Análise de custo e benefício do carro e da bicicleta
1	Capacidade cicloviária
1	Financiamento de infraestrutura cicloviária
1	Incentivos para o uso de bicicleta por turistas
1	Intenção no uso de bicicleta compartilhada no turismo
1	Levantamento histórico
1	Perfil do usuário de bicicleta
1	Planejamento da mobilidade sustentável
1	Planejamento de rota ciclista
1	Planejamento do sistema de transporte e adoção do ciclismo
1	Políticas públicas de transporte
1	Reaproveitamento de linhas férreas inativas para ciclovias
1	Segurança rodoviária para ciclistas

Fonte: Elaboração própria.

Dentre os assuntos mais pesquisados, percebe-se que os mais abordados foram: análise da infraestrutura cicloviária e fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta. Os assuntos trabalhados até o momento desse levantamento apontam que ainda existem outros assuntos que podem ser trabalhados com abordagens diferentes como, por exemplo, as viagens de bicicleta sob a perspectiva do cicloviajante. Cabe ainda ressaltar que dos artigos encontrados que abordaram diretamente o turismo de bicicleta, focaram no estudo do cicloturismo e não nas ciclovagens.

Em relação às revistas que publicaram os artigos, destaca-se a *Transportation Research Procedia*, que publica artigos de pesquisa de conferências com ênfase em qualquer área da ciência social da pesquisa de transporte (TRANSPORTATION RESEARCH PROCEDIA, 2019), talvez por ser um periódico abrangente a diversas áreas, tenha somado o total de 11 artigos (quadro 7).

Quadro 7 – Relação de Periódicos com artigos encontrados

Periódicos Científicos	Quantidade de artigos
Transportation Research Procedia	11
Transportation Research	4
Tourism Management	3
Case Studies on Transport Policy	2
Journal of Transport Geography	2
Procedia - Social and Behavioral Sciences	2
Transport Policy	2
Energy Research & Social Science	1
Journal of Cleaner Production	1
Research in Transportation Economics	1
Cities	1
Sustainable Cities and Society	1
Procedia Engineering	1
Ecological Economics	1

Fonte: Elaboração própria.

Os periódicos que apresentaram maior quantidade de artigos científicos abrangentes à questão da bicicleta como meio de transporte urbano ou no seu uso para o turismo foram os periódicos de transporte. Os três periódicos com mais publicações se configuram sendo duas revistas da área transportes e uma da área de turismo. Ainda analisando os quatro primeiros periódicos, dos 20 artigos que somam, apenas três deles apresentam ligação direta ao turismo de bicicleta que são: (i) *Designing single origin-destination itineraries for several classes of cycle-tourists*; (ii) *Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty*; e (ii) *Do tourists value different levels of cycling infrastructure?*

Fato curioso e que chama atenção ao observar o quadro 8 está relacionado ao tipo de revista científica que publica materiais sobre bicicleta. A metade dos periódicos são revistas de transporte. As demais são revistas relacionadas ao planejamento urbano, sustentabilidade,

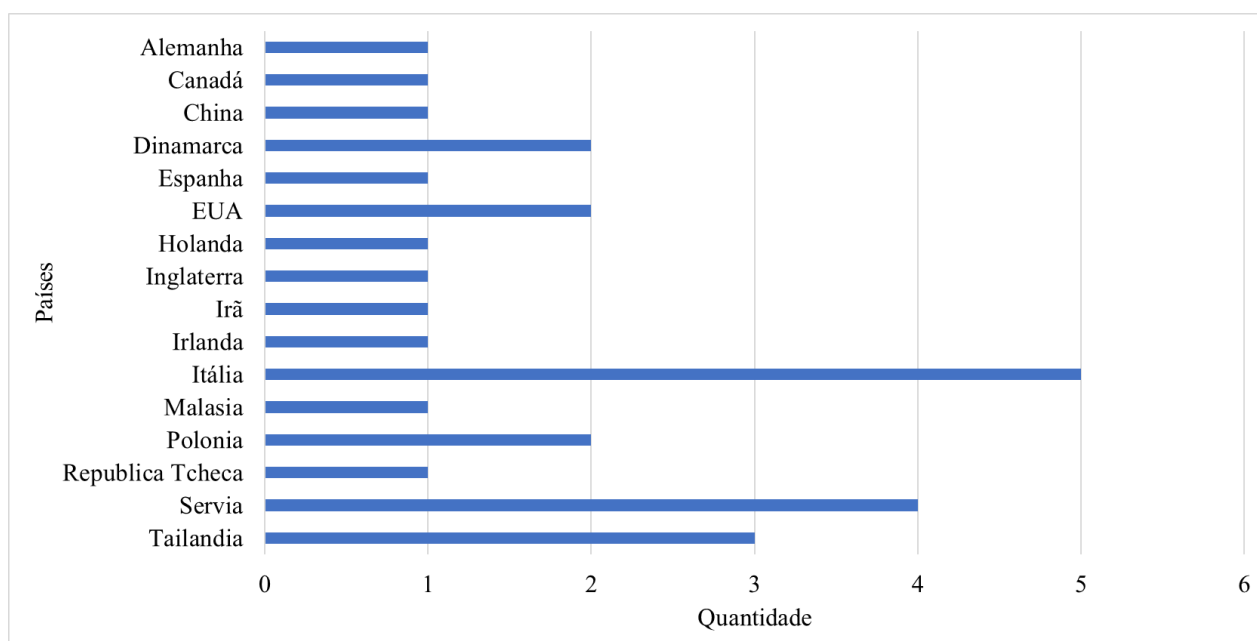
ecossistema e economia, meio ambiente, engenharia e ciências sociais. E, somente uma revista na área de turismo.

Para que fosse possível verificar qual área está trabalhando o assunto e de que forma estão sendo abordadas as questões pertinentes ao uso da bicicleta, e ainda, se o turismo está envolvido nesses estudos, observou-se as revistas que publicaram artigos sobre turismo e bicicleta.

Verificou-se que as pesquisas relacionadas ao turismo de bicicleta ainda se encontram restritas necessitando de mais atenção, apesar da bicicleta se constituir como um meio de transporte utilizado para o turismo.

Alguns dos artigos levantados tiveram locais específicos para a pesquisa, isto é, os pesquisadores utilizaram cidades como objetos de estudos (gráfico 4). As cidades foram separadas de acordo com seus países. No total, 16 países serviram como campo de estudo para os pesquisadores, sendo a Itália, a Servia e a Tailândia os países mais utilizados com cinco, quatro e três artigos, respectivamente.

Gráfico 4 – Países que foram campo de estudos



Fonte: Elaboração própria.

Para saber como estão as pesquisas sobre turismo de bicicleta no Brasil, fez-se um levantamento nos anais da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (Anptur) que acontece desde 2005. A Anptur é um dos eventos mais importantes da área de turismo que acontecem no Brasil. Além dela, o levantamento abrangeu 26 periódicos

acadêmicos de turismo listados na Plataforma Sucupira. Porém, dos 26, apenas cinco apresentaram pelo menos um artigo relacionado com turismo e bicicleta.

Para esse levantamento foram utilizadas as palavras-chave cicloturismo, cicloturista e bicicleta. Após a leitura dos resumos a fim verificar o assunto tratado, encontraram-se 17 artigos (quadro 8).

Quadro 8 – Periódicos Acadêmicos Brasileiros

<b>Evento ou periódico</b>	<b>Quantidade de Artigos</b>
Anptur	3
Licere	8
Turismo em Análise	2
Revista Brasileira de Ecoturismo	1
Caderno Virtual do Turismo	3

Fonte: Elaboração própria.

Observa-se, no quadro 8, periódicos de turismo (Anptur, Turismo em Análise e Caderno Virtual do Turismo), periódicos de ecoturismo (Revista Brasileira de Ecoturismo) e periódico de lazer (Licere). A presença de periódicos de ecoturismo e lazer aparecem na pesquisa e a revista Licere foi a que apresentou mais periódicos relacionados a bicicleta e ao turismo o que se justifica pelo fato de alguns pesquisadores considerarem a atividade como um subsegmento do ecoturismo e, também, ao uso da bicicleta como um modo de lazer.

Em relação aos assuntos encontrados nos trabalhos acadêmicos brasileiros, destacam-se aqueles sobre o perfil do cicloturista no Vale Europeu e o uso da bicicleta no esporte (quadro 9).

Quadro 9 – Assuntos abordados em artigos brasileiros

<b>Assuntos</b>	<b>Quantidade de artigos relacionados</b>
Perfil do cicloturista no Vale Europeu; Uso da bicicleta no esporte;	3
Análise dos processos educativos vivenciados por um grupo de cicloviantes; Cicloturismo, lazer e educação; Perfil do ciclista em parque ecológico; Possibilidade do desenvolvimento do cicloturismo; Uso da bicicleta como alternativa de meio de transporte; Uso da bicicleta no contexto social;	1



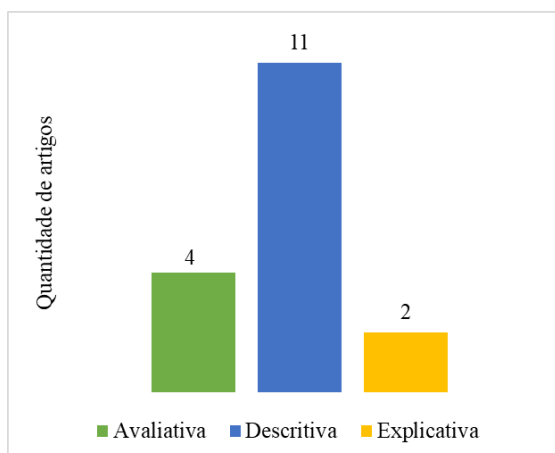
Desenvolvimento do cicloturismo e a relação com aspectos da hospitalidade;  
Variáveis que prejudicam a utilização dos roteiros cicloturísticos.

Fonte: Elaboração própria.

Percebe-se que, nas publicações brasileiras, a maioria das pesquisas utiliza uma cidade para estudo. Enquanto que no levantamento na base de dados da Science Direct, apesar de ter sido mais da metade de artigos encontrados com estudos em locais específicos, ainda sim é inferior as publicações brasileiras no que se refere ao campo de estudos. Para modo de comparação, o quantitativo de locais utilizados como campo de estudo foram transformados em percentuais, sendo 91,67% dos artigos brasileiros e 60,6% das publicações encontradas na Science Direct.

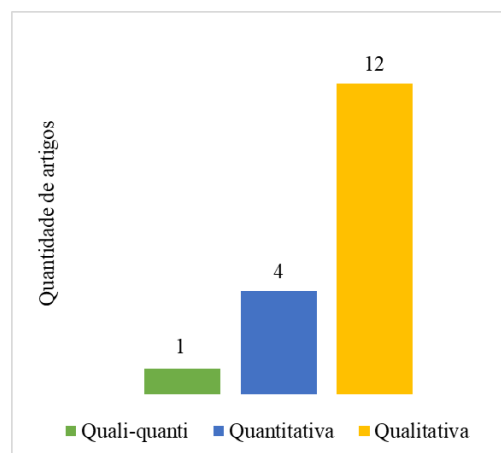
Sobre os artigos brasileiros, outro ponto que pôde ser observado foi o tipo de abordagem e pesquisa (gráficos 5 e 6).

Gráfico 5 – Tipo de pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 6 – Abordagem da pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

Ao observar os gráficos 5 e 6, percebe-se que mais da metade dos artigos trabalham com tipo de pesquisa descritiva e utilizam a abordagem qualitativa, assim como ocorre na base Science Direct. Os números dos gráficos 2<sup>5</sup>, 3<sup>6</sup>, 5 e 6 foram transformados em percentuais para que pudessem ser comparados (quadro 10):

<sup>5</sup> Gráfico apresentado na página 26.

<sup>6</sup> Gráfico apresentado na página 26.

Quadro 10 - Comparação entre base Science Direct e publicações brasileiras.

	Base Science Direct	Publicações brasileiras
Descritiva	52%	65%
Qualitativa	69%	71%

Fonte: Elaboração própria.

A partir dos valores apresentados no quadro 10 podem ser feitos alguns comentários. Primeiro em relação à pesquisa descritiva que, segundo Veal (2011), utiliza-se este tipo de pesquisa quando se estuda um assunto recente, e quando o campo se apresenta mutante. E porque “o lazer e o turismo são campos de estudos relativamente novos, há a necessidade de *mapear o território*” (VEAL, 2011, p. 29). Os segmentos turísticos foram surgindo, e ainda surgem, de acordo com os interesses dos turistas, como o caso do turismo de bicicleta. Apesar de existir relato no Brasil de uma viagem feita de bicicleta por um baiano, que saiu de Salvador em 1927 para New York chegando em 1929, ainda não era um fenômeno (PINHEIRO, 1978).

Pesquisas descritivas são utilizadas em áreas nas quais existem poucos estudos. Por serem consideradas áreas incipientes, o objetivo delas é investigar, descrever ou mapear comportamentos ou atividades (VEAL, 2011). Portanto, os números de pesquisas publicadas no exterior e no Brasil, pode estar atrelada ao fato do turismo de bicicleta se enquadrar em um segmento em crescimento, sendo necessário investigar e descrever esse fenômeno. E em relação à abordagem qualitativa, é uma abordagem em que não se preocupa com a quantidade de dados, mas na qualidade em que esses dados são apresentados (VEAL, 2011).

Este levantamento permitiu indicar a existência de poucas pesquisas relacionadas às ciclovagens. Isso possibilita pensar em novas pesquisas articulando o uso da bicicleta como principal meio de transporte no turismo.

### 3 RELAÇÃO ENTRE CICLOVIAGEM E CONSUMO

O sistema capitalista trouxe consigo um novo comportamento social, o consumismo. Criou-se com isso a ilusão da necessidade de consumir cada vez mais produtos, juntamente com a promessa de que quanto mais se consome mais feliz se torna. Porém, alguns estudiosos como Bauman, Kahneman e Bloom apresentam estudos mostrando que a felicidade não está diretamente relacionada com o consumismo. Acredita-se que, no caso das ciclovias, estas se direcionam na mão contrária do consumo acelerado e desenfreado da sociedade do século XXI.

O que é felicidade? Esta pergunta poderia, simplesmente, ser respondida com rápida consulta ao dicionário. Entretanto, por se tratar de sentimento subjetivo e individual, nota-se certa complexidade na tentativa de responder tal pergunta. Zygmunt Bauman, na obra intitulada ‘A arte da vida’, traz a discussão que muitas pessoas vivem em uma constante busca pela felicidade, e tendem a associá-la ao consumo e a renda elevada. Bauman (2009) tenta desmistificar, desconstruir essa ideia argumentando que a relação renda elevada e felicidade não são, necessariamente, proporcionais. Para Kahneman (DANIEL..., 2016) a felicidade, “em parte, é um traço de personalidade”.

A definição de consumo é apresentada por Canclini (1997, p. 53) como “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. O autor explica que essa definição “ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado”, o que ele chama de ‘racionalidade econômica’.

Bittencourt (2010) afirma que o consumismo segue sentido oposto às necessidades “básicas de consumo da vida humana”, proporcionando “uma experiência incontrolável de desejos estimulados pelo próprio sistema social de difusão publicitária das grandes marcas” (2011, p. 104). Pode-se observar que o texto de Bittencourt foi publicado em 2010, coincidindo com a difusão e criação “recente” de redes sociais como Facebook, criado em 2004, porém entre 2010 e 2012 estava mais difundido mundialmente (PRISCO, 2011), e ao Instagram criado em 2010. Portanto, no momento da publicação de Bittencourt as redes sociais ainda era um lugar desconhecido no que se refere ao comportamento dos usuários e seu poder de influência sobre as pessoas.

O consumo tem sido incentivado de tal forma, que o indivíduo que não possui poder aquisitivo para adquirir bens materiais sente-se excluído da sociedade. E as pessoas que têm

acesso a determinados produtos e bens sentem-se superiores àqueles que não possuem capital financeiro para tal, fazendo parte de um grupo seletivo de pessoas (BAUMAN, 2009).

O sistema capitalista trabalha para que haja sempre um novo objeto de desejo, para atrair mais consumidores, e para os consumidores não há limites para alcançar esses objetos de desejos (BAUMAN, 1999). “Nossa sociedade é uma sociedade de consumo” afirma Bauman categoricamente (1999, p. 87), que se caracteriza não pelo fato de todos terem acesso aos bens em oferta, mas pela crença unânime de que tanto o valor da vida quanto o das pessoas se mede pela capacidade de consumir” (KERL, 2009, p. 293). Mas o poder de compra, efetivamente, faz as pessoas felizes?

De acordo com Bittencourt (2010, p. 105) existe um novo tipo de homem, o *Homo Consumers*, cuja característica é o consumo ávido de bens materiais disponíveis no mercado, sendo instigado constantemente “pelas promessas de felicidade material propagadas pelo discurso publicitário, promotor de uma espécie de obrigação moral aos indivíduos para que estes consumam continuamente”. O autor argumenta que:

O consumo compulsivo compensa a ansiedade psicológica do indivíduo existencialmente impotente, incapaz de encontrar um nível de felicidade duradoura na sua vida prática, seja no âmbito do trabalho ou nas suas experiências afetivas (BITTENCOURT, 2010 p. 106).

O ato de consumir ajuda a esquecer por alguns momentos os problemas cotidianos do indivíduo além de tornar a vida mais suportável. Assim o consumidor compulsivo torna-se cada vez mais dependente da sensação que o consumismo traz (BITTENCOURT, 2010).

O consumo compulsivo é descrito por Cortez (2009) como consumismo, por considerá-lo como o ato de consumir produtos ou serviços indiscriminadamente. De acordo com a autora existe diferença entre o consumo e o consumismo. O primeiro, seria um consumo racional, enquanto que o consumismo seria a compulsão em consumir (CORTEZ, 2009).

Bauman (1999; 2008) aborda a ideia de que as pessoas vivem para consumir, presos num ciclo em que necessitam trabalhar para consumir e consumir para trabalhar. Em pensamento semelhante, Cortez (2009, p. 37) afirma:

A qualidade de vida e a felicidade têm sido cada vez mais associadas e reduzidas às conquistas materiais. Tal posicionamento acaba levando a um ciclo vicioso, em que o indivíduo trabalha para manter e ostentar um nível de consumo, reduzindo o tempo dedicado ao lazer e a outras atividades e relações sociais.

Sem o trabalho não é possível consumir e sem a necessidade de consumir não é necessário trabalhar. O consumo sofre ainda influência e estímulo por filmes, novelas, séries, propagandas e, especialmente com o avanço das tecnologias, redes sociais. Mas, como a cicloviação se insere nesse consumo desenfreado da sociedade capitalista?

A atividade turística requer, necessariamente, o consumo. O turista, desde a saída de sua residência ao seu destino, e durante sua estadia no destino, consome. Podem ser citados alguns consumos, que envolvem o turismo direta e indiretamente, como o consumo do(s) meio(s) de transporte(s), da(s) paisagem(ns), do(s) espaço(s) urbano(s), da(s) hospedagem(ns) e refeições.

Para Cruz (2002), a atividade turística é uma prática social que consome o espaço. Esse consumo ocorre a partir da apropriação do espaço pelo turista “por meio das formas de consumo (serviços de hospedagem, de restauração, de lazer, bem como o consumo da paisagem) que estabelecem entre o turista e o lugar visitado” (CRUZ, 2002, p. 109). Apesar disso, o principal é o consumo do destino e dos atrativos. O que então poderia diferenciar o turista “tradicional” do ciclovianjante?

Os ciclovianjantes costumam levar o mínimo necessário de bagagem possível, e procuram reduzir ao máximo seu custo diário durante a viagem. As ciclovianagens auto planejadas possuem certa diferenciação das viagens ofertadas por agências de viagens. Isso pode ser observado quando as agências de viagens ofertam, normalmente, destinos turísticos clássicos como Paris, Barcelona, Orlando etc. Esses destinos são aqueles que geralmente estão presentes em filmes e revistas, são imagens postadas nas redes sociais, ofertados aos consumidores constantemente. Enquanto que os ciclovianjantes buscam experiências diferentes das tradicionais, passando por cidades pouco turísticas e ao mesmo tempo o consumo durante a viagem pode ser encarado como “consumo comedido”. Fatos que podem ser observados a partir dos relatos de Caruso (2015) e Schimd (2016), por exemplo.

A continuação deste capítulo apresenta a relação da cicloviação com o consumo. Para tal, há dois subtópicos. No primeiro, trabalha-se a articulação entre felicidade, consumo e turismo. No segundo, relaciona-se a cicloviação e consumo com o uso dos relatos de Caruso (2015) e Schimd (2016).

### **3.1 Felicidade, consumo e turismo**

“Eu não acredito que haja apenas uma forma de ser feliz. Existem muitas formas de ser feliz” (ZYGMUNT..., 2011). Em entrevista a *Fronteiras do Pensamento*, Zygmunt Bauman (ZYGMUNT..., 2011) afirma existirem dois fatores independentes que dão forma à vida

humana, o destino e o caráter. Ele explica que o destino está relacionado a todas as coisas que o indivíduo não tem controle ou influência, são coisas que acontecem, mas que não é causado por ele. Enquanto que o caráter “é algo muito individual”, podendo, se trabalhado, ser mudado ou melhorado, “boa parte dele está sob nosso controle”. Para o sociólogo, as opções que o destino oferece a cada indivíduo são vastas e realistas, e essas opções o indivíduo não tem influência. Mas a escolha dentre as opções proporcionadas pelo destino, é feita pelo caráter. “E como os tipos de caráter são muitos e bem diferentes, não é possível dar uma receita para a felicidade” (ZYGMUNT..., 2011).

A noção ideológica da felicidade se constrói “sócio historicamente, do fato de que o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna nas sociedades modernas o mito da igualdade”. A felicidade precisa ser mensurável para que ela seja um “veículo do mito igualitário”, se tratando do bem-estar medido por objetos e signos (BAUDRILLARD, 1995, p. 47). Entendem-se os signos como alguma coisa que revela outra coisa para alguém (PEIRCE, 1982; TEIXEIRA, 2017). Por exemplo, ao ir de encontro no Museu do Louvre com a obra de arte da Monalisa (La Gioconda) revelam-se muito mais do que tinta e tela, há toda uma cifra de sentidos. Portanto, deste encontro se produz um acontecimento, um agenciamento entre o espectador e a obra.

Por outro lado, o fracasso do indivíduo pode estar atrelado a sua constante busca pela felicidade (BAUMAN, 2009). O indivíduo que está sempre à procura da felicidade acaba se perdendo, deixando escapá-la nas opções que o destino lhe oferece e, erroneamente, associam a felicidade ao dinheiro. Na busca pela felicidade, as pessoas estão tornando-se mais ricas, entretanto não se pode afirmar que estão se tornando mais felizes (BAUMAN, 2009).

Enquanto Bauman acredita não ser possível afirmar a relação entre felicidade e riqueza, Kahneman diz haver certa relação entre eles. Daniel Kahneman afirmou que “as pessoas ricas são certamente mais satisfeitas com suas vidas” e “as pessoas felizes tendem a ser tornar mais ricas do que as infelizes. Não muito mais ricas” (DANIEL..., 2016).

Robert Lane (*apud* Bauman, 2009) descobriu que, mesmo com o aumento da renda dos americanos no pós-guerra, “a felicidade por eles (os americanos) declarada era menor” (BAUMAN, 2009, p. 6). Enquanto que Richard Layard (*apud* Bauman, 2009) notou que o aumento do Produto Nacional Bruto (PNB) não significa que as pessoas se tornam mais felizes. Bauman (2009) relembra a fala de Robert Kennedy em um discurso sobre a avaliação da felicidade a partir do PNB: “o PNB mede tudo, menos o que faz a vida valer a pena”. E o que faz a vida valer a pena?

Cabe aqui fazer um adendo, Paul Bloom (PAUL..., 2018) distingue a felicidade do prazer dizendo que a felicidade ocorre de maneira mais prolongada ao longo da vida, e o prazer tem curto prazo:

O prazer é de curto prazo. É a experiência que você sente ao colocar uma comida deliciosa na boca, ou ver um belo quadro, ou quando alguém que ama abraça você. Ocorrem descargas rápidas e calmantes de prazer. A felicidade é mais duradoura, é como pensa sobre a vida.

No contexto consumo e felicidade, o ato de consumir “atua como um narcótico simbólico no psiquismo humano”, fazendo com que o indivíduo “conquiste um momentâneo estado de alívio existencial diante da necessidade de consumir” (BITTENCOURT, 2010, p. 108). Assim, consumir bens e serviços proporciona ao consumidor estado onírico de fuga da realidade.

Há quem afirme que as coisas essenciais para se alcançar a felicidade não podem ser precificadas, nem compradas em lojas, como o amor, a amizade, os prazeres da vida e a família. O dinheiro pode comprar bens materiais, que não substituem os essenciais, mas para isso é necessário ganhar dinheiro. Porém, quando se tem dinheiro para comprar os bens materiais, resta pouco tempo para as coisas essenciais (BAUMAN, 2009).

Bauman (2009, p.15) argumenta que “nem todos os bens necessários para a “felicidade subjetiva”, e notadamente os não-negociáveis, têm um denominador comum, é impossível quantificá-los”, assim ele conclui que “nenhum aumento na quantidade de um bem pode compensar plena e totalmente a falta de um outro de qualidade e proveniência diferentes”.

Assim, pode acontecer de “as perdas excederem os ganhos e de a capacidade da renda ampliada para gerar felicidade ser superada pela infelicidade causada pela redução do acesso aos bens que “o dinheiro não pode comprar” (BAUMAN, 2009, p. 12). Pode-se interpretar com isso que a busca pela felicidade se torna uma busca pela acumulação de capital, por meio de longas jornadas de trabalho, acarretando ao afastamento das coisas essenciais da vida e da própria felicidade.

Lipovsky (2007) observa que quanto mais enriquecidas as pessoas ficam, novas vontades e desejos de consumir surgem. “Quanto mais se consome, mais se quer consumir” (LIPOVETSKY, 2007, p. 38). Ainda segundo o autor, o que os consumidores esperam são o prestígio e reconhecimento, status e integração social.

As pessoas podem ser inseridas na ‘moda do consumo’. Pode-se pensar alguns aspectos que corroboram para um melhor entendimento do problema, como por exemplo as pessoas desejam consumir, mas “nem todo mundo pode ser um consumidor” (BAUMAN, 1999, p. 93).

Como a sociedade se apresenta estratificada, em camadas sociais de forma piramidal que se acoplam de acordo com a capacidade de acúmulo de capital de cada indivíduo, significa, então, dizer que há uma relação evidente entre mobilidade física-espacial e poder econômico de consumo. Com isso, está implicado um segundo grau de mobilidade, paralelo ou concomitante à questão da mobilidade social, sendo ela pensada como uma vontade individual livre.

Portanto, o poder de consumo está ligado ao poder econômico (segundo grau para além da vontade livre de mobilidade físico-espacial), que determinará o poder de mobilidade urbana, mobilidade física-espacial para além da livre vontade. O que Bauman (1999, p. 93) explica afirmando que “a extensão ao longo da qual os de ‘classe alta’ e os de ‘classe baixa’ se situam numa sociedade de consumo é o seu grau de mobilidade”.

A partir da reflexão cria-se um novo conceito chamado de capital móbil, que seria o quanto o indivíduo tem de poder econômico excedente que será aplicado na sua mobilização no sistema de posicionamento global (GPS), o quanto o indivíduo pode ser mover pelo território mediante aquilo que ele consegue acumular para além de sua subsistência, pois com o advento da perda dos direitos sociais proposta pelos governos neoliberais os grupos sociais mais afetados não tem garantias de mobilidade senão produzir a partir de si (empreender) seu próprio capital móbil. Portanto, a classe alta possui maior grau de mobilidade que a classe baixa em evidente conjuntura socioeconômica que cobre de fundo a mobilidade físico-espacial.

As atividades de lazer estão presentes na dimensão hedonista do consumo. As famílias, por exemplo, consomem produtos e serviços ligados à cultura, ao lazer e a comunicação. Há ainda outros gastos com segunda residência, automóveis e restaurantes, e crescente aumento do consumo de audiovisuais, principalmente, músicas e televisão (LIPOVETSKY, 2007).

Lipovetsky (2007) afirma que as pessoas gastam 30% de seu tempo com atividades ligadas ao lazer e a sociabilidade. Dentre as atividades de lazer, o turismo se destacou entre os serviços de cultura e de divertimento mais buscado pelos indivíduos. O autor afirma que “a preponderância dos lazes levou certos analistas a falar de um novo capitalismo centrado não mais na produção material, mas no divertimento e nas mercadorias culturais” (LIPOVETSKY, 2007, p. 62). Nesse contexto Lipovetsky (2007) acredita na possibilidade de um novo consumo, o de bens não materiais, classificando-o como ‘consumo experiencial’.



O consumo de experiência se enquadra no setor do turismo, em que a sua essência está na experiência vivida e não no bem material. O setor turístico oferta experiências diversificadas, como por exemplo, parques de diversão, cruzeiros turísticos, voar de balão e mergulho. “Já não se trata mais apenas de vender serviços (turísticos), é preciso oferecer experiência vivida, o inesperado e o extraordinário capazes de causar emoção, ligação, afetos, sensações” (LIPOVETSKY, 2007, p. 63). Porém, isso acarreta, segundo Lipovetsky (2007), na “indústria da experiência” para alcançar as expectativas e atrair turistas recorrendo a:

simulações, de artifícios hiperespetaculares, de estimulações sensoriais destinadas a fazer os indivíduos sentir sensações mais ou menos extraordinárias, a fazê-los viver momentos emocionais sob controle em ambientes hiper-realistas, estereotipados e climatizados (LIPOVETSKY, 2007, p. 63).

Compreende-se que nas experiências turísticas existe uma artificialidade para atrair o turista. A nova modalidade de consumo que ganha força, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, passa a ser também uma forma de status social, que muitas pessoas desejam.

E, no século XXI, na lista de itens para fazer parte de um grupo social, além do consumo de veículos motorizados, casa própria e roupas de marcas, deve-se incluir o consumo de viagens. As imagens (fotos e vídeos) da vivência turística são inseridas pelo turista em sua rede social e exibidos aos amigos e seguidores dessas redes. “Os usuários ficam felizes por ‘revelarem detalhes íntimos de suas vidas pessoais’” e fornecem informações precisas e compartilham fotografias (BAUMAN, 2008, p. 8).

Diante dessa discussão, pode-se caminhar por ela tentando compreender qual o tipo de consumidor é o cicloviajante. Essa nova tipologia de turista, ainda desconhecido em comportamentos e atitudes.

### **3.2 Cicloviagem e consumo**

A cicloviagem se apresenta como uma atividade turística cujo principal atrativo está no deslocamento por meio da bicicleta. Alguns cicloviajantes relatam suas experiências em livros, como é o caso do casal Isabel Caruso (professora de educação física infantil e *personal trainer*) e Tiago Valente (arquiteto) que percorreram o sul da França, ou de Sven Schmid (engenheiro) que partiu sozinho de Buenos Aires, Argentina, com destino à cidade de Calgary, Canadá. Os dois exemplos foram relatados em livros: “De bike, o sul da França é outra história” e “300 dias de bicicleta”, respectivamente.

Cabe ressaltar que apesar de ambos relatos se configurarem como cicloturismo, foram planejadas e executadas de maneiras diferentes. Caruso planejou toda a viagem, as estradas por onde iriam passar e onde iriam se hospedar caso não conseguissem hospedagem gratuita, enquanto Schmid pouco havia planejado sua cicloturismo.

Em ambos os livros os cicloturistas revelavam levar consigo na bicicleta somente o mínimo necessário para a cicloturismo, como equipamento para acampamento e para manutenção da bicicleta e poucas roupas (CARUSO, 2015; SCHMID, 2016).

Caruso (2015), em sua viagem de 15 dias pelo sul da França, afirma que o peso total de sua bagagem era menos de nove quilos contendo roupas leves e fáceis de lavar e secar. Schmid (2016), além de ter levado pouca roupa, levou também material para cozinhar, filtro de água e peças para reposição da bicicleta. Ele não havia planejado minimamente sua hospedagem como Caruso, e por isso o material de camping.

Em certo momento da viagem Caruso percebeu que havia levado coisas que não havia usado até então, e que não usaria no restante da viagem: “fiquei indignada quando me dei conta da quantidade excessiva de roupas que havia levado, coisas que num automóvel podem nem ser tantas, mas que numa *bike* cansam e irritam. É um lastro totalmente dispensável” (CARUSO, p. 78).

Para Schmid (2015, p. 11), “coisas básicas do cotidiano ficam relegadas ao segundo plano, outras ganham mais importância”. Portanto, limitar o peso da bagagem selecionando somente o que for necessário para a viagem torna-se primordial.

O consumo exagerado, nos quais as pessoas são inseridas involuntariamente, transforma as pessoas em acumuladores. Mesmo que um objeto não tenha utilidade, as pessoas sentem desejo em tê-lo, em possuí-lo. Elas possuem mais bens materiais do que o necessário para o dia a dia. Por isso, em situações como uma cicloturismo em que exigem limitação no peso da bagagem, que influenciam no desempenho do cicloturista, as pessoas não conseguem selecionar o mínimo para a viagem, e acabam levando mais que o necessário.

Caruso e Schmid já utilizavam a bicicleta como meio de transporte antes da cicloturismo, porém os propósitos das viagens foram diferentes. Caruso e o marido tinham curiosidade em saber como era uma cicloturismo, “de saber como seria viajar com o próprio esforço, carregando mochilas e alforjes, encontrar pessoas, [...] além de conhecer regiões belíssimas [...]” (CARUSO, 2015, p. 16). Enquanto que Schmid havia realizado uma cicloturismo num percurso de 200 quilômetros aos 13 anos com um amigo e depois disso passou a ler livros com relatos de cicloturismos, aumentando sua vontade de fazer outra cicloturismo.

Os cicloviantes demonstram, em seus relatos, o sentimento de felicidade em estar fazendo o que desejavam: andar de bicicleta e conhecer lugares diferentes e fora das tradicionais cidades turísticas. Bauman (1999, p. 85) afirma que “no mundo que habitamos, a distância não parece importar muito”. Transportando essa ideia para a cicloviam, tal afirmativa se faz presente uma vez que o mais importante para o cicloviantante não está na distância a ser percorrida. Caruso (2015, p. 17) expressa: “para mim, não importava muito o lugar, apenas queria ir, curtir pessoas e paisagens novas, e ter a minha própria história para contar”.

Nos dois relatos o consumo durante as cicloviam são controlados, não há gastos exacerbados, com hospedagens caras ou gastos com roupas, acessórios e com *suvenires*. Os serviços de hospedagem utilizados foram alternativos e gratuitos, em sua maioria, como afirma Caruso (2015, p. 25) ao dizer ter utilizado o Warmshowers (comunidade de troca de hospedagens gratuita para cicloviantes) e o Couchsurfing (comunidade de hospedagem gratuita). A escolha por esses tipos de hospedagem foi motivada por ser gratuita, proporcionar e facilitar “uma troca cultural muito grande”. O que está sendo consumido, neste caso, é a cultura e costumes do anfitrião. De fato, não há troca de capital pelo meio de hospedagem, mas há a troca cultural e de experiência.

Os hábitos e costumes das populações por onde estes cicloviantes passam são consumidos por eles, mesmo não havendo troca de moeda. É um consumo fluido, que acontece de forma natural, ocorre troca cultural e de aprendizado. Schmid (2016, p. 20) recorda que “já durante os primeiros dias, experimento uma hospitalidade indescritível por parte da população. Sou convidado várias vezes para as refeições, me oferecem banho, chá mate e estadia”. A receptividade e a hospitalidade, na maioria das situações que os cicloviantes vivenciam, são diferentes daquelas de turistas hospedados em hotéis e que fazem roteiros com grupos de excursão.

Schmid vivenciou inúmeros momentos de hospitalidade durante sua viagem de 300 dias:

Pergunto a um rapaz de moto se posso armar minha barraca ao lado da sua casa, pois seria a única forma de me proteger um pouco do vento cruel. Ele me olha um pouco cético, mas depois responde generosamente: ‘Claro que pode. Se quiser, também, pode dormir na nossa casa, se não se incomodar com meus filhos pequenos. [...] Meu nome é André, seja bem-vindo!’ (SCHMID, 2016, p. 55)

Além do consumo cultural e da hospitalidade das comunidades locais, os cicloviantes podem consumir a paisagem por onde passam, principalmente, se levar em consideração que:

(i) a bicicleta é mais lenta que um veículo motorizado, sendo possível contemplar por mais

tempo a paisagem; (ii) não possui limites na visão, como ocorre com os veículos, em que a paisagem se enquadra nos limites das janelas.

Antes de prosseguir, cabe esclarecer o que é paisagem. Para Elicher (2012, p. 9) a paisagem nada mais é que “uma dimensão do espaço geográfico” sendo considerada “tudo aquilo que se pode enxergar através da visão humana” (2012, p. 10) e, ainda, “tudo aquilo observado e/ou analisado” (VILLAS BOAS; MARÇAL, 2014).

Pode-se considerar que paisagem está em constante mudança porque ela sofre influências sociais, culturais, ambientais e emocionais (ELICHER, 2012; LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012). Yázigí (2002, p. 11) afirma existir “uma infinidade de paisagens no espaço e no tempo, mutáveis, porque as configurações geográficas mudam com a história e com a própria dinâmica da natureza”. Inclusive, a paisagem pode ser fator decisório para uma viagem (ELICHER, 2012).

Villas Boas e Marçal (2014) deixam claro que como a paisagem está presente em diferentes áreas do conhecimento, seu conceito se atrela ao interesse de cada uma delas. Os autores ainda explicam que a Geografia apresenta importantes definições para a conceituação de paisagem, que “explora, em suas bases epistemológicas, conceitos importantes como as relações entre a sociedade e a natureza, o espaço, o território e a paisagem, e pela área da atividade turística, que relaciona a paisagem como matéria-prima” (VILLAS BOAS; MARÇAL, 2014, p. 96). No turismo, a paisagem é a “primeira instância do contato do turista com o lugar visitado” (CRUZ, 2002, p. 109), contato este que acontece a partir do que o visitante enxerga (ELICHER, 2012).

Retornando ao assunto de consumo da paisagem nos meios de transporte, Sennett (2018) diz que quanto maior a velocidade ao se deslocar, menor será a percepção ao trajeto, pois o foco de quem está dirigindo deve estar na frente:

Quanto mais rapidamente nos movemos, menos consciência temos das particularidades do ambiente; dirigindo a 60 quilômetros por hora, se tivermos a atenção desviada por uma sedutora vitrine [...], vamos acabar batendo. [...] é preciso olhar para a frente, controlando a visão periférica para levar em conta apenas o que contribui para o deslocamento rápido [...] (SENNETT, 2018, p. 48).

Quando se está fazendo uma caminhada é possível “observar mais informações visuais liminares do que quando nos movemos rapidamente num automóvel ou ônibus” (SENNETT, 2018, p. 48). Isso quer dizer que a velocidade do movimento influencia diretamente no observador e no que se absorve da paisagem.

No percurso do deslocamento, Boullón (2002, p. 112) afirma que o turista “percebe muitas coisas diferentes, algumas delas totalmente diferentes, que chama sua atenção”, portanto, o autor argumenta que o resultado de uma viagem é o acúmulo de lembranças e experiências por onde o indivíduo passou.

Porém, nem sempre a paisagem se apresenta de maneira agradável aos olhos, como descreve Schmid (2016, p. 48):

Raramente passo por regiões habitadas, mas as vezes que chego perto da civilização, ela se anuncia de uma forma não muito agradável. No acostamento, aparecem garrafas pet, fraldas, latas de conserva, sacos de plástico – há lixo espalhado por toda parte e, no ar, um cheiro de decomposição. Meus olhos ardem com a fumaça da queima de lixo, o cheiro que se espalha é horrível. [...] depois de muito refletir chego à conclusão de que o lixo que produzi também vai parar em um lugar assim.

O que se observa neste trecho é que Schmid evita passar próximo a civilização durante a ciclovagem, o que acarreta, assim, o consumo de uma paisagem mais diversificada se comparada a dos turistas que viajam para os principais atrativos turísticos. O ciclovijante consome uma paisagem que parece ser menos romantizada e artificializada e mais próxima à realidade da população por onde ele passa, especialmente em cidades de países em desenvolvimento.

Entretanto, não se deve comparar regiões muito divergentes como no caso daquelas por onde passaram Caruso e Schmid. Um pedalou na Europa e outro na América Latina e América do Norte, respectivamente. Num outro ponto de vista: são latino-americanos viajando na Europa e um europeu viajando nas Américas.

Pode-se considerar, também, o consumo cultural vivenciado por Caruso e Schmid. Nas experiências das ciclovagens narradas pelos autores, nota-se a existência de maior contato com a população e com a cultura dos locais por onde passaram. Caruso (2015) narra, ao longo do livro, as experiências de se hospedar na casa de moradores locais por meio da Warmshowers. Em um dos relatos ela conta que o anfitrião havia aceito ela e mais três ciclovijantes em sua casa. Ela afirma: “a bicicleta é mesmo um instrumento de conhecimento, amizade e intercâmbio cultural fora do comum” (CARUSO, p. 76), porque nesse encontro houve uma troca cultural e experiências entre os quatro ciclovijantes e o anfitrião.

A ciclovagem “traz outros valores subliminares [...]”, tais como “a apreciação do contato com a natureza, respeito ao meio ambiente, alimentação mais saudável, curiosidade

pelo desconhecido, prontidão para resolver imprevistos e desapego ao conforto urbano”, conforto que se apresenta “quase sempre excessivo e sem sentido” (CARUSO, 2015, p. 76).

Diante dos dois relatos, foi possível perceber, durante a leitura, a empolgação, que deve ter sido as ciclovias. Caruso (2015), por exemplo, utiliza frases e termos como “animada com a viagem”; “animados e curiosos” e “emocionalmente abalada com tamanha felicidade de estar ali”. Schmid (2016) demonstrou uma linha tênue entre a felicidade e a solidão. Ele percorreu 22 mil quilômetros sozinho, apesar de em certos momentos pedalar com outros ciclistas que encontrava no caminho. Sua felicidade estava em poder fazer uma viagem longa de bicicleta e sozinho. Porém, estar sozinho em certos momentos fazia-o sentir a solidão.

O ato de consumir se transforma em sentimento de prazer momentâneo, induzindo o consumidor a confundi-lo com o sentimento de felicidade. As ciclovias parecem escapar do consumo excessivo que a sociedade moderna vive, e toma um rumo diferente, em direção ao desapego das coisas materiais. Pelo menos durante o período da viagem.

Os ciclovias, mesmo tendo um consumo controlado, ainda assim, são consumidores. O consumo não está necessariamente ligado à felicidade nem mesmo na troca de moeda por um produto. O consumo experiencial, explicado por Lipovetsky, caracteriza-se pelo acúmulo de experiências e não de bens materiais. Sendo assim, pode ser considerado característico das ciclovias.

Em uma viagem de bicicleta o que importa não é o poder de compra, mas as oportunidades de vivenciar experiências diferenciadas, prazerosas e simples, sem o envolvimento de troca de moeda. O consumo nas ciclovias acontece de maneira espontânea, sem a teatralização comercializada pelas agências de turismo. O que se busca numa ciclovias são as experiências que em outras atividades turísticas não se oferecem. Os ciclovias tinham consigo pouca roupa, material para manutenção da bicicleta e o principal, a bicicleta. Fizeram uma viagem que os fizeram felizes.

Tanto Caruso quanto Schmid possuíam condições financeiras para se hospedarem em hotéis confortáveis e fazerem uma viagem turística em local conhecido internacionalmente. Porém, eles preferiram largar o conforto e tranquilidade de suas vidas e de uma viagem, por uma aventura de bicicleta, com hospedagens gratuitas em casas de residentes ou acampando à beira de uma estrada ou no mato.

Respondendo à pergunta se o poder de compra faz as pessoas felizes, certamente, dentro do contexto apresentado, a resposta é não. Caruso e Schmid poderiam ter feito outro tipo de viagem, mas optaram em fazer uma viagem de bicicleta que os fizeram mais felizes, como transpassaram em seus relatos. A ciclovias, mesmo sem o conforto de uma cama, com

limitações no peso da bagagem, sem “o dia da compra” durante toda a viagem e *suvenieres*, e pedalandando durante horas, fizeram Isabel Caruso e Sven Schmid felizes.

## 4 ESPAÇO, CICLOVIAGEM E SLOW TRAVEL

Alguns estudiosos do espaço podem contribuir para melhor compreensão do mesmo e do lugar usufruídos pelo turista, como por exemplo, Jan Gehl, da arquitetura, Milton Santos da geografia e Immanuel Kant da filosofia. Neste capítulo, trabalha-se o espaço sob a perspectiva do ciclovianjante.

Pode-se considerar o espaço como o lugar onde a sociedade produz, constrói e “impõe sua própria realidade; por isso a sociedade não pode operar fora dele” (SANTOS, 2014, p. 67). O espaço pode ser considerado como o a sinergia de coisas, objetos geográficos, naturais e artificiais, e a sociedade (SANTOS, 2014).

De um lado um conjunto de objetos geográficos distribuídos sobre o território, sua *configuração geográfica* ou sua *configuração espacial* e a maneira como esses objetos se dão aos nossos olhos, na sua continuidade visível, isto é, a paisagem; de outro lado o que dá vida a esses objetos, seu princípio ativo, isto é, todos os processos sociais representativos de uma sociedade em um dado momento (SANTOS, 2014, p.12).

De acordo com Santos (2014) o espaço é o somatório dos elementos físicos (naturais ou artificiais) e sociais (o comportamento e as funções que a sociedade atribui aos elementos físicos) presentes no território.

Considerando que a ciclovianagem ocorre entre cidades, sejam elas rurais ou não, o espaço pelo qual percorre é comum, sendo a diferença entre as disposições e o tipo de edificações e arquitetura, por exemplo. Além disso, deve-se considerar que o ciclovianjante, em alguns momentos, pernoita em uma cidade. Por isso, a importância de compreender o espaço externo as construções e trazer conceitos relacionados.

Gehl (2015) apresenta áreas comuns da cidade, sendo elas ruas e praças, como espaço de transição suave, que são zonas onde as pessoas caminham quando estão na cidade, de onde se vê as fachadas e as edificações, de onde se entra e sai dos edifícios, onde a vida dentro das edificações interage com a vida ao ar livre. O autor explica que a “rua sinaliza movimento – ‘por favor siga em frente’ -, psicologicamente a praça sinaliza a permanência” (GEHL, 2015, p. 38). Sobre os espaços de transição Gehl (2015, p. 75) diz:

Os espaços de transição da cidade limitam o campo visual e definem o espaço individual. Essas transições contribuem de forma crucial para a experiência espacial e para a consciência do espaço individual como lugar [...]. O espaço de transição ao longo dos andares térreos é também uma zona onde se localizam as portas de entrada e os pontos de troca entre interior e exterior. As



transições proporcionam uma oportunidade para a vida na cidade. É a zona onde as atividades realizadas dentro das edificações podem ser levadas para fora, para o espaço comum da cidade.

O ciclovijante, ao se hospedar em uma cidade, tem oportunidade de conhecê-la. Sendo assim, os espaços de transição acontecem ao longo da ciclovijagem e fazem parte da ciclovijagem, ocorre quando o ciclovijante vivencia as experiências proporcionadas pela viagem de bicicleta.

Para melhor compreensão, pode-se citar Caruso (2015, p. 138). Ela e o esposo se hospedaram pelo *couchsurfing*<sup>7</sup> na cidade de *Villeneuve-Avignon*, França. Em um trecho de seu relato ela conta que foram convidados pela anfitriã a participarem de sua aula de *Tai Chi Chuan*: “a aula foi na praia, na areia da praia. Descalços, em silêncio, agasalhados, sentindo o vento gelado no rosto ao som das ondas do mar, fazíamos alguns movimentos imitando os da Frida [anfitriã]”. Em outro momento, na cidade de Barcelona, na Espanha, Caruso (2015, p. 38) diz ter combinado com o anfitrião de se encontrarem na *Plaza de Catalunya*. Assim, ela descreve:

Esperamos por Ivan [anfitrião] sentados literalmente no centro da praça, e de olho no movimento das pessoas: estudantes, turistas, trabalhadores, crianças, idosos, gente com cachorro, de bicicleta, de patinete, bebês de colo e muitos pombos, centenas deles [...]. Havia gente vendendo milho para atraí-los.

Gehl (2015, p. 82) afirma que algumas pessoas combinam alguma atividade, como tomar café e curtir o sol, com a “oportunidade de acompanhar a vida na rua”. A ciclovijagem, por ser uma viagem mais lenta, permite ao ciclovijante vivenciar as dinâmicas culturais e sociais das sociedades por onde passa, e a desfrutar, a partir de seus sentidos, o espaço em seu entorno.

Porém, no âmbito mais filosófico, Kant (1989, p.64) explica:

O espaço não é um conceito empírico, extraído de experiências externas. Efectivamente, para que determinadas sensações sejam relacionadas com algo exterior a mim (isto é, com algo situado num outro lugar do espaço, diferente daquele em que me encontro) e igualmente para que as possa representar como exteriores [e a par] umas das outras, por conseguinte não só distintas, mas em distintos lugares, requer-se já o fundamento da noção de espaço.

Kant (1989, p. 65) também explica que o espaço é um dado transcendental *a priori*<sup>8</sup> presente no indivíduo, um conceito pelo qual nos ajuda a conhecer através da ‘estética

<sup>7</sup> Rede social de hospedagem gratuita oferecido pela *internet*.

<sup>8</sup> Transcendental *a priori*: “2. Na filosofia kantiana, também caracterizada como filosofia transcendental, trata-se do ponto de vista que considera as condições de possibilidade de todo conhecimento. Nesse sentido, não deve ser

transcendental’ e pela ‘lógica transcendental’. Por isso, sua revolução compara-se à copernicana dada a proposta de deslocar o sujeito do conhecimento para o centro, com isso, regulando o conhecimento, e não mais ser regulado pela natureza do objeto enquanto operador do que se conhece. Portanto, justifica que só se pode ter “a representação de um espaço único” e quando se fala em “vários espaços”, refere-se “a partes de um só e mesmo espaço”. Para Kant (1989), o espaço é uno e é dado previamente ao indivíduo. E, os objetos externos a este indivíduo compõem-se de lugares no espaço em “proporções geométricas” (KANT, 1989, p. 65).

Os vários lugares citados por Kant (1989) existem simultaneamente no espaço. Em relação a sua teoria, pode-se dizer que o ciclovijante percorre um único espaço determinado *a priori* pelo seu entendimento, implicando assim, no que gostaríamos de destacar de sua filosofia, isto porque, independentemente do lugar que ele esteja no mundo e os objetos pelos quais se encontrará nesse mesmo mundo, o espaço é uno. Logo, ele só é lugar enquanto é conhecido a partir de uma certa condição anterior no sujeito (*a priori*) que determina a partir de formas puras aquilo que o entendimento é possibilitado à conhecer.

Em concordância, Santos (2014, p. 15), a partir de uma visão geográfica, afirma que se deve considerar o “espaço como uma totalidade” sendo possível “dividi-lo em partes”. Para o autor existem diversas possibilidades de dividir os espaços, sendo ‘os elementos do espaço’ umas dessas possibilidades.

Santos (2014) elenca cinco elementos que constituem o espaço: os homens, as firmas, as instituições, a infraestrutura e o meio ecológico. Já Rodrigues (1992), adaptando a visão ao turismo, apresenta cinco elementos para a atividade turística (quadro 11).

Quadro 11 – Elementos do espaço

Elemento	Santos	Rodrigues
----------	--------	-----------

---

confundido com o termo ‘transcendente’. ‘Chamo transcendental todo conhecimento que, em geral, se ocupa menos dos objetos do que de nossos conceitos a priori dos objetos. Um sistema de conceitos desse tipo seria denominado filosofia transcendental ... Não devemos denominar transcendental todo conhecimento a priori, mas apenas aquele pelo qual sabemos que e como certas representações (intuições e conceitos) são aplicadas ou possíveis simplesmente a priori (‘transcendental’ quer dizer possibilidade ou uso a priori do conhecimento)’ (Kant, Crítica da razão pura)” (JAPIASSÚ; MARCONDES, 2001, p. 179).

Homens	São elementos do espaço, sejam como fornecedores de trabalho, como trabalhadores, jovens, desempregados ou de não empregados.	Representam a demanda turística, a comunidade local e os indivíduos responsáveis pelo funcionamento dos outros quatro elementos.
Firmas	Possuem como função produzir bens, serviços e ideias.	São os “serviços de hospedagem, de alimentação, as agências e operadoras de viagem”, empresas de meios de transporte, além dos “sistemas de promoção e comercialização de toda natureza e em diversas escalas, incluindo as poderosas empresas de <i>marketing</i> e publicidade” (RODRIGUES, 1992, p. 66).
Instituições	Elas produzem as normas, as ordens e as legitimações.	Representam a supra estrutura. No turismo, pode-se citar, a Organização Mundial de Turismo (OMT), a Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA), o Ministério do Turismo (MTur) e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR).
Infraestrutura	É “o trabalho humano materializado e geografizado na forma de casas, plantações, caminhos etc.” (2014, p. 17).	São elementos do espaço turístico, tais como rede de transportes, rede de comunicação, saneamento básico, segurança e saúde.
Meio Ambiente	“Conjunto de complexos territoriais que constituem a base física do trabalho humano” (2014, p. 17).	É o meio onde o homem vive e trabalha, o meio natural e o espaço modificado por ele.

Fonte: Elaboração a partir de Santos (2014) e Rodrigues (1992).

Para além dos elementos do espaço, Santos (2014, p. 69) determina quatro estruturas espaço-temporal:

- Formas: “é o aspecto visível de uma coisa”, é “arranjo ordenado de objetos, a um padrão”. Pode abranger ou não mais de uma função.
- Função: “atividade esperada de uma forma, pessoa, instituição ou coisa”.
- Estrutura: interrelação de todas as “partes de um todo; o modo de organização ou construção”.
- Processo: ação contínua que se desenvolve “em direção a um resultado qualquer, implicando conceitos de tempo (continuidade) e mudança”.

Estes elementos estruturais, presentes no espaço, podem ser percebidos em espaços turísticos. Cada um desses elementos possui diferentes valores dependendo do lugar ao qual se insere (SANTOS, 2014). Desse modo, pode-se levar em consideração que turistas e residentes percebem valores diferentes em alguns dos elementos estruturais.

Nota-se, a partir dos autores citados, a complexidade em conceituar o espaço, pois existem diferentes perspectivas de se abordar, aqui utilizou-se a arquitetura, filosofia, geografia e turismo. De maneira geral, as ideias convergem para um mesmo ponto, de que o espaço é um só, e a partir disso se desenvolvem pensamentos de acordo com a área de estudo, mas ainda sim as áreas se comunicam.

A exemplo dessa comunicação, tem-se a ideia de limitação do espaço por Kant (1989), que aparece no conceito de Santos (2014) representado pelas formas. E, é neste espaço que acontece a cicloviagem, onde o ciclovianjante pode observar as formas, interagir com a comunidade local, vivenciar o contexto local em sua complexidade para que sua cicloviagem possa resultar numa experiência positiva.

Couclelis (1992, *apud* SUVANTOLA, 2002) identifica seis espaços diferentes:

- (i) Espaço matemático: está relacionada à geometria de Euclides, adotada como uma linguagem que expressa relações mensuráveis no espaço (COUCLELIS, 1992, *apud* SUVANTOLA, 2002) como tamanho, distância, escala entre outros termos (HAYLLAR; GRIFFIN; EDWARDS, 2011).
- (ii) Espaço físico: engloba tudo o que existe no universo, pode ser formalizado na noção newtoniana de espaço absoluto, possui relação com o senso comum de espaço.
- (iii) Espaço socioeconômico: está ligado à análise espacial de regiões e de fenômenos sociais e econômicos ligados a ela.

- (iv) Espaço comportamental: envolve a percepção e o uso humano sobre o espaço e como o comportamento pode ser afetado a partir da percepção, isto é, “as maneiras pelas quais as informações tendenciosas e incompletas que obtemos durante o curso de nossa vida cotidiana afetam nossa tomada de decisão” (COUCLELIS, 1992, *apud* SUVANTOLA, 2002, p. 29).
- (v) Espaço experiencial: é um espaço abstrato por precisar ser expresso em termos quantificáveis. Ele é vivido e experimentado pelas pessoas, sem as conceituações científicas.

Hayllar, Griffin e Edwards (2011), acreditam que o espaço experiencial seja o mais importante quando se refere à experiência turística. Os autores ainda dizem que o “espaço revestido de significado se torna lugar” (HAYLLAR; GRIFFIN; EDWARDS, 2011, p. 7).

Para TUAN (1977, *apud* SUVANTOLA, 2002, p. 29), um espaço se torna um lugar quando ele é conhecido e dotado de valor. E, deve-se considerar o espaço como aquilo que permite movimento, enquanto que o lugar, por outro lado, permite a pausa.

Santos (2014, p. 21) afirma que “cada lugar atribui a cada elemento constituinte do espaço um valor particular. Em um mesmo lugar, cada elemento está sempre variando de valor, porque, de uma forma ou de outra, cada elemento do espaço – homens, firmas, instituições, meio – entra em relação com os demais, e essas relações são em grande parte ditadas pelas condições do lugar”.

A partir da ideia de espaço físico, Boullón (2002) apresenta três tipos de espaço (plano, volumétrico e espaço-tempo) sob quatro dimensões: largura, comprimento, altura e tempo. O autor ainda divide o espaço físico em sete tipologias: cultural, natural, virgem, artificial, real, potencial e vital. E, com base nessa teoria, desenvolve um novo espaço, o espaço turístico, determinando-o a partir de sua divisão em zona, área, complexo, centro, unidade, núcleo, conjunto, corredor, corredor de traslado e corredor de escala.

O espaço turístico de Boullón (2002), de certa forma, limita o turista em parte do espaço. Exemplo disso é o raio de influência, que restringe o deslocamento de ida e volta do turista do centro turístico ao atrativo em duas horas totais a partir de dois raios de influência, o de ônibus e o de automóveis, desconsiderando os demais meios de transporte, como a bicicleta.

As diversas maneiras de estudar o espaço assim como interpretá-lo a partir das diferentes áreas de conhecimento torna sua análise bastante complexa. Não diferente o é quando se pensa em espaço turístico e, quando se pensa sobre o espaço do ciclovijante, torna-se necessário

estudo mais aprofundado sobre o tema, visto o espaço ocupado pelo ciclovianjante ser tão amplo quanto o próprio espaço.

Isso ocorre porque para pensar o espaço como único e determinar seu valor a partir dos lugares, onde ocorrem os encontros e onde a vida fora das edificações acontece, requer tempo para vivenciar o espaço e as ações que nele acontecem. Diante do cenário de vida acelerada onde nem sempre se permite apreciar a paisagem presente no espaço, quando se pensa na ciclovianagem, essa situação é modificada, visto que as ciclovianagens admitem e até mesmo possibilitam a observação do espaço, do lugar e da paisagem.

Nesse sentido, tem-se o *slow travel* que surge como melhor alternativa para vivência do espaço numa viagem, “é mais sobre desaceleração do que velocidade”. O *slow travel* “reprojeta o tempo, transformando-o em uma mercadoria de abundância, em vez de escassez”, além de reformular “o relacionamento com os lugares incentivando e permitindo” o envolvimento “mais intimamente com as comunidades” pelas quais viaja (GARDNER, 2009, p. 11).

#### **4.1 *Slow travel* e ciclovianagem**

Há uma discussão entre acadêmicos e estudiosos relacionada à *slow travel* e, por isso, existem diferentes definições a respeito (DICKINSON; LUMSDON, 2010; 2013; SOUZA; GALVÃO, 2011), e mesmo os próprios viajantes apresentam diferentes interpretações (DICKINSON; LUMSDON; ROBBINS, 2011).

Alguns termos estão associados ao *slow travel* como *slow tourism*, *slow mobility* e *soft mobility*, ligados a baixa emissão de carbono (*low-carbon travel*) (DICKINSON; LUMSDON, 2010). Essa prática de turismo apresenta uma abordagem diferente para a atividade turística. Dickinson e Lumsdon (2010) afirmam existir uma base emergente na literatura que explora a relação entre transporte e turismo, sendo a maioria relacionada ao transporte como meio de desenvolvimento de destinos e como facilitador do turismo, em que velocidade, acesso e custo de viagem são elementos chave (DICKINSON; LUMSDON, 2010).

Souza e Galvão (2011) acreditam que o *slow travel* seja o resultado das constantes transformações no turismo, seja no âmbito mercadológico ou no âmbito teórico. Ainda de acordo com os autores, os segmentos surgem com o intuito de diminuir os impactos causados pela atividade turística, “muitos baseados na ideia do turismo de experiência, dentre eles o *slow travel*” (SOUZA; GALVÃO, 2011, p. 2).

*Slow travel* se trata de conceito emergente capaz de oferecer uma alternativa para viagens aéreas e de carro, na qual o turista se desloca mais lentamente por terra. Esse tipo de

viagem apresenta mais elementos experienciais, tais como a importância da experiência da viagem para o destino e no destino, o uso de modos de transporte, a associação com o consumo lento de alimentos e bebidas e a exploração de localidades em relação a seu patrimônio cultural em ritmo mais lento (DICKINSON; ROBBINS; LUMSDON, 2010).

Tanto Dickinson, Robbins e Lumsdon (2010) quanto Souza e Galvão (2011) abordam o *slow travel* como parte da experiência da viagem, considerado como o segmento do turismo de experiência. Souza e Galvão (2011, p. 3) dizem que o turismo de experiência “dá maior ênfase ao componente emocional, aos sentimentos, [...] em detrimento do componente material”. Dalonso *et al.* (2015, p. 114) afirmam que o turismo de experiência está relacionado ao “desejo de se construir memórias inesquecíveis a partir das experiências vividas nas viagens” e, nesse contexto, onde acontecem as transformações na atividade turística que ela “se valerá cada vez mais de experiências únicas vividas nas destinações” (DALONSO *et al.*, 2015, p. 114).

Nesse contexto, Dickinson e Lumsdon (2010) apresentam o termo *slow travel* e o termo *green travel*, distinguindo-os. O *green travel*, dizem os autores, está diretamente relacionado com o transporte, principalmente pelo uso de seus recursos e pela emissão de dióxido de carbono durante a viagem. Enquanto que a viagem e o destino são elementos importantes para as *slow travel*, se referindo a toda experiência turística.

Souza e Galvão (2011, p. 2) afirmam que o *slow travel* “é uma tendência na qual os turistas buscam por uma viagem mais lenta e reflexiva, vivenciando a experiência de viajar, de forma menos agressiva ao ambiente, seja ele natural ou cultural”. No contexto da consciência ambiental, o *slow travel* pode ser interpretado a partir da mentalidade do viajante *slow* que inclui o elemento experiencial intercalada com um grau de consciência ambiental, reduzindo os impactos ambientais causados por ele (DICKINSON; LUMSDON, 2010).

Bauer e Panosso Netto (2014), explicam o conceito de *slow travel* como um desdobramento do *slow movement* (movimento lento), que surge na contramão da ideologia capitalista do consumo rápido, imediato e exagerado de bens e serviços. Assim, o *slow travel* pode ser considerado como:

Fenômeno determinante de uma parcela da sociedade que não aceita os valores industriais de modo dogmático, especialmente no usufruto de seu tempo livre. Seus princípios são pautados na possibilidade de se aproveitar uma viagem de modo mais calmo, equilibrado, profundo, autêntico e responsável (BAUER; PANOSSO NETTO, 2014, p. 26).

A estrutura conceitual implícita dessa discussão tem foco no consumo lento, considerado por Honoré (2004) como uma contracultura contra a infinidade de produtos e

serviços que enfatizam a velocidade e conveniência sobre a qualidade da experiência. O crescimento sobre as atividades lentas é pautado no fato de que fazer coisas devagar agregam mais significados, entendimento e prazer a qualquer forma de atividade, quer seja comida ou viagem (HONERE, 2004).

Como resultado da avidez de consumo também presente na atividade turística sob o processo de massificação dos destinos, observa-se:

Territórios descaracterizados, onde a cultura local desapareceu, ou foi profundamente alterada, espaços onde as populações locais viram defraudadas as suas expectativas e, em vez do suposto desenvolvimento estruturante, os destinos viram todas as suas oportunidades de sustentabilidade comprometidas. O turismo massificado é impessoal, onde o turista é um número e não vivencia o destino, mas sim um “faz de conta” folclorizado (PUBLITURIS, 2009).

O *slow travel* pode ser percebido pelo turista como parte integrante do destino, ao se relacionar com a população local, em ritmo suficiente para se conectar com a cultura local (PUBLITURIS, 2009). *Slow travel* vai além de um segmento turístico e de uma forma sustentável de turismo, trata-se de um estilo de vida (PUBLITURIS, 2009; DICKINSON; LUMSDON; ROBBINS, 2011; LUMSDON; MCGRATH, 2011; DICKINSON; LUMSDON, 2013) “baseado nos novos padrões comportamentais assumidos por uma sociedade responsável” (PUBLITURIS, 2009).

Com o objetivo de verificar a evolução da *slow travel*, Dickinson, Lumsdon e Robbins (2011) fizeram um estudo para verificar os principais recursos e interpretações encontrados em *websites* e em trabalhos acadêmicos publicados, cuja metodologia baseava-se na análise de discurso de 11 entrevistados. Como resultado, os autores desenvolveram uma estrutura em que há: (i) o contexto, que considera toda a experiência turística desde a origem até o destino e no destino; (ii) os ingredientes (lentidão, experiência, localidade e meio ambiente), que representam os principais componentes do percurso lento, podendo variar de indivíduo para indivíduo, de acordo com a configuração da viagem e de um lugar para outro, podendo eles ser mais ou menos significativos; (iii) e, por fim, o resultado que envolve a escolha do meio de transporte (DICKINSON; MCGRATH, 2013).

A consciência ambiental e o elemento meio ambiente estão separados dos demais, pois Dickinson e Lumsdon (2013) consideram que estes sejam de pouca preocupação para alguns viajantes *slow*. Os autores afirmam que “para alguns, a jornada será o destino, enquanto, para



outros, continua sendo um meio para atingir um fim, mas ainda um meio para se engajar produtivamente” (2013, p. 374).

Dickinson e Lumsdon (2013) explicam que a escolha do meio de transporte pode ser um ingrediente essencial para que alguns viajantes *slow* façam suas escolhas de viagem baseados em três transportes: ônibus, trem ou bicicleta. Para que possa ser considerado o *slow travel* como um segmento que visa a redução de carbono e de poluição ambiental, alguns meios de transporte devem ser desconsiderados do *slow travel* como os aviões, carros e cruzeiros turísticos (DICKINSON; MCGRATH, 2013).

A lentidão possui relação com a desaceleração da viagem, distância e atividades desenvolvidas no percurso e no destino. Também está relacionada à percepção do tempo e no modo de fazer as coisas, e da lentidão com o envolvimento entre as pessoas e o lugar, considerando a velocidade da viagem menos importante do que a experiência (DICKINSON; MCGRATH, 2011).

A experiência da viagem considera que a viagem deve ter um significado e não apenas viajar porque precisa. Nessa categoria, Dickinson e McGrath (2011) dizem que a observação e a interação com a cultura local e a paisagem fazem parte da experiência da viagem conforme o viajante passar pelos lugares em um ritmo que os permita isso. Neste caso, a viagem deve ocorrer essencialmente por terra (DICKINSON; MCGRATH, 2011). A observação e a interação do indivíduo com o espaço acontecem por meio dos sentidos de distância (visão, audição e olfato), e os sentidos de proximidade (tato e paladar) (GEHL, 2015). Por isso, a escolha do meio de transporte interfere na experiência da viagem, e aqueles que sugerem velocidade maior, como avião e carro são desconsiderados no *slow travel*, pois não permitem a observação adequada da paisagem, nem mesmo da cultura local (DICKINSON; MCGRATH, 2011).

Em relação a isso, Sennet (2018) explica que o caminhar possibilita que o indivíduo observe e aprecie o espaço com mais detalhes do que dentro de um veículo. Gehl (2015, p. 44) explica:

A arquitetura de 5 km/h baseia-se numa cornucópia de impressões sensoriais, os espaços são pequenos, os edifícios mais próximos e a combinação de detalhes, rostos e atividades contribui para uma experiência sensorial rica e intensa. Ao dirigirmos um carro a 50, 80 ou 100 km/h, perdemos a oportunidade de observar detalhes e pessoas. A tais velocidades, os espaços precisam ser grandes e facilmente gerenciáveis, e todos os sinais tem que ser simplificados e ampliados, para que motoristas e passageiros absorvam a informação. A escala dos 60 km/h tem amplos espaços e vias largas. Os prédios são vistos à distância e somente traços gerais podem ser percebidos. Detalhes e experiências sensoriais multifacetadas desaparecem e, da perspectiva do pedestre, todos os sinais são grotescamente ampliados. Um

passageio numa arquitetura feita para 60 km/h é uma experiência sensorial empobrecedora: desinteressante e cansativa.

Trazendo essa explicação do urbanismo para o contexto do turismo e do *slow travel*, de fato, o meio de transporte interfere na percepção do viajante. Os veículos que possuem maiores velocidades acabam por impedir experiências sensoriais que contribuem para melhor experiência de viagem.

E, por fim, a consciência ambiental cuja preocupação está diretamente ligada à redução dos impactos ambientais, porém este não se apresenta como principal motivação dos viajantes *slow* (DICKINSON; MCGRATH, 2011).

Numa visão holística do *slow travel*, considera-se toda a experiência turística desde a casa ao destino e durante a estada no destino (DICKINSON; LUMSDON, 2013), combinado a quatro vertentes de pensamento, sendo elas a (i) lentidão e valor do tempo; (ii) localidade e atividade no destino; (iii) modo de transporte e experiência de viagem; e (iv) consciência ambiental (LUMSDON; MCGRATH, 2011). A escolha do meio de transporte articulado as três vertentes resulta na baixa emissão de carbono e no marketing social (DICKINSON; LUMSDON, 2011).

Existe uma relação direta do *slow travel* com o tipo de transporte utilizado na viagem. Pesquisa realizada por Dickinson e Lumsdon (2011) mostrou que a escolha do meio de transporte dos entrevistados que se autodeclararam *slow travelers* para a viagem foram trem, ônibus urbano e de viagem, balsa e bicicleta. No que diz respeito aos modos de transporte, Fraga e Botelho (2016, p. 2) afirmam ser “compreensível que a evolução tecnológica dos transportes determine, em parte, o desenho do turismo no tempo e espaço, tanto em termos de rapidez, quanto em termos de lentidão”. Pode-se interpretar que o uso da bicicleta como transporte no turismo se enquadre no segmento do *slow travel*, por proporcionar um turismo desacelerado.

Rhoden e Lumsdon (2006 *apud* DICKINSON; LUMSDON, 2010) fizeram um estudo sobre a experiência do transporte turístico, cujo objetivo era investigar a natureza do envolvimento do turista na experiência do transporte. A partir desse estudo os autores desenvolveram a tipologia do transporte turístico, e assim, distinguiram:

- Transporte como turismo: no qual o transporte é um componente desejado para a experiência turística; e
- Transporte para o turismo: no qual o transporte assume um papel mais funcional.

Dentro dessa tipologia os autores classificam, ainda, o transporte como:

- Transporte turístico ativo: transporte que requer o envolvimento ativo do turista;
- Transporte turístico passivo: transportes em que o turista tem menos envolvimento.

A partir dessas tipologias Rhoden e Lumsdon (2006 apud DICKINSON; LUMSDON, 2010) apresentam características do envolvimento de cada tipo de transporte, sendo um deles o ciclismo, classificado como “transporte como turismo” e caracterizado como transporte turístico ativo. As características apresentadas pelos autores, podem ser comparadas, por exemplo, com os transportes turísticos passivos (Quadro 12).

Quadro 12 – Transporte como turismo e Transporte para turismo

	<b>Tipos de Transporte</b>	<b>Característica</b>	
<b>Transporte como turismo</b>	Caminhada Urbana; Caminhada/Trekking; Mountain Bike; Ciclismo; Caiaque; Viagem de carro sem roteiro prévio; Navegação a vela.	Transporte como componente de desejo da experiência turística; Transporte operado pelo turista; O turista planeja sua rota; É independente; Liberdade total de escolha; Requer habilidade do usuário e; Interpretação independente do ambiente e da cultural local.	<b>Transporte Ativo</b>
<b>Transporte para turismo</b>	Avião; Ferrovias entre cidades; Ônibus de viagem; Balsa.	Transporte para acessar o destino; Liberdade de escolha limitada; A viagem é apreciada.	<b>Transporte Passivo</b>

Fonte: Adaptado a partir de Rhoden e Lumsdon (2006 apud DICKINSON; LUMSDON, 2010)

Os transportes ativos oferecem maior flexibilidade durante a viagem. No caso da bicicleta, o turista tem liberdade de escolha, ele pode fazer alterações durante o percurso no momento que desejar, além de se considerar o ato de pedalar como a própria experiência turística. Com a bicicleta, de acordo com as características apresentadas no quadro 12, o turista elabora sua própria rota podendo ela ser modificada no decorrer da viagem.

Apesar das discussões em torno do *slow travel* e seu conceito ainda em construção, o que se sabe até o momento relacionado a ele, a cicloviação parece convergir para o *slow travel*, pois além da questão ambiental, há a articulação com a percepção do espaço no qual o indivíduo interage. As interações do viajante, neste caso o ciclovianjante, acontecem dentro de um espaço.

## 5 CICLOVIAJANTE: INTERPRETAÇÕES E DISCUSSÕES

Neste capítulo apresentar-se-á pesquisa *online* elaborada a partir dos recursos disponíveis na ferramenta Google Forms cujo objetivo foi compreender o comportamento do cicloviajante e verificar se, na prática, as cicloviajantes condizem com as teorias observadas nos capítulos anteriores.

O questionário definitivo foi composto por 26 perguntas, sendo cinco delas abertas e as demais perguntas fechadas, e divididas em duas seções: (i) introdução; (ii) atividades e comportamento; (iii) características dos viajantes de bicicleta.

- (i) Introdução: apresentação e explicação da pesquisa e perfil dos respondentes, que deveria ser de pessoas que haviam feito viagem de bicicleta com duração de, pelo menos, dois dias. Além disso, havia uma pergunta considerada relevante diante das diferenças encontradas no texto sobre as definições dos termos cicloturismo e cicloviação. Portanto, o respondente deveria informar como ele se identificava: cicloturista ou cicloviajante.
- (ii) Atividades e comportamentos: as perguntas envolviam, por exemplo, a motivação da viagem de bicicleta, tempo da viagem mais longa já feita e em quais canais buscam informações para planejamento da viagem.
- (iii) Característica dos viajantes de bicicleta: perguntas de cunho pessoal como faixa etária e país de residência.

Após finalizado, o questionário pré-teste foi encaminhado para algumas pessoas em forma de teste para que fosse preenchido e, assim, fosse possível verificar enganos nas questões elaboradas que impedissem e/ou dificultassem a análise. Visando alcançar maior número de respondentes e possibilitar relacionar diferenças entre nacionalidades, por exemplo, realizou-se a tradução do questionário para outros dois idiomas: inglês, por se tratar da língua universal; e espanhol, por ser o idioma oficial de diversas regiões pelas quais Schmid realizou sua cicloviação. Não houve necessidade de ajustes no questionário.

O Facebook<sup>9</sup> foi o meio de divulgação eleito para compartilhamento do questionário. Primeiro porque na pesquisa teórica se observou que as pessoas costumam buscar informações

---

<sup>9</sup> Rede social virtual em que o usuário pode conversar com amigos e participar de grupos de assuntos específicos.

sobre roteiros e assuntos relacionados às ciclovias com ciclovias e, nos últimos cinco anos, tem-se observado o crescimento exponencial desta rede de relacionamento. Ademais, foram encontrados alguns grupos específicos sobre o assunto nos idiomas definidos para pesquisa com o quantitativo de membros superior a 30 mil, o que acreditou-se ampliar em muito o número de participantes.

Assim, optou-se em utilizar metodologia quantitativa com aplicação de questionário *on-line* na rede social Facebook publicando-a em grupos específicos de ciclovias, tais como Warmshowers Brasil com 1.021 membros, Warmshowers.org com 27.118 membros, CicloViajantes com 3.631 membros e Cicloturista e Ciclovias com 2.525 membros. Os grupos Warmshowers Brasil e Warmshowers.org representam no Facebook uma comunidade de ciclistas que oferece hospedagem a ciclistas que estão viajando pelo mundo de forma gratuita.

Sobre o formulário para auto preenchimento, este deveria ser completado pelo respondente em que “ele próprio lê e preenche”, tornando a pesquisa mais barata e rápida (VEAL, 2011, p. 313). Veal (2011) apresenta um quadro mostrando as vantagens e desvantagens do preenchimento pelo entrevistador e o preenchimento pelo entrevistado (Quadro 13).

Quadro 13 – Preenchimento pelo entrevistador *versus* preenchimento pelo respondente

	<b>Preenchimento pelo entrevistador</b>	<b>Preenchimento pelo respondente</b>
Vantagens	Maior precisão Maior índice de respostas Respostas mais completas Formato pode ser menos “amigável”	Mais barato Mais rápido Relativamente anônimo
Desvantagens	Maior custo Menor anonimato	Respostas desuniformes Respostas incompletas Risco de respostas incoerentes Necessidade de maior cuidado no formato

Fonte: Veal (2011, p. 315).

O questionário preenchido pelo respondente possui mais desvantagens que vantagens. Então, o que justificaria utilizar esse tipo de preenchimento? Primeiramente, e mais importante, está na dificuldade em encontrar os ciclovias pessoalmente para a entrevista. Na rede social, em um grupo específico de ciclovias, ajuda no interesse em responder a um questionário no qual o respondente tem afinidade com tema. Em relação as respostas

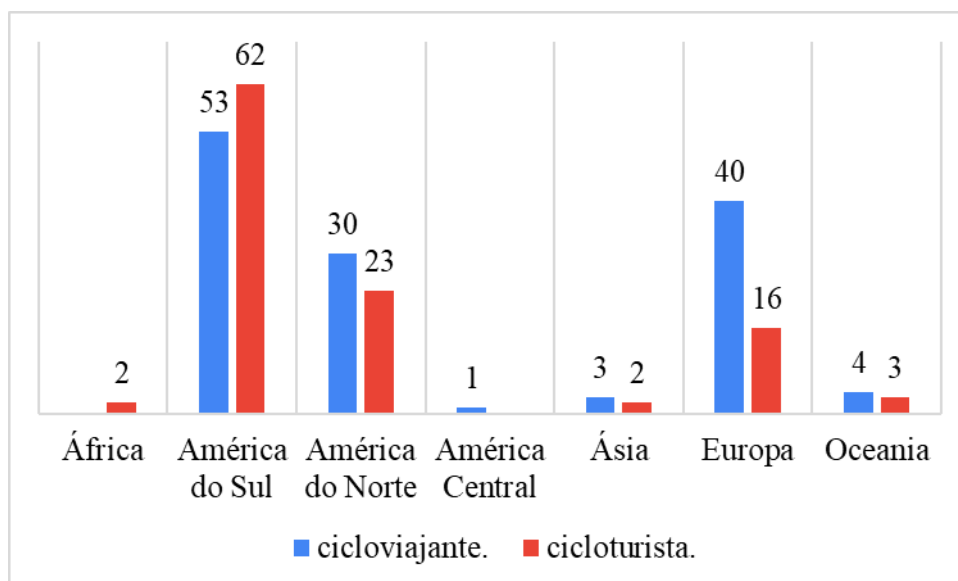
desuniformes ou incompletas, não seria possível tal ocorrência porque no questionário a ser aplicado serão utilizadas perguntas fechadas de múltipla escolha e obrigatórias para o envio das respostas. Ademais, a pesquisa *online* requer menos tempo e menos recursos.

A publicação da pesquisa nos grupos foi realizada em 10 de janeiro de 2020 e permaneceu aberta até o dia 15 de março de 2020. Apesar do elevado quantitativo de membros, somente 244 pessoas responderam ao questionário, porém três delas tiveram que ser excluídas, porque o tempo de viagem era inferior ao mínimo necessário para participar (dois dias).

Acredita-se que o baixo número de respondentes esteja relacionado ao fato de que nem todos os membros dos grupos sejam cicloviajantes, alguns deles podem ser anfitriões recebendo cicloviajantes em suas residências, como no caso dos grupos do Warmshowers ou pessoas com interesse em fazer uma cicloviação.

No gráfico 7 é possível visualizar o quantitativo de respondentes por continente e como se identificam: cicloturista (*cycling tourist*) ou cicloviajante (*cycling traveller*). Observa-se maior participação de respondentes dos continentes da América do Sul, Europa e América do Norte com 115, 56 e 53 participantes, respectivamente. Por isso, e a fim de facilitar a visualização e a leitura dos resultados, a continuidade deste capítulo se subdivide em duas partes. A primeira, faz-se comparações entre os continentes da América do Sul, América do Norte e Europa. E, na segunda, trata-se os dados considerando apenas o Brasil.

Gráfico 7 – Autodeclaração por continente

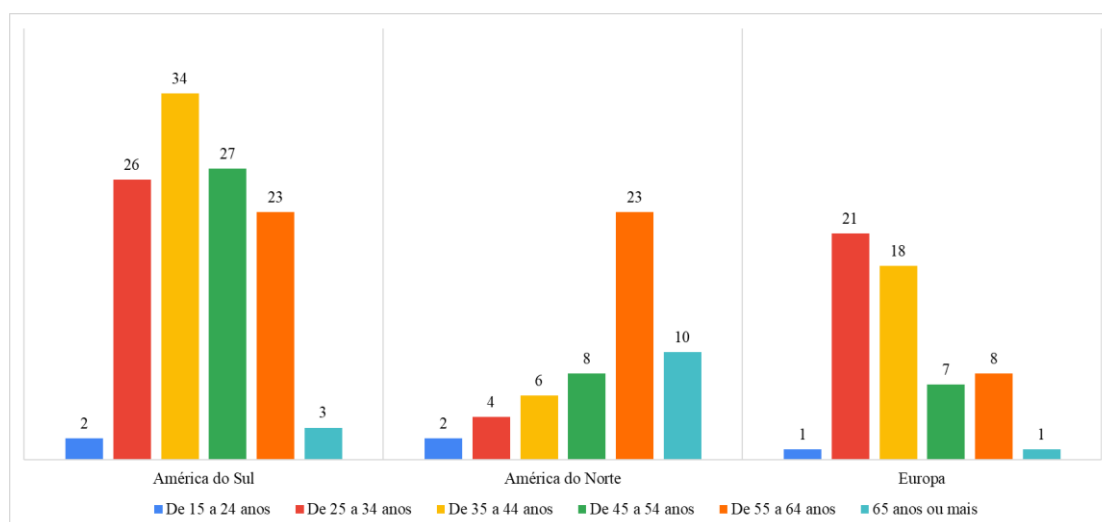


Fonte: Elaboração própria.

## 5.1 Cicloviajante: Américas Sul e Norte e Europa

No que se refere à faixa etária, a maioria dos respondentes tem idade entre 35 e 44 anos (gráfico 8). Entretanto, essa faixa etária se mostra mais expressiva na América do Sul, enquanto que na América do Norte a maioria estão entre os 55 e 64 anos de idade. E, na Europa, os cicloviajantes possuem entre 25 e 34 anos.

Gráfico 8 – Faixa etária



Fonte: Elaboração própria.

Considerando que alguns países da Europa incentivam o uso da bicicleta nos deslocamentos do dia a dia, pode ter interferência nas pessoas que fazem ciclovagens, pois os mais jovens (entre 25 e 34 anos) são da geração incentivados a maior parte da vida a utilizarem a bicicleta, enquanto que aqueles acima dos 50 anos sofreram influências da indústria automobilística.

Nota-se que as faixas etárias de 15 a 24 anos e 65 anos ou mais são as menos frequentes em ciclovagens. As pessoas da faixa etária de 15 a 24 anos podem ser minoria por ainda não possuírem independência financeira ou mesmo pela preocupação dos pais em relação à ciclovagem, não autorizando seus filhos a empreenderem a viagem. No caso da faixa etária de 65 anos ou mais, acredita-se em seu aumento futuro devido ao crescimento das ciclovagens.

No capítulo sobre consumo<sup>10</sup> se abordou a questão dos encontros com outros cicloviajantes durante a ciclovagem. Por isso, questionou-se se, na ocorrência de encontro(s) com outro(s) cicloviajante(s), se pedalarão juntos em parte da ciclovagem (Quadro 14).

<sup>10</sup> Capítulo 3, página 34



Quadro 14 – Encontros com ciclovijantes

	Sim	Não
Encontraram outros ciclovijantes durante a ciclovijagem.	212	14
Viajaram em parte do trajeto com ciclovijantes que encontram no caminho.	130	82

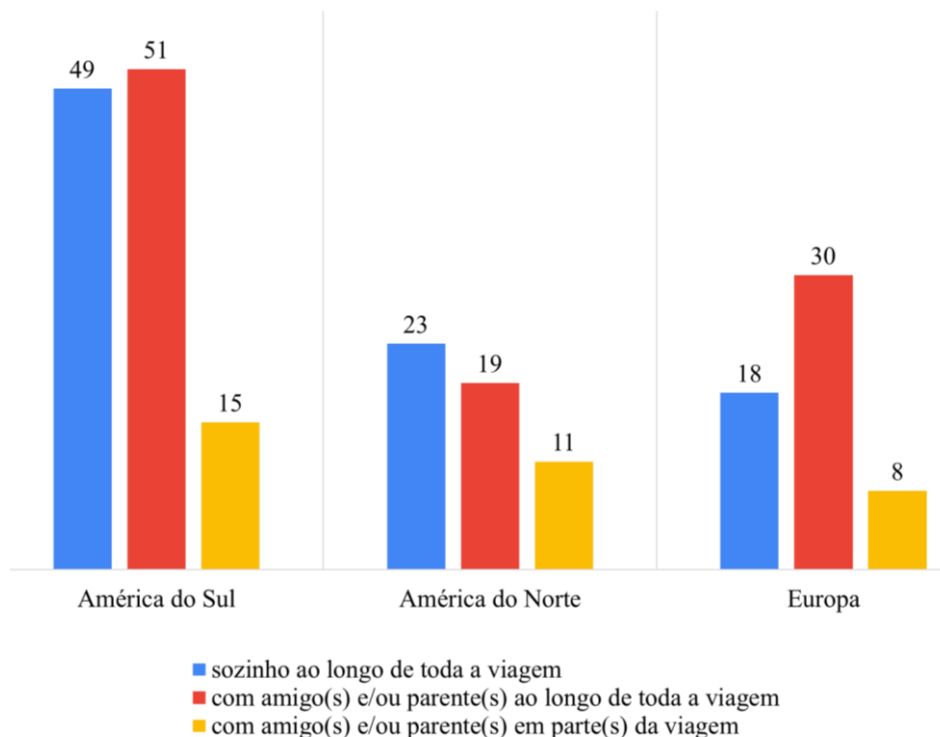
Fonte: Elaboração própria.

Observa-se, no quadro 14, a possibilidade de encontro com outros ciclovijantes, visto que a maioria dos respondentes disseram já terem encontrado outros ciclovijantes durante seus trajetos, porém 82 deles não ciclovijaram juntos.

De fato, as ciclovijagens se mostram convidativas às trocas de experiência entre os ciclovijantes. A maioria dos respondentes disseram ter encontrado outros ciclovijantes e ter pedalado em parte do trajeto com eles, confirmando com os encontros relatados por Caruso (2016) e Schmid (2016), bem como nos casos em que pedalam parte do trajeto com outro(s) ciclovijantes que encontraram no caminho.

Os ciclovijantes costumam viajar com amigos ou familiares durante todo o roteiro (gráfico 9), gastando em média de 44 dólares por dia e percorrem a média de sete quilômetros diários.

Gráfico 9 – A maioria dos ciclovijantes costuma viajar...

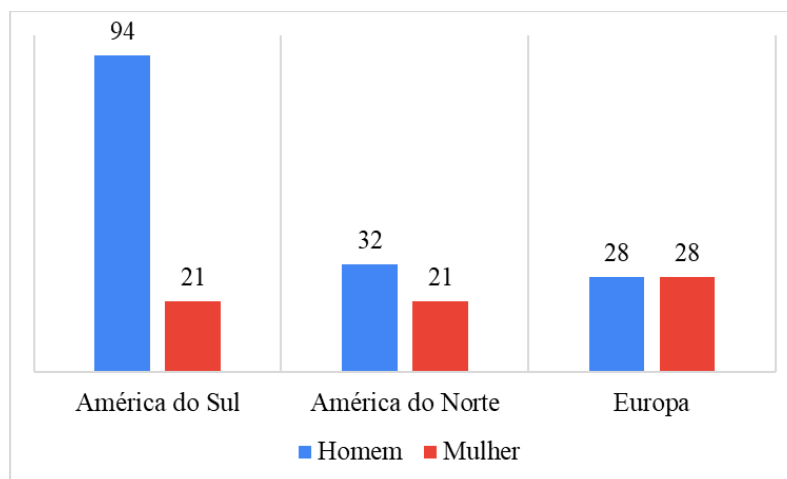


Fonte: Elaboração própria.

Nota-se que os sul americanos que viajam sozinhos ou com amigos e/ou familiares ao longo de toda a viagem estão próximos, apesar de a maioria ter sinalizado viajar com amigos e familiares. Os norte-americanos apresentam resultado semelhante aos sul americanos, entretanto a maioria declarou viajar sozinho.

Observou-se que a maioria dos cicloviantes são homens (154 - 69%), enquanto as mulheres representam a minoria deles (70 - 31%). Se comparado ao Relatório de Cicloturista Brasileiro, publicado em 2019 com referência ao ano de 2018 (SALDANHA, 2019), nota-se semelhança no percentual de praticantes homens e mulheres, em que mulheres representavam 25,5% e os homens 73,8%. A diferença entre o Relatório de Cicloturista Brasileiro e esta pesquisa, que não teve foco somente no Brasil, basicamente, se mantém. As mulheres continuam sendo minoria nas cicloviagens, o que caberia, talvez, uma pesquisa futura a fim de saber o motivo de ser um percentual baixo em relação aos homens (gráfico 10).

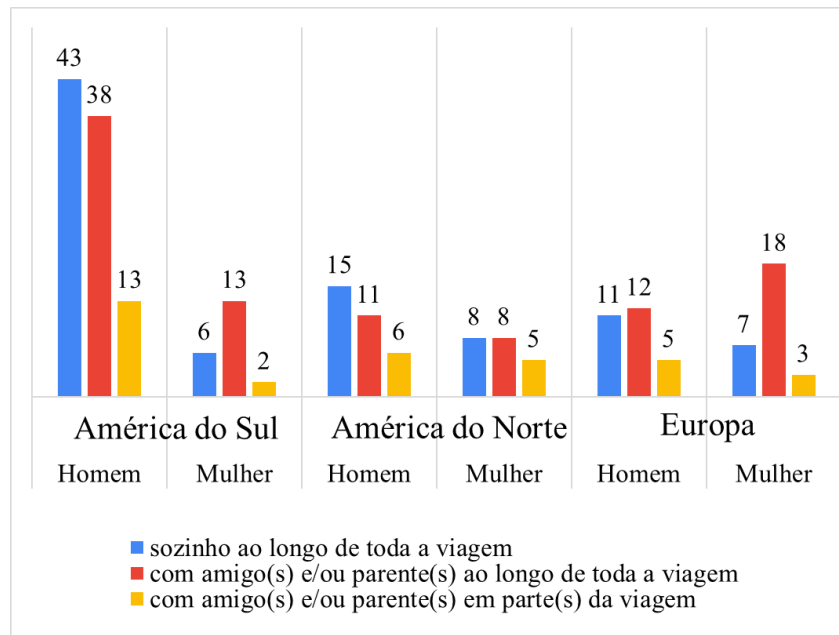
Gráfico 10 – Gênero por continente



Fonte: Elaboração própria.

Ao comparar com quem os cicloviantes costumam fazer as cicloviagens com o gênero, observa-se que as mulheres que viajam sozinhas representam 21 das 90 pessoas que afirmaram fazer a maioria das cicloviagens sozinhos (gráfico 11). É um quantitativo baixo comparado ao homem.

Gráfico 11 – Gênero versus com quem viaja



Fonte: Elaboração própria.

As mulheres tendem a viajar mais acompanhadas de amigos e/ou famílias enquanto que os homens tendem a viajar sozinhos. Mesmo se juntar as mulheres que fazem parte do trajeto com amigos e/ou familiares com as que fazem cicloturismo sozinhas, ainda assim, não supera as que fazem todo trajeto da cicloturismo acompanhadas. Em relação aos homens acontece o oposto. Os homens que fazem cicloturismo sozinhos ou acompanhados em partes do trajeto superam os que fazem cicloturismo acompanhados durante todo o trajeto.

Pesquisa realizada pela Eubike (2013) com cicloturistas, perguntava onde eles buscavam informações para suas viagens a partir de quatro opções de respostas: *sites* especializados (65), agências de viagens (4), blogs (128) e “boca a boca” (122). Para esta pesquisa, ajustou-se a pergunta para os cicloturistas com acréscimos de outras alternativas para respostas (quadro 15).

Quadro 15 – Busca de informações para elaboração dos roteiros

<b>Locais de informação</b>	<b>Quantidade de respostas</b>
Agências de viagens.	0
Amigos que já viajaram de bicicleta.	46
Blogs.	47
Livros.	5
Redes sociais.	57
Sites especializados em viagens de bicicleta.	54
Vlogs.	5
Outros	27

Fonte: Elaboração própria.

Pode-se perceber, no quadro 15, que os locais onde os cicloviantes buscam informações sobre seus roteiros já não são, em sua maioria, os *blogs* e sim as redes sociais. Existe uma probabilidade de que essa migração na coleta de informações, feitas pelos cicloviantes, esteja relacionada com a propagação das redes sociais, principalmente o Facebook. Em 2013, quando a Eubike realizou a pesquisa, as redes sociais ainda não exerciam grande influência nos usuários e o Facebook não estava tão disseminado mundialmente (KLEINA, 2018a; PRISCO, 2011).

É preciso ressaltar que antes do Facebook existia a rede social chamada Orkut, criada em 2004 e encerrada em 2011 (KLEINA, 2018b). Em ambas as redes o usuário cria um perfil pessoal e se conecta com outros usuários criando, assim, redes sociais virtuais. Isto é, as pessoas se conectam com seus amigos próximos de convivência pessoal, levando a vida real para o virtual. Ou, ainda, podem se conectar com pessoas que não se conhecem pessoalmente.

Outro ponto pertinente são as formas como essas pessoas se relacionam no ambiente virtual dessas redes (KLEINA, 2018a; 2018b). O Facebook conseguiu desenvolver uma rede social com mais recursos que possibilitaram a troca de informações, através de grupos. Esses são comunidades criadas com um objetivo comum, em que se pode receber e compartilhar informações e interagir com outros membros. Enquanto que o Orkut disponibilizava as comunidades (KLEINA, 2018a; 2018b), eram fóruns que reuniam pessoas com o mesmo interesse em determinado assunto. Os grupos do Facebook reúnem pessoas com interesses em comum e podem participar das discussões, apresentarem novidades, existindo bastante interação entre os participantes do grupo (KLEINA, 2018a; 2018b). Deve-se considerar ainda que 2,3 bilhões da população mundial estão conectados ao Facebook (G1, 2019).

O *blog*, que na Eubike (2013) havia sido apontado como mais utilizado e aqui apareceu como terceira opção, trata-se de uma página na *web*, podendo ser criada por qualquer pessoa, com exposição de qualquer conteúdo e disponibilizado e apresentado em ordem cronológica.

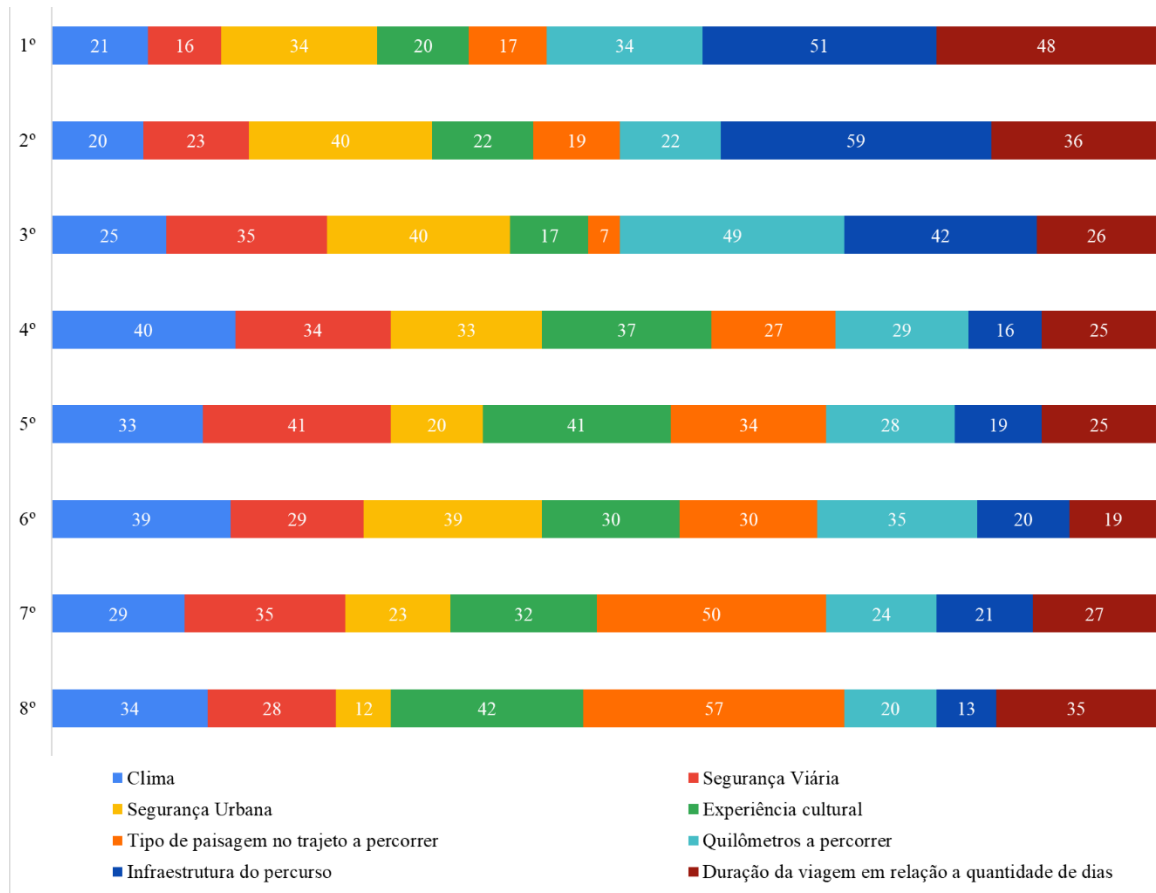
Além disso, pode ser usado com diferentes objetivos, entre eles, como uma espécie de diário pessoal (SILVA, 2014). Portanto, ao considerarmos tais características, o grau de interatividade entre os usuários é maior no Facebook que em *blogs* o que possibilita entender o motivo.

Curiosamente, 132 respondentes fazem algum tipo de publicação de suas ciclovias, seja em *blogs*, *vlogs*, livros, *sites* ou matérias em revistas especializadas. Dentre as questões que acreditam relevantes para informar estão:

- as dificuldades que podem ser encontradas no percurso e mostrar que não necessita de muito dinheiro para empreender uma ciclovias;
- distância percorrida do trajeto, o grau de dificuldade, os gastos estimados da ciclovias e o tempo de duração;
- dados que auxiliem a outros cicloviantes que desejam fazer o mesmo percurso, tais como o clima da região do percurso;
- objetos imprescindíveis para ciclovias;
- se a experiência é recomendável para outros cicloviantes e as condições da estrada.

Como os roteiros são elaborados pelos próprios cicloviantes, cada um irá elaborá-lo de acordo com suas preferências. Assim, com a finalidade de saber qual seria a ordem de preferência na elaboração do roteiro, apresentaram-se oito itens, sendo eles o clima, a segurança viária, a segurança urbana, experiência cultural, tipo de paisagem no trajeto a percorrer, quilômetros a percorrer, infraestrutura do percurso e duração da viagem, a quantidade de dias, que deveriam ser colocados em ordem de preferência ao montarem o roteiro (gráfico 12), sendo o primeiro o mais relevante e o oitavo o menos relevante.

Gráfico 12 – Ordem de preferência ao elaborar um roteiro

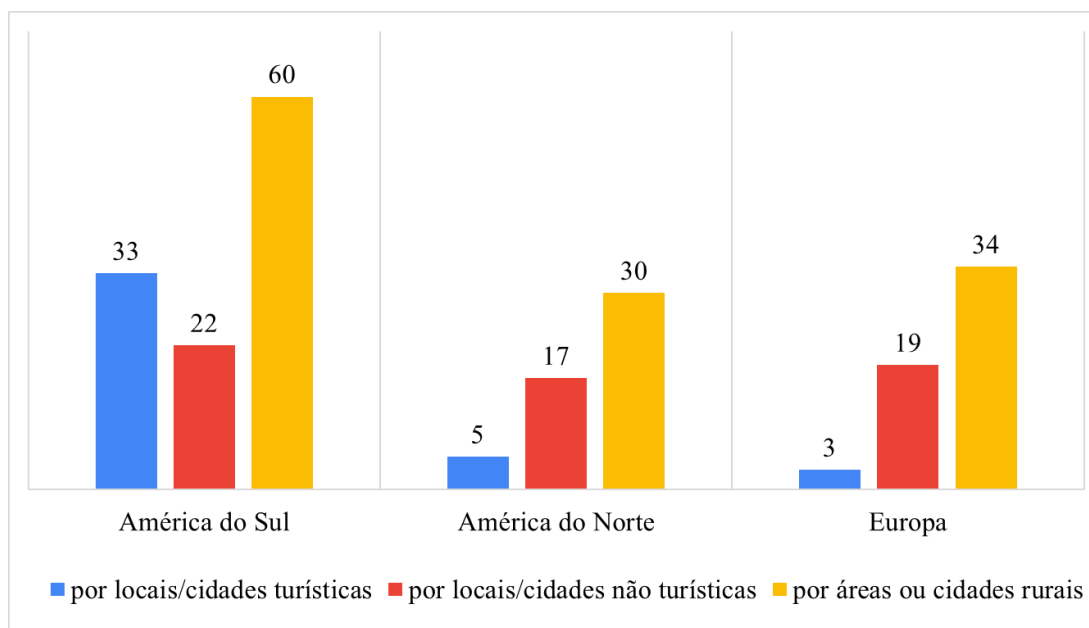


Fonte: Elaboração própria

O gráfico 12 mostra cada uma das oito posições e os itens com respectivos valores de acordo com os respondentes. Nota-se que a infraestrutura do percurso, considerando a sinalização e a infraestrutura da via, e a quantidade de quilômetros a percorrer na ciclovagem são os dois elementos mais importantes para a elaboração de uma ciclovagem. Esse gráfico também mostra que o tipo de paisagem no percurso da ciclovagem não é tão importante, ficando nas últimas posições. A leitura e interpretação do gráfico 12 refuta algumas ideias discutidas e apresentadas neste trabalho. A experiência cultural e a paisagem pareciam, nos relatos de Caruso e de Schmid, pontos relevantes para a viagem. E, a infraestrutura do percurso que em ambos os relatos não pareciam ser importantes, mostrou-se o oposto.

Inclusive, sobre as rotas utilizadas pelos ciclovijantes, que em alguns momentos Schmid, por exemplo, optava por utilizar uma rota alternativa mesmo sendo mais longa e sem pavimentação adequada para evitar o grande movimento da estrada principal, indagou-se qual local de preferência para pedalar: locais/cidades (não) turísticas, ou por áreas/cidades rurais (gráfico 13).

Gráfico 13 – Preferência de rotas



Fonte: Elaboração própria.

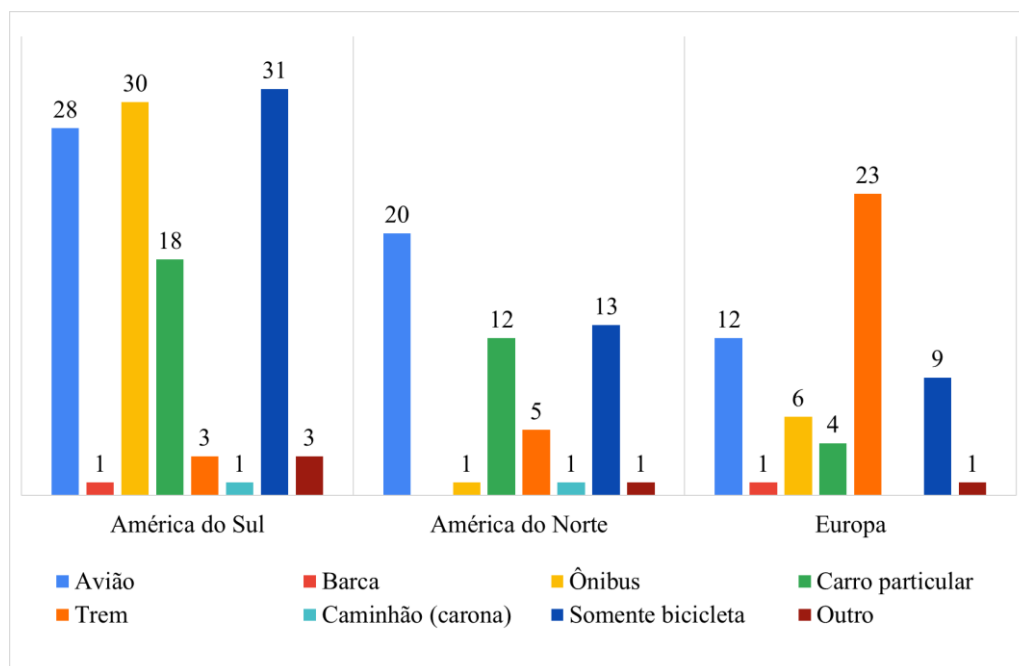
Primeiramente, deve-se deixar claro que uma das respostas dessa pergunta não foi preenchida por respondente da América do Norte, por isso o total está com 52 ao invés de 53 respondentes para essa pergunta.

Os respondentes, independente do continente, preferem pedalar por rotas que passam em áreas ou cidades rurais. Se comparar essa informação com o gráfico 12, em que os respondentes colocaram em ordem de preferência os itens que julgaram importantes na elaboração do roteiro e obteve-se em primeiro e em segundo lugar com 51 e 59 pontos, respectivamente, a infraestrutura e em terceiro lugar quilômetros a percorrer com 49 pontos, não se consegue encontrar uma justificativa plausível para a escolha de cidades ou áreas rurais. Isso porque a infraestrutura se apresenta mais desenvolvida e com maior oferta em espaços urbanos, sejam cidades turísticas ou não.

Também não se pode afirmar que a escolha da rota esteja relacionada à segurança viária ou urbana, pois, no gráfico 12 aparecerem nas quintas e sextas posições, nem mesmo ao tipo de paisagem encontrado no trajeto da ciclovagem que apareceu na sétima e oitava posição.

Como em ambos relatos, de Caruso e de Schmid, informou-se deslocamento de avião até chegar à origem da ciclovagem, questionou-se aos respondentes qual foi o meio de transporte utilizado para se chegar ao local de início da ciclovagem (gráfico 14). Diversos meios de transporte são utilizados para se chegar ao ponto de partida da ciclovagem.

Gráfico 14 – Meio de transporte para chegar a origem da cicloviagem



Fonte: Elaboração própria.

No geral, o uso do avião para chegar ao ponto de partida da cicloviagem é mais utilizado (60) seguido daqueles que utilizam somente a bicicleta (53). Além desse, os transportes mais utilizados são o ônibus (37), o carro particular (34) e o trem (31).

Quando separado por continente, percebe-se que a aqueles que utilizam somente a bicicleta estão concentrados na América do Sul e os que utilizam o avião estão centrados na América do Norte. Na Europa, o meio de transporte mais utilizado no deslocamento até o ponto de partida é o trem.

Analisando separadamente cada um dos três continentes, tem-se uma ideia de onde as ciclovagens acontecem. Na América do Sul, três meios de transporte se destacam: bicicleta, ônibus e avião. Mas, as pessoas que chegam ao ponto de partida da cicloviagem com a própria bicicleta ou de ônibus representam 69%, o que possibilita indicar que as ciclovagens ocorrem no próprio continente, ou que ela pelo menos se inicia no próprio continente.

Na América do Norte, apesar do avião ser mais utilizado, não se pode desconsiderar a existência de companhias áreas *low cost* que operam dentro do próprio país o que dificulta pensar se existe necessidade de utilizar o avião porque a origem da cicloviagem está em outro continente. Ademais, seguindo a lógica desenvolvida para a América do Sul, o resultado da soma daqueles que utilizam de carros particulares e a bicicleta é maior que aqueles que fazem o uso do avião no deslocamento. Assim, o que se observa é um equilíbrio entre o uso do avião (20) e o uso do carro e da bicicleta (25).



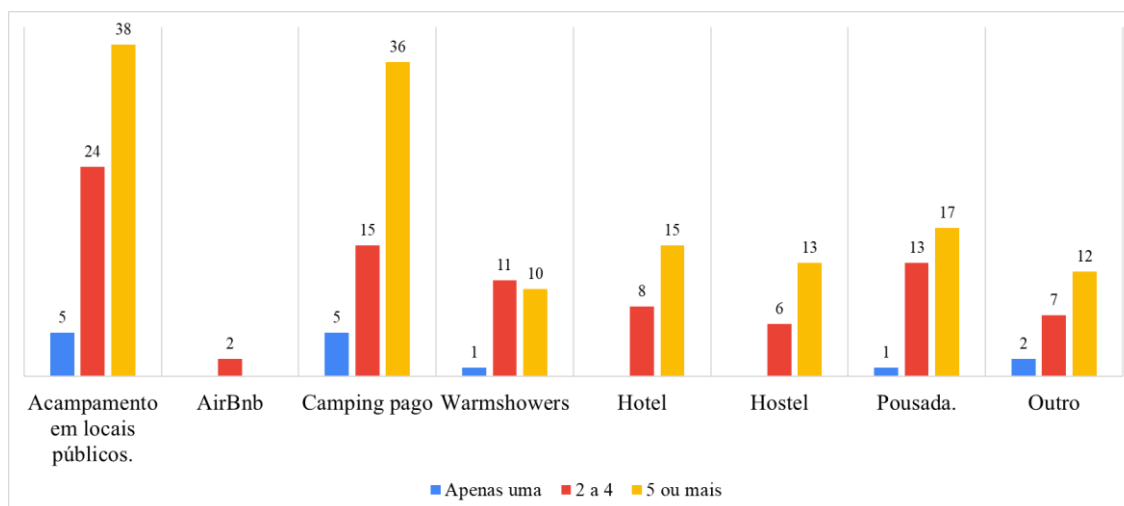
Já na Europa o meio de transporte mais utilizado é o trem, que de acordo com Teixeira e Edra (2019) a S-Train isentou a taxa para transporte de bicicletas em seus carros, o que acaba por facilitar e até mesmo incentivar seu uso.

Não se pode afirmar, portanto, que aqueles que utilizam o avião iniciam sua cicloviamagem em outro continente, pode ser que ele utilize o avião para se deslocar para um país do próprio continente ou mesmo uma cidade distante. E, no caso daqueles que usam somente a bicicleta, iniciam necessariamente a cicloviamagem de sua residência.

Indagou-se também aos respondentes onde costumam se hospedar/pernoitar e quantas cicloviamagens já haviam feito. Os meios de hospedagem utilizados pelos cicloviamantes são diversificados, sendo o acampamento, seja pago ou em locais públicos, o mais utilizado. O uso do Warmshowers não se mostrou tão significativo mesmo a pesquisa tendo sido postada em um grupo do Facebook chamado Warmshower.

O gráfico 15 apresenta o tipo de hospedagem de acordo com a quantidade de cicloviamagens empreendidas pelos respondentes. É possível observar que quanto mais experiente em cicloviamagens, mais os acampamentos pagos ou públicos são eleitos pelos cicloviamantes.

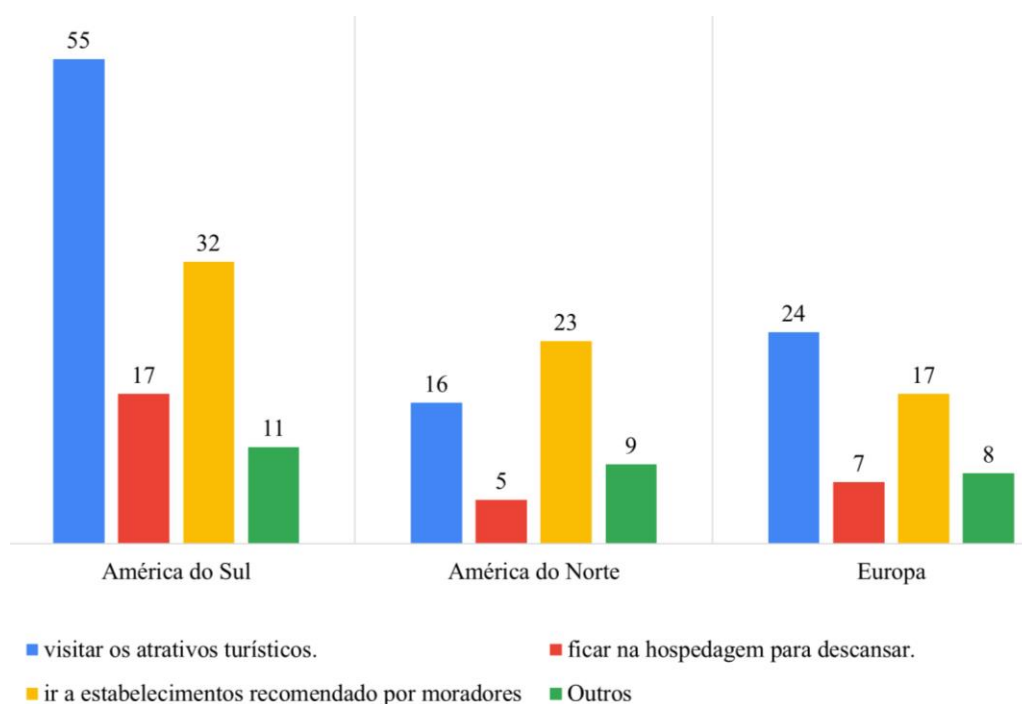
Gráfico 15 – Tipo de hospedagem versus quantidade de cicloviamagem



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere ao que costumam fazer quando estão pernoitando na cidade os sul americanos e europeus afirmaram que preferem visitar atrativos turísticos, enquanto que os norte americanos preferem ir a estabelecimentos indicados por moradores locais (gráfico 16).

Gráfico 16 – O que se faz ao pernoitar na cidade

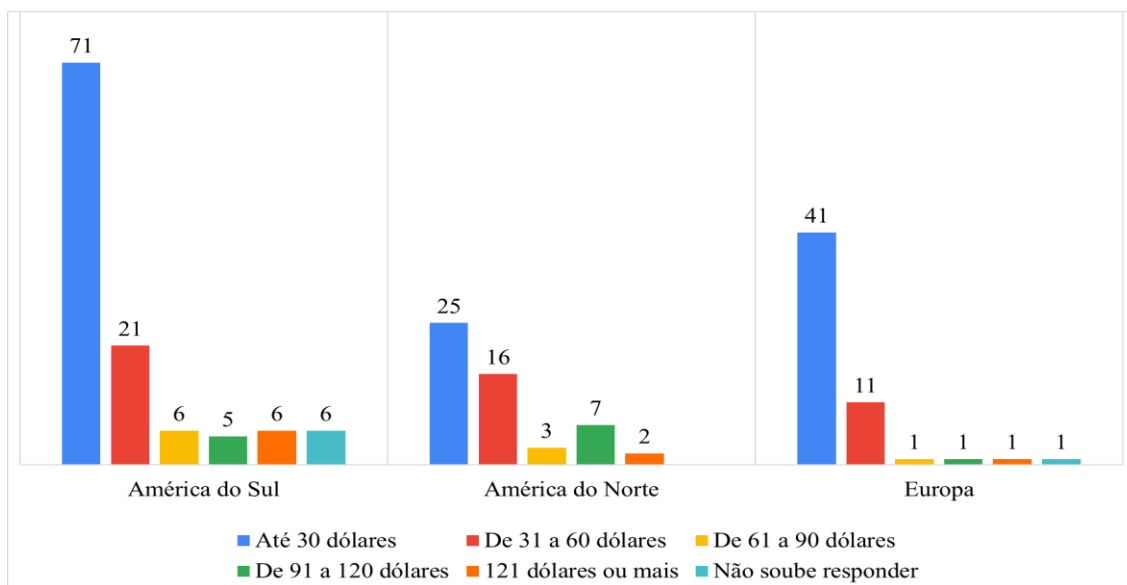


Fonte: Elaboração própria.

Apesar de ser uma viagem que demanda esforço físico, descansar não parece ser o mais importante para os ciclovijantes, que em sua maioria, preferem passear pela cidade seja visitando atrativos turísticos ou mesmo por lugares ou estabelecimentos que não haja movimento turístico, desde que indicados pelos residentes. Porém, dos 95 que disseram visitar atrativos turísticos quando hospedados em uma cidade, 28 deles afirmaram que em sua rota preferem passar por locais não turísticos, demonstrando certa contradição porque se evita rotas turísticas, mas se visita atrativos turístico.

Em relação ao gasto médio diário, utilizando-se o dólar como moeda padrão para o cálculo, verificou-se semelhança entre os continentes com gasto de até 30 dólares por dia (gráfico 17).

Gráfico 17 – Gasto diário versus continente



Fonte: Elaboração própria.

As motivações para uma cicloturagem podem ser as mais diversas possíveis. A fim de saber qual a principal motivação do cicloturista foram apresentadas sete opções ao respondente, definidas a partir dos relatos de Caruso (2015) e Schmid (2016) e das discussões dos capítulos anteriores. O respondente deveria escolher apenas uma opção a qual representava o principal motivo em fazer uma viagem de bicicleta (quadro 16).

Quadro 16 – Principal motivo da viagem de bicicleta

Motivação	Quantidade de respostas
Aventura	127
Desafio da viagem de bicicleta	40
Experiência cultural	36
Desapego dos bens materiais	17
Atividade Física e saúde	6
Custo da viagem de bicicleta	3
Outros	12

Fonte: Elaboração própria.

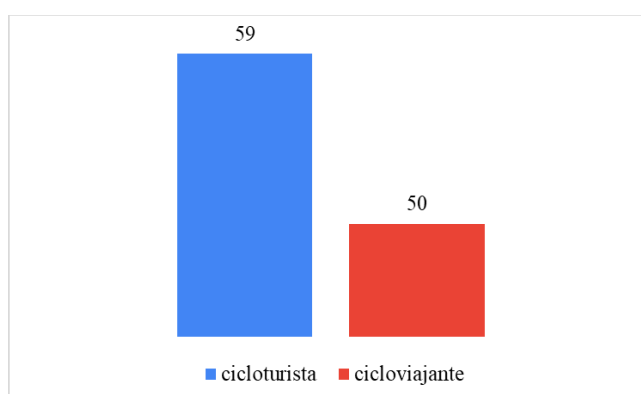
O resultado do quadro 16 foi diferente do esperado porque nos capítulos anteriores se verificou o consumo comedido dos cicloturistas e, principalmente, a abnegação de itens materiais e serviços tão cobiçados pelo consumismo. E a amostragem identificou que o principal motivo para uma cicloturagem está em sua aventura.



Como mostrado no subitem anterior a maioria dos respondentes se autodeclararam cicloviantes e, na América do Sul, continente em que o Brasil está localizado, os respondentes se autodeclararam cicloturista. Surgiu, portanto, a hipótese de que os resultados na América do Sul tenham sofrido influência das respostas em função dos respondentes brasileiros.

Ao analisar somente os respondentes brasileiros, verificou-se que os mesmos se autodeclararam cicloturistas (gráfico 18). Buscando-se entender esse resultado, fez-se pesquisa no *site* de busca Google utilizando as palavras-chave cicloturista e ciclovianjante e obteve-se 5.580.000 e 119.000 resultados, respectivamente. Estes resultados mostram que existem mais conteúdo na *internet* com a palavra cicloturismo, o que pode influenciar na maneira como o viajante de bicicleta se identifica, o viajante pode incorporar o termo cicloturismo devido a sua frequência de aparições nas pesquisas.

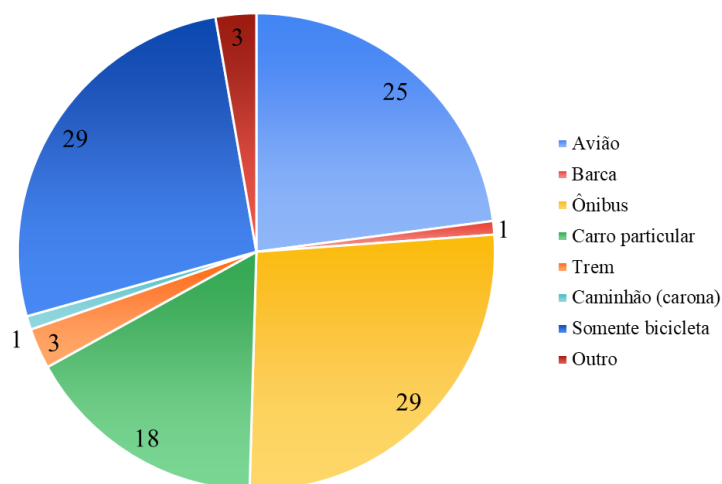
Gráfico 18 – Autodeclaração dos brasileiros



Fonte: Elaboração própria.

No gráfico 19, percebe-se que o avião, apesar de se mostrar significativo, não é o mais utilizado pelos brasileiros. Estes costumam utilizar ônibus ou somente a bicicleta. Nos ônibus é possível despachar a bicicleta sem custo ou com taxa inferior a do avião, o que justifica o resultado. Portanto, aqueles que utilizam somente a bicicleta tem o início de sua ciclovianjante na própria residência, enquanto os que utilizam o ônibus ou mesmo avião iniciam a ciclovianjante em outras cidades.

Gráfico 19 – Meio de transporte utilizado com mais frequência



Fonte: Elaboração própria.

Vale ressaltar que não se pode afirmar que aqueles que utilizam o avião iniciam a ciclovagem em outro país, pois considerando a extensão territorial do Brasil, de dimensões continentais, a ciclovagem pode acontecer no próprio território. Nem mesmo desconsiderar o uso do ônibus para chegar a outros países, considerando a quantidade de países limítrofes com o Brasil dentro da América do Sul.

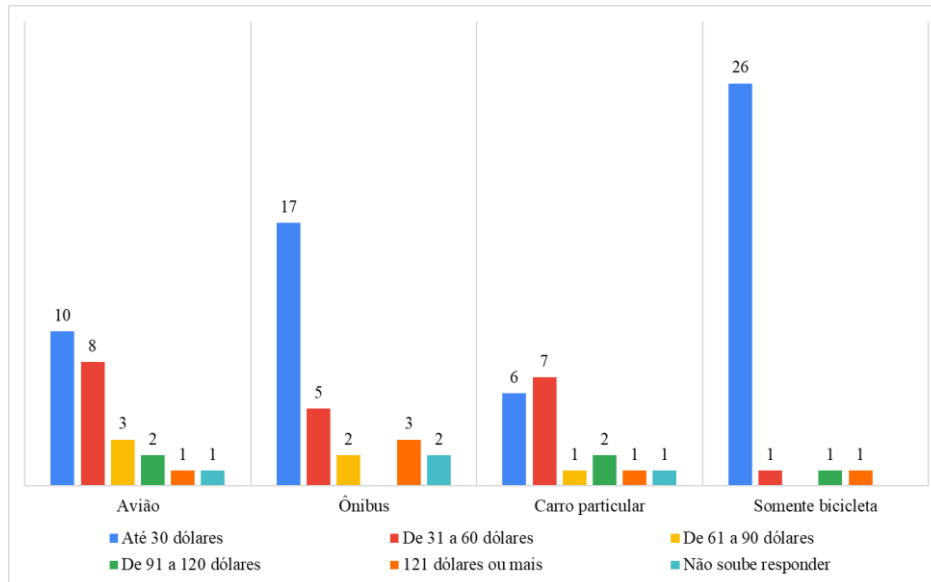
A relação do meio de transporte, desconsiderando-se os menos expressivos (barcas, trem, caminhão e outros), com o gasto diário dos cicloviantes (gráfico 20), mostra que o brasileiro tem perfil semelhante aos valores vistos por continente<sup>11</sup>, até 30 dólares.

Neste aspecto, interessante notar que os cicloviantes que utilizam somente a bicicleta, 90% deles indicam o gasto diário de até 30 dólares. Os que utilizam os outros três meios de transporte apresentam gastos diários mais diversificados, apesar de a maioria indicar a faixa de até 30 dólares.

E, no caso daqueles que utilizam o carro particular e o avião para chegarem a origem da ciclovagem, observa-se relevante, também, a faixa de gasto diário de até 60 dólares diários.

<sup>11</sup> Item 5.1, página 62, gráfico 17.

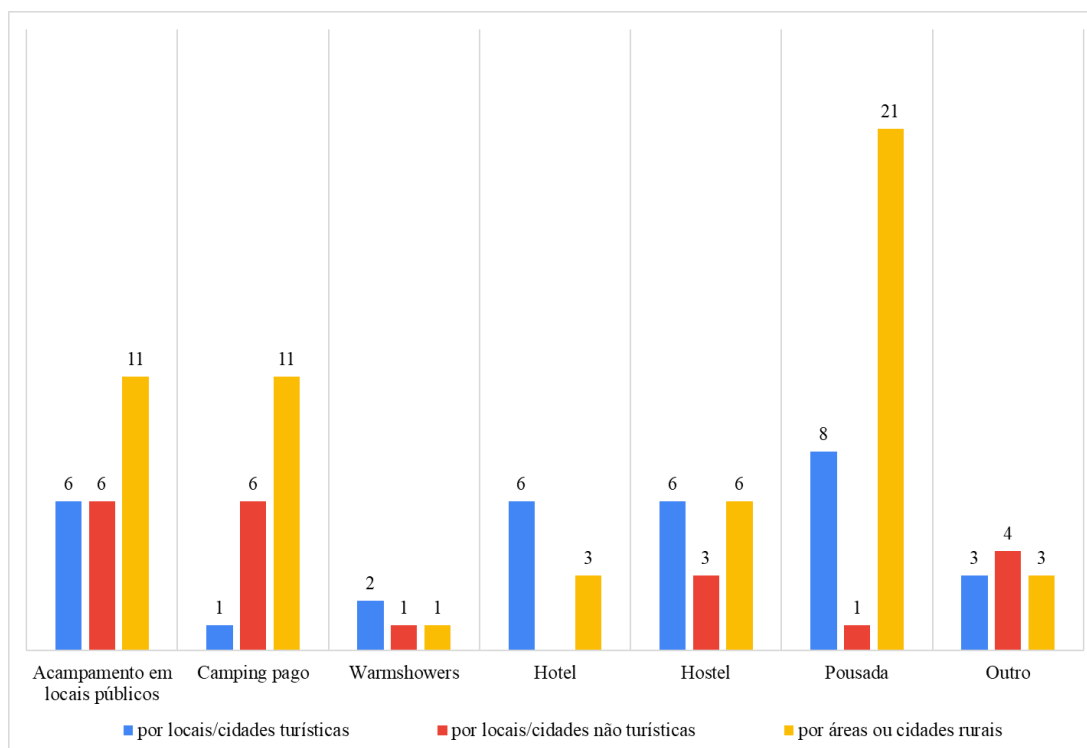
Gráfico 20- Relação meio de transporte com gasto diário



Fontes: Elaboração própria.

No tocante aos tipos de rota que preferem utilizar, os brasileiros tendem a utilizar mais as rotas que passam por áreas ou cidades rurais (56), seguidos daqueles que preferem passar por locais ou cidades turísticas (32), e aqueles que preferem utilizar rotas que passem por cidades ou locais não turísticas (21). Além disso, os cicloviajantes brasileiros estão mais propensos a utilizarem pousadas (30). Entretanto, ao se comparar aqueles que utilizam pousada com aqueles que acampam, seja em locais públicos ou pago, aqueles que acampam (41) supera aqueles que se hospedam em pousadas (gráfico 21).

Gráfico 21 – Relação hospedagem versus preferência de rota



Fonte: Elaboração própria.

Ainda sobre o gráfico 21, nota-se que os cicloviantes brasileiros tendem a se hospedar em pousadas quando utilizam rotas que passam por cidades ou áreas rurais. Aqueles que passam por cidades ou locais não turísticos utilizam o camping pago e o acampamento em locais públicos. Esse viés pode estar relacionado com a motivação dos cicloviantes (quadro 17), que são aventura e o desafio que a viagem apresenta.

Quadro 17 – Principal motivo da viagem de bicicleta – Brasil

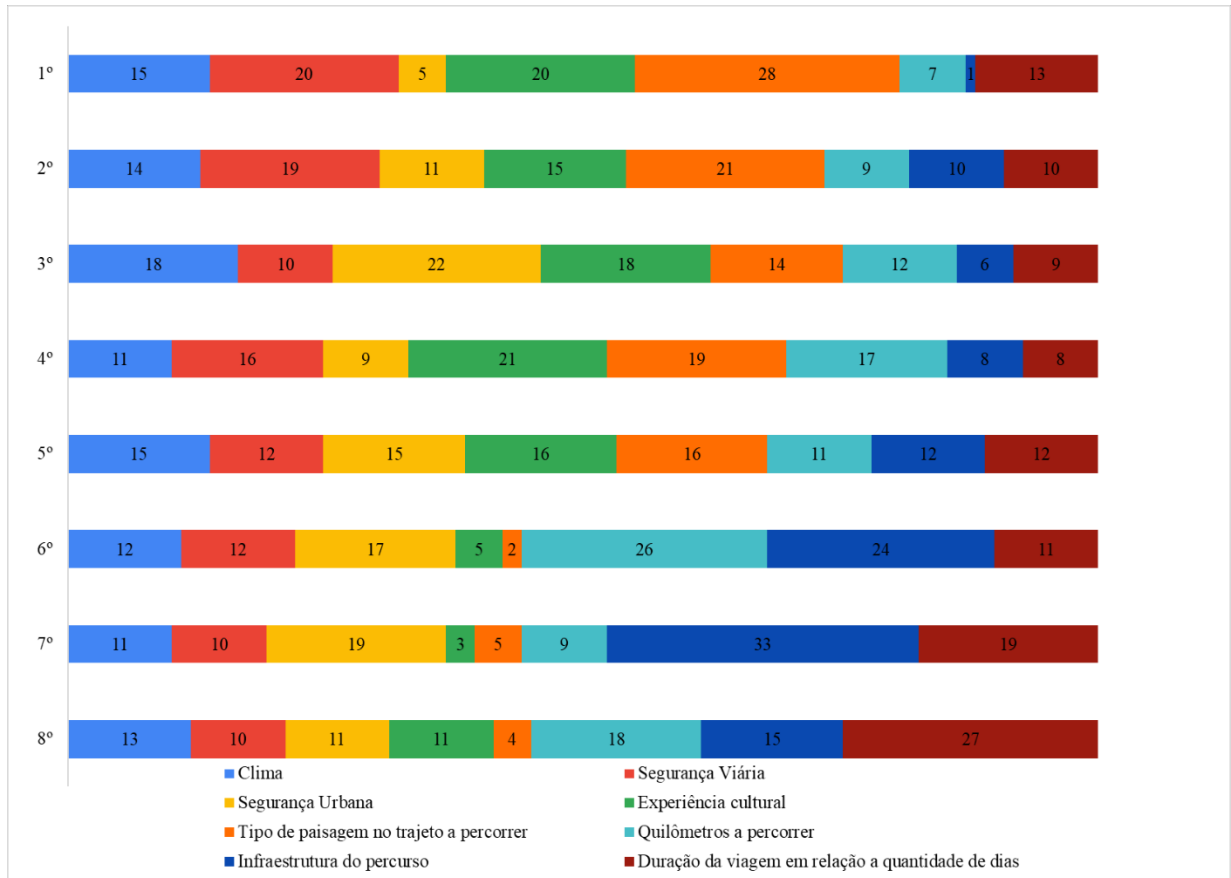
Motivação	Quantidade de respostas
Aventura	40
Desafio da viagem de bicicleta	29
Experiência cultural	18
Desapego dos bens materiais	7
Atividade Física e saúde	2
Custo da viagem de bicicleta	1
Outros	12

Fonte: Elaboração própria.

Ademais, os respondentes brasileiros dão importância maior ao tipo de paisagem que irão encontrar ao longo do trajeto da cicloturagem do que à infraestrutura viária (gráfico 22).



Gráfico 22 - Ordem de preferência ao elaborar um roteiro



Fonte: Elaboração própria.

Depois do tipo da paisagem as preocupações estão relacionadas à segurança urbana, experiência cultural e quilômetros a percorrer. E os itens de menor importância, ao elaborar um roteiro são infraestrutura do percurso e duração da viagem em relação à quantidade de dias.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro capítulo apresentou os principais pontos abordados por Koselleck que foram utilizados como base para se chegar a origem da palavra cicloturismo e desenvolver um conceito da atividade. O termo cicloturismo abordado de maneira genérica por alguns autores deixa o entendimento um pouco confuso em relação ao tipo de atividade, se considerar, por exemplo, as diferentes necessidades para o cicloturista urbano e o ciclovijante. Assim, constatou-se o uso equivocado da palavra cicloturismo, sendo necessário instituir um termo genérico: turismo de bicicleta, e suas variáveis: cicloturismo, cicloviagem e ciclodesporto.

A conceituação e definição dos termos para cada atividade contribuirão para o desenvolvimento de pesquisas focadas em cada um dos subsegmentos do turismo de bicicleta, auxiliando no desenvolvimento das atividades em particular e não de maneira generalizada. Cada um dos subsegmentos possui necessidades diferentes e, portanto, precisam ser estudados e analisados de maneiras diferentes. A separação dos subsegmentos também contribuirá para melhor compreensão do leitor das pesquisas publicadas, pois a partir do termo utilizado saberá qual o tipo de turismo de bicicleta o autor se refere.

O levantamento bibliográfico da produção científica para o referencial teórico, mostrou existir estudos relacionados ao uso da bicicleta como meio de transportes, porém em periódicos da área turismo, além de poucas pesquisas sobre cicloviagens, podendo ser um dos motivos para o uso equivocado da palavra cicloturismo. A abordagem sobre o uso da bicicleta como meio de transporte em viagens de longas distâncias parece não despertar, ainda, tanto interesse dos pesquisadores, principalmente os pesquisadores de turismo.

Sobre a relação do ciclovijante com o consumo, verificou-se que o consumo desenfreado da sociedade do século XXI não implica diretamente na felicidade do indivíduo. Pôde-se perceber que as cicloviagens estão na contramão do consumismo. Ainda que ocorram dificuldades ao longo da cicloviagem, que seja necessário fazer escolhas do que levar e consumir somente o necessário, os ciclovijantes sentem-se felizes.

É fato a real complexidade do espaço, principalmente quando se trata do espaço turístico do ciclovijante. Neste caso, quando abordado do ponto de vista de Boullón, mostrou-se frágil, pois além de limitar o espaço do turista, o autor desconsidera a bicicleta como meio de transporte. Pode-se, entretanto, entender as dinâmicas de interação do ciclovijante com o lugar a partir de outras perspectivas, como o *slow travel*, que propõe uma nova maneira de viajar, fazendo com que o viajante “desacelere” o ritmo de viagem mudando de um estilo massificado

de turismo para outro permitindo uma experiência mais profunda da viagem, como no caso da ciclovagem.

A pesquisa *online* mostrou que a maioria dos praticantes da atividade turística de longas distâncias que utilizam a bicicleta como principal meio de transporte se declaram como cicloviantes, corroborando a ideia trabalhada em definir turismo de bicicleta como segmento e ciclovagem como subsegmento. Porém, quando os respondentes brasileiros foram analisados separadamente dos demais, notou-se que eles se autodeclaram cicloturistas, indo na contramão dos demais.

Além disso, a maioria dos respondentes estão na faixa dos 35 aos 44 anos, preferem rotas que passam por áreas ou cidades rurais, porém se contradizem quando declaram que quando estão pernoitando em cidade optam por visitar atrativos turísticos. A maioria dos respondentes costumam viajar com amigos e/ou familiares ao longo de toda viagem. Ademais, a principal motivação em se fazer uma ciclovagem é a aventura dela.

E por fim, pode-se dizer que ainda existem pontos a serem explorados em novas pesquisas sobre ciclovagem, trazidos a luz nesta pesquisa. Há de se considerar o *slow travel*, que se configura mais como estilo de vida do propriamente segmento turístico, nas ciclovagens. E, a necessidade de uma justificativa para o baixo número de mulheres que fazem ciclovagens, especialmente, aquelas que a fazem sozinhas.

## REFERÊNCIAS

- ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 15509-1**: Cicloturismo — Parte 1: Requisitos para produto. 2017: ABNT. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/2F70BE3A59690911832576BA004E4078/\\$File/NT000439D2.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2F70BE3A59690911832576BA004E4078/$File/NT000439D2.pdf). Acesso em: 30 mar. 2019.
- BAUDRILLARD, Jean. A lógica social do consumo. In: BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995. p. 47-99.
- BAI, Lu et al. Estimating level of service of mid-block bicycle lanes considering mixed traffic flow. **Transportation Research: Part A**, [s.i], v. 101, n. 1, p.203-217, jul. 2017.
- BAUER, Rafael Chequer; PANOSSO NETTO, Alexandre. Princípios do *Slow travel* aplicados ao lazer turístico contemporâneo. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p.23-38, ago. 2014.
- BAUMAN, Zygmunt. **A arte da vida**. Rio de Jan.: Jorge Zahar, 2009. Tradução de: Carlos Alberto Medeiros.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Jan.: Jorge Zahar, 2008. Tradução de: Carlos Alberto Medeiros.
- BAUMAN, Zygmunt. Turistas e vagabundos. In: BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Jan.: Jorge Zahar, 1999. p. 85-110. Tradução de: Marcus Penchel.
- BELOTTO, José Carlos A.; NAKAMORI, Silvana; FONSECA, Ken Flávio O.. **Ciclovida**: Pedalando na cidade. 2. ed. Paraná: UFPR/PROEC, 2016.
- BITTENCOURT, R. N. Os dispositivos existenciais do consumismo. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 10, n. 118, p. 103-113, 6 dez. 2010.
- BOULLÓN, Roberto C.. **Planejamento do espaço turístico**. 3ª. ed. Bauru: Edusc, 2002. Tradução de: Josely Vianna Baptista.
- BRASIL (Estado). Decreto nº 7.381, de 02 de dez. de 2010. **Política Nacional de Turismo** Brasília, DF, 2010. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm). Acesso em: 30 mar. 2019.
- CAMPOS, A. C.; SANTOS, A. J.; ALVES, L. A. C.. Cicloturismo: mobilidade urbana e valorização do turismo da cidade de Aracajú – Sergipe. **Revista de Direito da Cidade**, [S.l.], v. 8, n. 4, p. 1800-1824, nov. 2016. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rdc/article/view/22642/19160>. Acesso em: 01 nov. 2018.

- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- CARUSO, Isabel Leal. **De bike, o sul da França é outra história**. Florianópolis: Officio, 2015.
- CARVALHO, Carolina Q. R.. **Planeamento da Rota Cicloturística EuroVelo 3 – Rota dos Peregrinos em Portugal**. Construção de um modelo SIG baseado na optimização de percursos e no apoio à decisão. 2017. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura Paisagística, Instituto Superior de Agronomia, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2017. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/14830>. Acesso em: 09 nov. 2019.
- CASTRO, Rafael; FRAGA, Carla; ELICHER, Maria Jaqueline. Conexões preliminares entre novas tecnologias da informação e comunicação, hospitalidade urbana e cicloturismo na cidade do rio de jan./RJ. **Anptur**, [s.i], v. 14, n. 1, p.1-1, set. 2017.
- CITY OF COPENHAGEN. **Copenhagen: City of cyclists**. 2017. Disponível em: [http://www.cycling-embassy.dk/wp-content/uploads/2017/07/Velo-city\\_handout.pdf](http://www.cycling-embassy.dk/wp-content/uploads/2017/07/Velo-city_handout.pdf). Acesso em: 07 fev. 2019.
- CLUBE DE CICLOTURISMO DO BRASIL (Org.). 2019 **Eventos**. Disponível em: <http://www.clubedecicloturismo.com.br/eventos/latest/10:eventos?start=20>. Acesso em: 30 mar. 2019.
- CORTEZ, Ana Tereza Caceres. Consumo e desperdício: as duas faces das desigualdades. In: ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri; CORTEZ, Ana Tereza Caceres (Org.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano**. São Paulo: Unesp, 2009. p. 35-62. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/n9brm/pdf/ortigoza-9788579830075-03.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2020.
- CRUZ, Rita de Cássia A.. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.
- DALONSO, Yoná S. et al. Políticas, eventos e turismo de experiência. In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília G. R. (ed.). **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização**. São Paulo: Manole, 2015. p. 114-132.
- DANIEL Kahneman – O fluxo e a felicidade. Produção de George Suarez, Sonia Akamatsu e Vanessa Souza D'alessio. Realização de Fronteiras do Pensamento e Instituto Cplf Cultura. Porto Alegre: Fronteiras do Pensamento, 2016. Son., color. Legendado. Tradução: Francesco Settineri e Marina Waquil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BnkcU0IQdFA&t=57s>. Acesso em: 20 dez. 2018.

- DEENIHAN, Gerard; CAULFIELD, Brian. Do tourists value different levels of cycling infrastructure? **Tourism Management**, [s.i], v. 46, n. 1, p.92-101, fev. 2015.
- DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.
- DICKINSON, Janet; LUMSDON, Les. *Slow travel and Tourism*. London: Earthscan, 2010.
- DICKINSON, Janet; LUMSDON, Les. *Slow travel*. In: HOLDEN, Andrew; FENNEL, David (ed.). **The Routledge Handbook of Tourism and Environment**. New York: Routledge, 2013. p. 371-381.
- DICKINSON, Janet E.; LUMSDON, Les M.; ROBBINS, Derek. *Slow travel: issues for tourism and climate change*. **Journal of Sustainable Tourism**, [s.l.], v. 19, n. 3, p.281-300, 16 mar. 2011.
- DICKINSON, Janet; ROBBINS, Derek; LUMSDON, Les. Holiday travel discourses and climate change. **Journal of Transport Geography**, n. 18, p.482-489, 2010.
- ELICHER, Maria Jaqueline. **Produção do Espaço Turístico**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012.
- EUBIKE. **The EuBike Background Analysis**: European cyclotourism analysis and Focus group scripts & quantitative analysis. 2013. Disponível em: <http://www.eubike.bike/assets/eubike-background-analysis-report-.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2020.
- EUROVELO. **Discover Europe by bike!** Disponível em: <http://www.eurovelo.com/en>. Acesso em: 10 fev. 2019.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 8. ed. Curitiba: Positivo, 2010. Coordenação de Marina Baird Ferreira.
- FIGUEIREDO, Candido de. **Novo Dicionário de Língua Portuguesa**. [s.i]: [s.i], 1913. Disponível em: <http://dicionario-aberto.net/dict.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2020.
- FRAGA, C.; BOTELHO, E. S.. *Slow travel: uma análise da relação entre ferrovia, meio ambiente e turismo no brasil*. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**, [s.l.], v. 27, p. 137-155, 30 maio 2016. School of Management, Hospitality and Tourism, University of the Algarve.
- G1. **Facebook completa 15 anos com 2,3 bilhões de usuários**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/02/04/facebook-completa-15-anos-com-23-bilhoes-de-usuarios.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2020.
- GARDNER, Nicky. **A manifesto for slow travel**. 2009. Disponível em: <https://www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel>. Acesso em: 24 jan. 2020.
- GEHL, Jan. **Cidades para Pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- GIOVANNINI, Alessandro; MALUCELLI, Federico; NONATO, Maddalena. Cycle-tourist network design. **Transportation Research Procedia**, [s.i], v. 22, n. 1, p.154-163, 2017.
- HAN, Heesup; MENG, Bo; KIM, Wansoo. Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty. **Tourism Management**, v. 59, n. 1, p. 91-103, 2017.
- HAYLLAR, Bruce et al. Turismo em áreas urbanas: compreendendo o campo de estudo. In: HAYLLAR, Bruce et al (org.). **Turismo em cidades: lugares turísticos. lugares turísticos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 1-8. Tradução de Ana Paula Spolon e Jorge Camargo.
- HONORÉ, Carl. **In Phaise of Slowness**. Canadá: HarperCollins e-books, 2004.
- HOUAISS (Ed.). **Dicionário Eletrônico Houaiss de Língua Portuguesa**. Editora Objetiva, 2009. CD-ROM.
- INFOPÉDIA. **Dicionários Porto Editora**. Portugal: Porto, 2018. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cicloturismo>. Acesso em: 19 fev. 2020.
- JACKSON, G; MORPETH, N.. Local Agenda 21 and community participation in tourism policy and planning: Future or fallacy. **Current Issues in Tourism**, Reino Unido, v. 2, n. 1, p. 1-38, mar 1999.
- JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de filosofia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Digitalizado Por Tupykurumin, 2001. 212 f. Disponível em: [http://raycydio.yolasite.com/resources/dicionario\\_de\\_filosofia\\_japiassu.pdf](http://raycydio.yolasite.com/resources/dicionario_de_filosofia_japiassu.pdf). Acesso em: 24 jun. 2020.
- JEUGE-MAYNART, Isabelle (Ed.). **Le Petit Larousse Illustré**. Paris: Larousse, 2012.
- KANT, Immanuel. Doutrina Transcendental dos elementos. In: KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura**. 2. ed. Coimbra: Fundação Calouste Gulbenkian, 1989. Cap. 1. p. 61-87.
- KEELING, Andrew. Cycle Tourism. **Sustrans Routes For People**. Londres, p. 1-20. ago. 1999. Disponível em: <http://www.tourisminsights.info/ONLINEPUB/ONLINEP/PDFS/SUSTRAN/SUSTRANS%20-%20CYCLE%20TOURISM.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2020.
- KERL, Maria Rita. **O tempo e o cão: a atualidade das depressões**. São Paulo: Boitempo, 2009.
- KLEINA, Nilton. **A história do Facebook, a maior rede social do mundo**. 2018a. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/132485-historia-facebook-maior-rede-social-do-mundo-video.htm>. Acesso em: 25 abr. 2020.

- KLEINA, Nilton. **A história do Orkut, a rede social favorita do Brasil**. 2018b. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/132464-historia-orkut-rede-social-favorita-do-brasil-video.htm>. Acesso em: 25 abr. 2020.
- KOSELLECK, Reinhart. Uma história dos conceitos: problemas teóricos e práticos. **Estudos Históricos**, Rio de Jan., v. 5, n. 10, p.134-146, out. 1992. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1945/1084>. Acesso em: 17 mar. 2020.
- KOSELLECK, Reinhart. **Futuro passado**: contribuições à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Puc Rio, 2006. Tradução de: Wilma Patrícia Maas e Carlos Almeida Pereira.
- KOVAČIĆ, Nataša. Profiling Bicycle Tourists: a case of Croatia. **Tourism And Hospitality Management**, [s.i], v. 21, n. 2, p.159-177, nov. 2015.
- LAMONT, Matthew J.. Wheels of change: a model of whole tourism systems for independent bicycle tourism. **Proceedings of Re-creating Tourism**, Hanmer Springs, New Zealand, p. 1-22, dez. 2008. Disponível em: [https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1149&context=tourism\\_pubs](https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1149&context=tourism_pubs). Acesso em: 09 abr. 2020.
- LAMONT, Matthew J.. Reinventing the Wheel: a definitional discussion of bicycle tourism. **Journal of Sport and Tourism**. v. 14, n. 1, p. 5-23, fev. 2009. Disponível em: [https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1147&context=tourism\\_pubs](https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1147&context=tourism_pubs). Acesso em: 19 abr. 2020.
- LAMONT, Matthew J.. Cycle touring. In: BANHAM, Jeniffer; JOHNSON, Marilyn. **Cycling Futures**. Adelaide: The University of Adelaide, 2015. p. 153-175.
- LIMA, Telma C. S.; MIOTO, Regina Célia T.. Procedimentos metodológicos do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Katálysis**, Florianópolis, v. 10, p.37-45, 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-49802007000300004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-49802007000300004). Acesso em: 18 abr. 2020.
- LIPOVESTSKY, Gilles. Além da posição social: o consumo emocional. In: LIPOVESTSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 38-59. Tradução de Maria Lucia Machado.
- LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A.. **Teoria do turismo**: Conceitos, Modelos e Sistemas. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.
- LUMSDON, Les. Transport and tourism: cycle tourism – a model for sustainable development? **Journal of Sustainable Tourism**. v. 8, n. 5, p. 361-377. 2000.




- LUMSDON, Les M.; MCGRATH, Peter. Developing a conceptual framework for *Slow travel*: a grounded theory approach. **Journal of Sustainable Tourism**, [s.l.], v. 19, n. 3, p.265-279, 16 mar. 2011.
- MALUCELLI, Federico; GIOVANNINI, Alessandro; NONATO, Maddalena. Designing single origin-destination itineraries for several classes of cycle-tourists. **Transportation Research Procedia**, [s.i], v. 10, n. 1, p.413-422, jul. 2016.
- MORAES, Claudia C. A.. Turismo - segmentação de mercado: um estudo introdutório. In: ANSARAH, Marília G. R. (Org.). **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999. p. 13-33.
- OLIVEIRA, R. J.. Marketing nos destinos: a segmentação da demanda turística. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. E.. **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: Planejamento, criação e comercialização**. Baurueri: Manole, 2015. p. 2-34.
- PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília G. R.. Segmentação em turismo: panorama atual. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília G. R. (Ed.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. p. 19-43.
- PAUL, Bloom – A importante diferença entre felicidade e prazer. Produção de Telos Cultural. Realização de Fronteiras do Pensamento. Porto Alegre: Fronteiras do Pensamento, 2018. Son., color. Legendado. Tradução: Marina Waquil e Francesco Settineri. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hR30BRFTclg>. Acesso em: 21 fev. 2020.
- PEDRINI, Luana; FLORES, Luiz Carlos da S.; CAVALCANTE, Leila S.. Cicloturistas no Circuito do Vale Europeu: Perfil e Percepção Ambiental. **Anptur**, São Paulo, p.1-14, set. 2012. IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Peirce on Sign**. Carolina do Norte: Universidade Carolina do Norte, 1982.
- PINHEIRO, Rubens. **Herói esquecido: Raid em bicicleta**. Rio de Janeiro.: Serthel Editora, 1978.
- PRISCO, Luiz. **Facebook ganha força no Brasil e ameaça o domínio do Orkut**. 2011. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2011/04/05/interna\\_tecnologia,219884/facebook-ganha-forca-no-brasil-e-ameaca-o-dominio-do-orkut.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2011/04/05/interna_tecnologia,219884/facebook-ganha-forca-no-brasil-e-ameaca-o-dominio-do-orkut.shtml). Acesso em: 28 jan. 2020.

- PUBLITURIS. ‘Slow’, um novo conceito de turismo. 2009. Disponível em: <https://www.publituris.pt/2009/10/14/slow-um-novo-conceito-de-turismo-2/>. Acesso em: 02 abr. 2020.
- RITCHIE, Brent W.. Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. **Tourism Management**, [s.i], v. 19, n. 6, p.567-582, 1998.
- RODRIGUES, Adyr. Natureza e método de análise do espaço do turismo. In: RODRIGUES, Adyr. **Turismo e Espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1992. p. 61-77.
- ROMAN, Michał; ROMAN, Monika. Bicycle Transport as an Opportunity to Develop Urban Tourism: Warsaw Example. **Procedia: Social and Behavioral Sciences**, [s.i], v. 151, n. 1, p.295-301, out. 2014. 1st International Conference Green Cities 2014 – Green Logistics for Greener Cities.
- RUOCCO, Giacomo di et al. Sustainable reuse of disused railway. **Procedia Engineering**, [s.i], v. 180, n. 1, p.1643-1652, 2017.
- SALDANHA, Luiz et al. **O CICLOTURISTA BRASILEIRO 2018**: relatório geral. Rio de Janeiro: Coppe-ufrj, 2019. 81 p. Disponível em: <http://planett.com.br/wp-content/uploads/2019/11/O-Cicloturista-Brasileiro-2018-Relatorio-Geral.pdf>. Acesso em: 11 maio 2020.
- SANTOS, Milton. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 2014.
- SANTOS, Antônia V.; RIO-TORTO, Graça. De biciclo a ciclovia: estudo morfolexical de ciclo no português contemporâneo. **Revista de Estudos Linguísticos**, Juiz de Fora, v. 20, n. 2, p. 79-99, jul. 2016. Disponível em: <http://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2016/12/SANTOS-E-RIO-TORTO-pronto-1.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2020.
- SCHETINO, André Maia. **Pedalando na modernidade**: a bicicleta e o ciclismo na transição do século XIX para o XX. Rio de Jan.: Apicuri, 2008.
- SCHMID, Sven. **300 dias de bicicleta**: 22 mil km de emoções pelas américas. Rio de Jan.: Edições de Jan., 2016. Tradução de Kristina Michehelles e Fabiana Macchi.
- SENNETT, Richard. **Construir e Habitar**: Ética para uma cidade aberta. Rio de Janeiro: Record, 2018. Tradução de: Clóvis Marques.
- SERRANO, Célia; CESAR, Luis Felipe; PRADO, Marcio Correa do (Ed.). Cicloturismo: mobilidade, estilo de vida e experiência. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Ed.). **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**: planejamento, criação e comercialização. Barueri: Manole, 2015. p. 339-350.

- SILVA, Débora. **O que é e para que serve um blog?** 2014. Disponível em: <https://www.estudokids.com.br/o-que-e-e-para-que-serve-um-blog/>. Acesso em: 25 abr. 2020.
- SOUZA, José A. B.; GALVÃO, Suenia F. S. *Slow travel*: estudos introdutórios sobre uma emergente tendência do turismo contemporâneo. **VIII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-graduação em Turismo**, Balneário Camboriú, p. 1-12, out. 2011.
- SUVANTOLA, J.. **Tourist's experience of place**. Aldershot: Ashgate, 2002.
- TEIXEIRA, Camila A.; EDRA, Fátima Priscila M.. Análise quantitativa de artigos publicados sobre bicicleta. In: EDRA, Fátima Priscila M.; CASTRO, Juliana de; SALDANHA, Luiz E. C. (Org.). **Cicloturismo urbano em foco**. Niterói: FTH/UFF, 2017. p. 50-62. Disponível em: <http://planett.coppe.ufrj.br/images/documentos/publicacoes/2017.09---I-Encontro-para-o-Desenvolvimento-do-Cicloturismo.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2020.
- TEIXEIRA, Camila A.; EDRA, Fátima Priscila M.. Bicicleta no planejamento urbano e nas estratégias: um aproveitamento para o turismo. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro, v. 0, n. 30, p.37-49, nov. 2018. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/11442>. Acesso em: 09 mar. 2020.
- TEIXEIRA, Rodrigo A. **O aprendizado em deleuze**: proust e a conquista do tempo puro. 2017. 37 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Filosofia, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.
- TRANSPORTATION RESEARCH PROCEDIA. **Transportation Research Procedia**. 2019. Disponível em: <https://www.journals.elsevier.com/transportation-research-procedia>. Acesso em: 09 mai. 2020.
- TREVISAN, Rosana (Ed.). **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/biciclo/>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- TURUNEN, VirpiJohanna. Diminutivo em português e em francês: um pouquinho é unpetitpeu. **Múltiplas Perspectivas em Linguística**, Uberlândia, p.3008-3016, nov. 2006. Disponível em: [http://www.filologia.org.br/ileel/artigos/artigo\\_500.pdf](http://www.filologia.org.br/ileel/artigos/artigo_500.pdf). Acesso em: 15 abr. 2020.
- VEAL, A. J.. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011. Tradução de: Gleice Guerra e Mariana Alfrigui.

- VILLAS BOAS, Guilherme H.; MARÇAL, Mônica S. Geologia e estudo da paisagem aplicada ao turismo. In: ARANHA, Raphael C.; GUERRA, Antonio José T.. **Geografia aplicada ao Turismo**. São Paulo: Oficina de Textos, 2014.
- WATTHANAKLANG, Duangdao et al. Measuring the motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions. **Transport Policy**, [s.i], v. 52, n. 1, p.153-163, nov. 2016.
- YÁZIGI, Eduardo. A importância da paisagem. In: YÁZIGI, Eduardo (ORG.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 11-28.
- ZYGMUNT Bauman - Fronteiras do Pensamento. Produção de Telos Cultural. Porto Alegre: Audiovisual Mango Films, 2011. (30 min.), son., color. Legendado. Tradução: Wilney Ferreira Giozza. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=POZcBNo-D4A&t=1017s&index=9&list=WL>. Acesso em: 20 mai. 2020

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO



### BICICLETA EM VIAGENS DE LONGAS DISTÂNCIAS

Olá, sou mestranda em Turismo na UFF e estou fazendo uma pesquisa sobre as dinâmicas que envolvem uma viagem de bicicleta.

Você já fez uma viagem em que tenha utilizado a bicicleta por mais de dois dias durante seu roteiro de viagem? Então, peço que participe da pesquisa.

Por favor, encaminhe o link para seus contatos que se encaixem no perfil de respondente. E, qualquer sugestão e/ou esclarecimento, pode encaminhar uma mensagem para [camilateixeira@id.uff.br](mailto:camilateixeira@id.uff.br).

Este questionário engloba 26 perguntas fechadas e leva cerca de 6 minutos para ser respondido.

**\*Obrigatório**

1) Você se considera: \*

cicloturista.

ciclovijante.

Próxima Página 1 de 3

**Atividades e Comportamento**

2) Qual a principal motivação em fazer uma viagem de bicicleta? \*

- Aventura.
- Experiência cultural.
- Atividade física e saúde.
- Custo da viagem de bicicleta.
- Desapego dos bens materiais.
- Desafio da viagem de bicicleta.
- Outro: \_\_\_\_\_

3) Qual o canal de informações mais utilizado para a busca de informações para definir o roteiro/percurso da viagem de bicicleta? \*

- Blogs.
- Vlogs.
- Livros.
- Redes sociais.
- Agências de viagens.
- Amigos que já viajaram de bicicleta.
- Sites especializados em viagens de bicicleta.
- Outro: \_\_\_\_\_



5) Em sua rota, prefere passar: \*

- por locais/cidades turísticas
- por locais/cidades não turísticas
- por áreas ou cidades rurais

6) Quantas viagens de bicicleta já fez? \*

7) Considerando sua viagem de bicicleta mais LONGA, informe sua duração \*

8) Considerando sua viagem de bicicleta mais CURTA, informe sua duração \*



9) Na maioria das viagens você pedalou: \*

- sozinho ao longo de toda a viagem.
- com amigo(s) e/ou parente(s) em parte(s) da viagem.
- com amigo(s) e/ou parente(s) ao longo de toda a viagem.
- Outro: \_\_\_\_\_

10) Durante sua(s) viagem(ns) você encontrou/conheceu outro(s) viajante(s) de bicicleta? \*

- Sim
- Não

11) Você pedalou em parte do seu roteiro(s) com o(s) viajante(s) de bicicleta que encontrou no percurso? \*

- Sim
- Não

12) Média de pedalada por dia? (Em horas) \*

Escolher ▼

13) Qual o meio de transporte utilizado com mais frequência para chegar ao ponto de partida da(s) viagem(ns) de bicicleta. \*

Escolher ▼

14) A bicicleta que utilizou para a viagem era: \*

Escolher ▼

15) Qual meio de hospedagem costuma utilizar durante a viagem de bicicleta? \*

Escolher ▼

16) Ao se hospedar em uma cidade, você costuma: \*

- visitar os atrativos turísticos.
- ficar na hospedagem para descansar.
- ir a estabelecimentos (bar, restaurante, boates, museus...) que os moradores recomendam evitando os pontos turísticos.
- Outro: \_\_\_\_\_

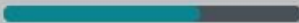
17) Qual gasto médio diário (em dólar)? \*

Considere gastos com hospedagem, alimentação, reparos na bicicleta e qualquer outro tipo de despesa.

Sua resposta \_\_\_\_\_

[Voltar](#)

[Próxima](#)

 Página 2 de 3

**Características dos viajantes de bicicleta**

18) Faixa etária \*

Escolher ▼

19) Gênero \*

Escolher ▼

20) País que reside \*

Escolher ▼

21) Que cidade você reside? \*

Sua resposta

22) Você relata suas viagens em: \*

- sites.
- livros.
- blogs.
- vlogs.
- matérias em revistas especializadas.
- não faço publicações das minhas viagens de bicicleta.

23) Ao publicar um vídeo ou texto relatando sua experiência o que considera importante o leitor saber? \*

Se você não faz publicações responde 'NA'.

Sua resposta

---

24) Em UMA palavra defina a(s) sua(s) viagem(ns) de bicicleta. \*

Sua resposta

---

25) Caso queira, compartilhe o(s) link(s) de sua(s) publicação(ões)

Sua resposta

---


26) Se quiser saber o resultado desta pesquisa, deixe seu email para posterior envio do material.

Sua resposta

---

Voltar

Enviar

 Página 3 de 3

**APÊNDICE B – ARTIGOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE**

<b>Autor</b>	<b>Título do Artigo</b>	<b>Assunto</b>	<b>Ano</b>	<b>Periódico</b>
MILLER; COUTTS	A multiple case study of local & creative financing of bicycle and pedestrian infrastructure	Financiamento de infraestrutura cicloviária	2018	Case Studies on Transport Policy
ROMAN; ROMAN	Bicycle Transport as an Opportunity to Develop Urban Tourism –Warsaw Example	Incentivos para o uso de bicicleta por turistas	2014	Procedia - Social and Behavioral Sciences
ZHAO et al	Bicycle-friendly infrastructure planning in Beijing and Copenhagen - between adapting design solutions and learning local planning cultures	Planejamento e Políticas Públicas para a bicicleta	2018	Journal of Transport Geography
HAN; MENG; KIM	Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty	Percepção dos usuários (residentes e turistas) de bicicleta	2017	Tourism Management
MENDONZA et al	Bikeway system design in the city of Celaya through a microsimulation approach	Implantação de ciclovias	2018	Transportation Research Procedia
GONZALO-ORDEN et al	Bikeways and cycling urban mobility	Análise da infraestrutura cicloviária	2014	Procedia - Social and Behavioral Sciences
GIOVANNINI; MALUCELLI; NONATO	Cycle-tourist network design	Políticas públicas de transporte	2016	Energy Research & Social Science
MALUCELLI; GIOVANNINI; NONATO	Designing single origin-destination itineraries for several classes of cycle-tourists	Implantação de ciclovias	2015	Transportation Research Procedia

DEENIHAN; CAULFIELD	Do tourists value different levels of cycling infrastructure?	Análise da infraestrutura cicloviária	2015	Tourism Management
BAI et al	Estimating level of service of mid-block bicycle lanes considering mixed traffic flow	Percepção dos usuários (residentes e turistas) de bicicleta	2017	Transportation Research
GAO et al	Evaluating the cycling comfort on urban roads based on cyclists' perception of vibration	Percepção dos usuários (residentes e turistas) de bicicleta	2018	Journal of Cleaner Production
PAUL; BOGENBERGER; FINK	Evaluation of Munich's Cycle Route Planner Data Analysis and Customer Survey	Planejamento de rota ciclística	2016	Transportation Research Procedia
SERIANI; FERNANDEZ; HERMOSILLA	Experimental study for estimating capacity of cycle lanes	Capacidade cicloviária	2014	Transportation Research Procedia
BARBERAN; SILVA; MONZON	Factors influencing bicycle use: a binary choice model with panel data	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta	2017	Transportation Research Procedia
BARBERAN; MONZON	How did bicycle share increase in Vitoria-Gasteiz?	Perfil do usuário de bicicleta	2016	Transportation Research Procedia
MARQUÉS et al	How infrastructure can promote cycling in cities: Lessons from Seville	Análise da infraestrutura cicloviária	2015	Research in Transportation Economics
EVGENIKOS ET AL	How safe are cyclists on European roads?	Segurança rodoviária para ciclistas	2016	Transportation Research Procedia
ASSUNÇÃO-DENIS; TOMALTY	Increasing cycling for transportation in Canadian communities: Understanding what works	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta	2018	Transportation Research

KAPLAN et al	Intentions to use bike-sharing for holiday cycling: An application of the Theory of Planned Behavior	Intenção no uso de bicicleta compartilhada no turismo	2015	Tourism Management
GOEVERDEN et al	Interventions in bicycle infrastructure, lessons from Dutch and Danish cases	Análise da infraestrutura cicloviária	2015	Transportation Research Procedia
DUANGDAO et al	Measuring the motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta	2016	Transport Policy
BIERNAT; BUCHHOLTZ; BARTKIEWICZ	Motivations and barriers to bicycle commuting: Lessons from Poland	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta	2018	Transportation Research
LIÑÁN ET AL	Optimization of cycle paths with mathematical programming	Análise da infraestrutura cicloviária	2014	Transportation Research Procedia
MRKAJIC; ANGUELOVSKI	Planning for sustainable mobility in transition cities: Cycling losses and hopes of revival in Novi Sad, Serbia	Planejamento da mobilidade sustentável	2016	Cities
ETMINANI- GHASRODASHTI; PAYDAR; ARDESHIRI	Recreational cycling in a coastal city: Investigating lifestyle, attitudes and built environment in cycling behavior	Fatores motivacionais que influenciam a escolha da bicicleta	2018	Sustainable Cities and Society
BRAUM et al	Short-term planning and policy interventions to promote cycling in urban centers: Findings from a commute mode choice analysis in Barcelona, Spain	Planejamento e Políticas Públicas para a bicicleta	2016	Transportation Research
DI RUOCCO et al	Sustainable reuse of disused railway	Reaproveitamento de linhas férreas inativas para ciclovias	2017	Procedia Engineering
LANZEDORF; BUSCH- GEERTSEMA	The cycling boom in large German cities—Empirical evidence for successful cycling campaigns	Planejamento e Políticas Públicas para a bicicleta	2014	Transport Policy

FRAME; ARDILA-GOMEZ; CHEN	The kingdom of the bicycle: what Wuhan can learn from Amsterdam	Levantamento histórico	2017	Transportation Research Procedia
GÖSSLING; CHOI	Transport transitions in Copenhagen: Comparing the cost of cars and bicycles	Análise de custo e benefício do carro e da bicicleta	2015	Ecological Economics
SONG; NI; LI	Understanding cyclists' risky route choice behavior on urban road sections	Escolha da rota cicloviária pelo usuário	2017	Transportation Research Procedia
SHOKOOHI; NIKITAS	Urban growth, and transportation in Kuala Lumpur: Can cycling be incorporated into Kuala Lumpur's transportation system?	Planejamento do sistema de transporte e adoção do ciclismo	2017	Case Studies on Transport Policy
PARK; AKAR	Why do bicyclists take detours? A multilevel regression model using smartphone GPS data	Escolha da rota cicloviária pelo usuário	2019	Journal of Transport Geography