



UFOP

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO

O PROGRAMA ID JOVEM ENQUANTO TURISMO SOCIAL

OURO PRETO

Junho de 2022

MARIANA DOURADO

O PROGRAMA ID JOVEM ENQUANTO TURISMO SOCIAL

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Professor Dr. Ricardo Fonseca.

Ouro Preto
2022



FOLHA DE APROVAÇÃO

Mariana Dourado

O Programa Id Jovem enquanto Turismo Social

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovada em 9 de junho de 2022.

Membros da banca

Prof. Dr. Ricardo Eustáquio Fonseca Filho - Orientador (UFOP)
Profa. Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta (UFOP)
Prof. Dr. André Riani Costa Perinotto (UFOPar)

A defesa foi gravada por meio do serviço do aplicativo *Meet*, disponível no *Google Workspace for Education* (GWE) da UFOP (disponível em https://drive.google.com/file/d/1FKw4Q07q6jMsJGd__YcPiddt_BigsGse/view?usp=drive_web) e eu, Prof. Ricardo Fonseca, orientador do trabalho e presidente da comissão examinadora, na condição de servidor público, gozo de fé pública, e atesto que a sessão foi realizada com a participação a distância dos integrantes supracitados e que estes estão de acordo com o parecer redigido na ata da defesa, cuja versão final está autorizada para depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 12/06/2022.



Documento assinado eletronicamente por **Ricardo Eustáquio Fonseca Filho, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 12/06/2022, às 19:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0342444** e o código CRC **649AABDC**.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à meus pais e irmãos, que sempre estiveram ao meu lado apoiando toda minha trajetória, a meu orientador por todo apoio, dedicação, paciência e por sempre acreditar no meu potencial e que este trabalho fosse possível, à toda comunidade de viajantes jovens do ID Jovem por serem o motivo da minha inspiração, a meus amigos e familiares que sempre estiveram me apoiando e dando forças, em especial Mirelly e Karen, e ao Júnior pelo companheirismo e parceria em todos os momentos, sem todos vocês em meu caminho, nada seria possível, muito obrigada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu orientador Ricardo por todo o tempo e carinho dedicado a este trabalho, você foi fundamental em me dar forças para continuar. Agradeço também à UFOP, pelo ensino de qualidade e por me proporcionar viver anos inesquecíveis na amada cidade de Ouro Preto.

Agradeço também às turmas do 15.1 e 17.1 que me acolheram em momentos diferentes da vida, e também aos professores do curso, pelo ensino de qualidade e por formarem profissionais qualificados e pensantes no ramo do turismo.

Minha gratidão à Mirelly, por ser minha irmã nessa jornada, e dividir todos os momentos dessa fase comigo. À Karen, que foi um presente na minha vida, vindo para somar muitas coisas boas e trocas incríveis. À Paloma, por me ensinar sobre diferença e união. Aos meus amigos Miguel, Caio e Marcos por tornarem os dias mais leves, engraçados e cheios de aventuras. Ao Felipe e Luís por todo apoio e amizade. Às minhas madrinhas, Luciana e Keila, que nunca me desampararam. À minha vó Rosa e tia Aureliana que também me apoiaram nessa jornada.

E por fim, agradeço especialmente a meu pai, por tornar meu sonho possível, e à minha mãe, por me dar colo, carinho e cuidar de mim independente de qualquer distância.

*“Sempre permaneça aventureiro.
Por nenhum momento se esqueça de que
a vida pertence aos que investigam.
Ela não pertence ao estático;
Ela pertence ao que flui.
Nunca se torne um reservatório,
sempre permaneça um rio.”*

Osho

RESUMO

O turismo é reconhecido por ser uma das atividades econômicas mais importantes que movimentam o mundo, e dentro da atividade turística, existem vários “tipos” de turismo, o que chamamos de segmentação turística. A que foi escolhida como tema do presente trabalho, é o turismo social. Uma vez que o turismo social é compreendido por ser o que promove acesso ao lazer e viagens para o público menos favorecido economicamente, um dos perfis que ele abrange, é o público jovem, que será o perfil desta pesquisa. Um dos benefícios advindos da prática do turismo com a intenção de combater a exclusão social, são os aprendizados que a atividade proporciona, junto da possibilidade de poder conhecer um lugar novo, cultura, tradições, e estar em contato com o desconhecido são um dos exemplos de motivação turística. O trabalho tem como objetivo geral investigar e analisar se o Programa Identidade Jovem é utilizado de fato por seus usuários como uma Política Pública de incentivo à prática do Turismo Social e Lazer. Nesse sentido, investigar e documentar a relação que se dá entre os jovens brasileiros que possuem baixa renda, e o Programa Identidade Jovem (ID Jovem) que possibilita benefícios destinados a esse grupo. A metodologia da pesquisa exploratória foi revisão de literatura (programa ID Jovem; políticas públicas de turismo; transportes turísticos; e turismo social); elaboração de instrumento de coleta de dados do tipo questionário estruturado qualitativo e quantitativo. Os resultados da pesquisa demonstraram que o público realiza turismo social, mas a maioria desconhece esse segmento turístico. Conclui-se que o ID Jovem é um caminho facilitador para que o jovem de baixa renda faça viagens a partir de suas motivações e objetivos e identificou-se a lacuna existente entre turismo social e o reconhecimento dessa segmentação turística.

Palavras-chave: Turismo Social; ID Jovem; Juventude; Turismo Jovem; Políticas Públicas de Turismo.

ABSTRACT

Tourism is recognized for being one of the most important economic activities that move the world, and within the tourist activity, there are several “types” of tourism, which we call tourist segmentation. The one chosen as the theme of the present work is social tourism. Since social tourism is understood to be what promotes access to leisure and travel for the economically disadvantaged public, one of the profiles it covers is the young public, which will be the profile of this research. One of the benefits arising from the practice of tourism with the intention of combating social exclusion is the learning that the activity provides, along with the possibility of getting to know a new place, culture, traditions, and being in contact with the unknown are one of the examples. of tourist motivation. The work has as general objective to investigate and analyze whether the Youth Identity Program in Brazil is actually used by its users as a Public Policy to encourage the practice of Social and Leisure Tourism. In this sense, to investigate and document the relationship between young Brazilians who have low income, and the Youth Identity Program (ID Jovem) that provides benefits for this group. The exploratory research methodology was a literature review (ID Jovem program; public tourism policies; tourist transport; and social tourism); elaboration of a data collection instrument of the qualitative and quantitative structured questionnaire type. The survey results showed that the public performs social tourism, but most are unaware of this tourist segment. It is concluded that ID Jovem is a facilitating way for low-income young people to travel based on their motivations and objectives and the gap between social tourism and the recognition of this tourist segmentation was identified.

Keywords: Social Tourism; Young ID; Youth; Youth Tourism; Public Tourism Policies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: MAPA MULTIMODAL DO BRASIL.....	35
FIGURA 2: MATRIZ DE TRANSPORTES BRASILEIRA.....	35
FIGURA 3: MAPA DO MODAL RODOVIÁRIO DO BRASIL.....	38
FIGURA 4: GRÁFICO DE POPULAÇÃO RESIDENTE, POR SEXO E GRUPOS DE IDADE.....	42
FIGURA 5: DIVULGAÇÃO DE DADOS DO PROGRAMA ID JOVEM.....	44
FIGURA 6: MANCHETE DA ENTREVISTA DO GOVERNO FEDERAL SOBRE ID JOVEM.....	45
FIGURA 7: AÇÃO DE DIVULGAÇÃO ID JOVEM 2.0.....	47
FIGURA 8: AUTORA AGUARDANDO EMBARQUE COM PASSAGEM ADQUIRIDA COM ID JOVEM.....	47
FIGURA 9: PRIMEIRO LOGOTIPO ID JOVEM.....	48
FIGURA 10: PANFLETO INFORMATIVO ID JOVEM.....	48
FIGURA 11: LOGOTIPO VERSÃO ID JOVEM 2.0.....	49
FIGURA 12: DIVULGAÇÃO ID JOVEM VERSÃO 2.0.....	49
FIGURA 13: LOGOTIPO ID JOVEM VERSÃO 2021.....	50
FIGURA 14: INTERFACE INICIAL ID JOVEM.....	51
FIGURA 15: INFORMATIVO ID JOVEM.....	51
FIGURA 16: INFORME DO APLICATIVO ID JOVEM EM CASOS DE SUSPENSÃO.....	52
FIGURA 17: PROGRAMAS PARA A JUVENTUDE INSERIDOS NO APLICATIVO ID JOVEM 2021.....	53

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 18: GRÁFICO A RESPEITO DA PRÁTICA DE VIAGENS.....	54
FIGURA 19: GRÁFICO A RESPEITO DA QUANTIDADE DE VIAGENS POR ANO.....	55
FIGURA 20: GRÁFICO REFERENTE AO NÍVEL DE CONHECIMENTO DO ID JOVEM.....	55
FIGURA 21: GRÁFICO REFERENTE A UTILIZAÇÃO DO ID JOVEM NA COMPRA DE PASSAGENS.....	56
FIGURA 22: NUVEM DE PALAVRAS: MUNICÍPIOS.....	57
FIGURA 23: NUVEM DE PALAVRAS: ESTADOS.....	57
FIGURA 24: GRÁFICO REFERENTE À MOTIVAÇÃO DA VIAGEM UTILIZANDO O ID JOVEM.....	58
FIGURA 25: GRÁFICO A RESPEITO DO CONHECIMENTO DO TURISMO SOCIAL.....	59
FIGURA 26: GRÁFICO REFERENTE A DESTINOS E TURISMO SOCIAL.....	69
FIGURA 27: GRÁFICO REFERENTE A VIAGENS E TURISMO SOCIAL.....	61
FIGURA 28: GRÁFICO A RESPEITO DO ID JOVEM E IMPACTOS POSITIVOS...63	
FIGURA 29: GRÁFICO DE IDADE DOS USUÁRIOS DO ID JOVEM.....	65
FIGURA 30: GRÁFICO DE GÊNERO DOS USUÁRIOS DO ID JOVEM.....	65
FIGURA 31: GRÁFICO REFERENTE AO ESTADO CIVIL.....	66
FIGURA 32: GRÁFICO REFERENTE AO NÍVEL DE INSTRUÇÃO.....	67
FIGURA 33: GRÁFICO REFERENTE À RENDA FAMILIAR.....	67

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRATI - Associação Brasileira das Transportadoras Rodoviárias Interestaduais

ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres

apud - junto a, citado por

CNJ - Conselho Nacional de Juventude

CNT - Confederação Nacional do Transporte

CRAS - Centro de Referência de Assistência Social

DETUR - Departamento de Turismo

EDTM - Escola de Direito, Turismo e Museologia

et al. - e outros

FECOMERCIO - Federação do Comércio do Estado de São Paulo

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ID - Identidade

IOS - *iPhone Operating System*

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Km - Quilômetro

MINFRA - Ministério da Infraestrutura

MMFDH - Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos

MTUR - Ministério do Turismo

NIS - Número de Identificação Social

OITS - Organização Internacional do Turismo Social

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONG - Organização Não Governamental

ONU - Organização das Nações Unidas

Op. cit. - obra citada

SESC - Serviço Social do Comércio

SNJ - Secretaria Nacional de Juventude

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

UNAT - União Nacional das Associações de Turismo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
Objetivos	14
Objetivo Geral	14
Justificativa	15
Metodologia	18
CAPÍTULO 1 - TURISMO, SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA E TURISMO SOCIAL	21
1.1 Turismo	21
1.2 Segmentação turística	25
1.3 Turismo Social	27
1.4 Deslocamentos, Mobilidade e Transportes	31
1.4.1 Modais de Transportes	33
Modal Rodoviário	36
CAPÍTULO 2 – POLÍTICAS PÚBLICAS E TRANSPORTES: O CASO DO ID JOVEM	40
2.1 Políticas Públicas e Turismo	40
2.1.2 Outras políticas públicas de fomento às viagens	42
2.1.3 O ID Jovem	43
CAPÍTULO 3 – OLHARES DO TURISMO ATRAVÉS DO ID JOVEM	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	73
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	78
APÊNDICES	79
Apêndice I – Formulário de coleta de dados virtual	79
ANEXOS	81
Anexo I – Estatuto da Juventude	81
Este texto não substitui o publicado no DOU de 6.8.2013	89
Anexo II – Lei do ID Jovem	90

INTRODUÇÃO

O turismo é considerado uma das atividades econômicas mais importantes a nível mundial, e através dele é possível experimentar lazer, ter contato com novas culturas, descanso da jornada de trabalho, alívio das pressões e ritmo acelerado do cotidiano, entre outros fatores positivos que podem ser proporcionados ao indivíduo.

O turismo se configura nos deslocamentos de um núcleo emissor para um núcleo receptor por motivos variados como a busca por atividades de lazer, para realização de negócios, estudos e pesquisas, tratamento de saúde, prática de esportes, participação em eventos de diversos tipos, visita a amigos e parentes etc. (TADINI; MELQUIADES, 2010, p.106).

Para que o fenômeno da atividade turística ocorra, são necessários três elementos: o homem, o espaço e o tempo. O indivíduo (homem) irá se deslocar de um espaço/núcleo emissor, para outro espaço/núcleo receptor de destinação turística. O processo de escolha e tomada de decisão por um determinado destino turístico será influenciado por fatores como: tempo disponível, situação financeira, elementos culturais, atrativos locais, entre outros. Para os autores (*Op. cit.*, p. 107)

O homem é o sujeito da viagem, é aquele que é motivado a deslocar-se, toma a decisão e a realiza. Ele é o consumidor no turismo, que define para onde, quando, como ir para um determinado destino e por quanto tempo. Sem a decisão do ato de viajar, um destino é apenas um cenário a ser usufruído.

Nesse sentido, existem vários “tipos de turismo”, o que chamamos de segmentação turística, sendo assim, o turismo social é o segmento que é caracterizado pelo incentivo às férias ou viagens por parte de órgãos públicos ou por empresas privadas, sendo financiado ou tendo colaboração e apoio financeiro por parte dessas instituições.

A juventude é um dos perfis que o segmento de turismo social abrange, pois também existe o público da terceira idade/idosos. No entanto, o foco deste trabalho é o turismo social voltado para o perfil do público jovem. A instituição mais conhecida no país por seus serviços prestados ao turismo social, é o Serviço Social do Comércio (SESC), que oferece viagens e passeios a preços acessíveis, que é um fator facilitador de acesso ao lazer (ASSIS, 2005).

Outro exemplo de turismo social é o Programa Identidade Jovem (ID Jovem), criado em 2013 pela Lei nº 12.933 e regulamentado em 2015 pelo Decreto nº 8.537:

para dispor sobre o benefício da meia-entrada para acesso a eventos artístico-culturais e esportivos e para estabelecer os procedimentos e os critérios para a reserva de vagas a jovens de baixa renda nos veículos do sistema de transporte coletivo interestadual (BRASIL, 2015).

Nesse sentido, o programa dispõe por ônibus convencional, o total de quatro vagas com desconto, sendo duas vagas com 50% de desconto e duas com 100% de desconto, que também é mais um facilitador de acesso ao lazer e viagens.

Algumas inquietações surgiram quando foi aprofundado o conhecimento e se fez o uso do programa Identidade Jovem. E assim se deu início ao interesse pelo programa e se observou o relato de experiência de pessoas próximas sobre o conhecimento da ID Jovem e sua utilização enquanto usuário (a), e também pela busca em relatos de indivíduos em grupos destinados ao ID Jovem que já utilizaram o programa voltado à vagas em veículos de transporte interestadual e suas experiências.

Por ser um programa recente, pode-se refletir sobre a gestão, execução, funcionalidade e a realidade desse programa no âmbito do turismo e dentro da segmentação turística do turismo social, identificando quais impactos traz para a área e para seus beneficiários, pois o turismo social não é apenas um segmento, é uma forma de se praticar turismo com o objetivo de obter benefícios sociais.

Objetivos

Objetivo Geral

Dentro desse contexto, a pesquisa tem como objetivo geral investigar e analisar se o Programa Identidade Jovem é utilizado de fato por seus usuários como uma Política Pública de incentivo à prática do Turismo Social e Lazer.

Objetivos Específicos

- a) Pesquisar de forma quantitativa e qualitativa o uso do documento ID Jovem;
- b) Analisar os impactos do programa Identidade Jovem enquanto Turismo Social; e
- c) Relacionar a ID Jovem com as políticas públicas para a juventude e os transportes.

Justificativa

Indo na contramão do turismo convencional de natureza mercadológica que cresce a cada dia, o turismo social era um tema considerado “marginal” no que diz respeito às pesquisas acadêmicas. Nesse sentido, a partir do estudo sobre turismo social, percebe-se a partir da pesquisa de Almeida (2016), que até o ano de 2001, os estudos dessa temática eram muito escassos, sendo encontrado apenas duas teses defendidas na Universidade de São Paulo (USP), cuja instituição é referência e pioneira nos estudos de turismo no nível de pós graduação, e ao ampliar sua busca para além da USP encontrou mais três produções, sendo duas de mestrado e uma de doutorado.

Mais de duas décadas depois, pode-se dizer que a realidade não é mais a mesma, e que hoje o turismo social é um tema em ascensão e abordado em diversas perspectivas. O autor (*Op. cit.*) já apontava um momento oportuno para o desenvolvimento de pesquisas na área, além de que o turismo social é o responsável por possibilitar a prática do turismo para segmentos da população de baixa renda, ou populações vulneráveis que pudessem ser impossibilitados de praticar o turismo devido às condições econômicas.

Os grupos economicamente desfavorecidos sentem de forma mais intensa os benefícios resultantes da prática do turismo do que a população em geral (SHAW; COLES, 2004; SMITH; HUGHES, 1999). O sentir mais intenso ocorre porque as famílias de baixa renda estão sujeitas a situações de estresse, desgaste, estão expostas à escassez de recursos, e isso contribui para que o indivíduo tenha o emocional afetado e esses fatores irão influenciar na capacidade de lidar com a adversidade em questão, pois o foco está em lidar com a carência de oportunidades e recursos.

Um dos benefícios advindos da prática do turismo com a intenção de combater a exclusão social, são os aprendizados que a atividade proporciona. A possibilidade de poder conhecer um lugar novo, cultura, tradições, e estar em contato com o desconhecido são um dos exemplos de motivação turística. Beard e Wilson (2002) salientam que a aprendizagem pela experiência envolve a pessoa como um todo, através do despertar conjunto de pensamentos, emoções e atividade física, tornando-se mais efetiva que outros processos de aprendizagem (LIMA, 2011; EUSÉBIO, 2011; VARUM, 2011).

Diante desse contexto, para que a atividade turística ocorra, é fundamental que o país desenvolva e administre o setor do turismo, em que o Estado é o responsável por criar, articular e gerir políticas públicas que garantam a mediação na fruição entre o turismo e a sociedade. Porém, é necessário que o planejamento das políticas públicas seja estruturado e que sua implementação se dê de forma alinhada conforme os objetivos, metas e o orçamento público (federal, estadual e municipal) que é destinado ao setor, cujo foco é buscar garantir o bem estar social da população que depende dessas políticas públicas para ter a possibilidade de usufruir de um (ou mais) benefício(s) ou programa(s).

É notório que uma vez que a implementação de uma política pública envolve diferentes níveis de governo, a implementação pode ser complexa pois o controle torna-se difícil de ser obtido, mas apesar das dificuldades, é nas políticas públicas de turismo que o Estado deve trabalhar para tornar possível o encontro de um leque de oportunidades e experiências, “para Balastreri (1997) apud CARVALHO, 2000, p. 107), ‘o turismo é uma das alternativas para reduzir a exclusão social, uma vez que oferece novas oportunidades de investimentos e empregos para uma massa crescente de desempregados que o mercado formal não absorve’”.

Portanto, o documento ID Jovem é o objeto escolhido para estudo do presente trabalho e possui relevância em ser analisado pois é uma ferramenta facilitadora para que jovens de baixa renda tenham acesso a descontos na compra de passagens interestaduais, e este fato já é uma alternativa para que uma viagem saia por um valor mais econômico ou acessível.

Além disso, é impossível realizar um deslocamento a partir de um núcleo emissor para um receptor, quer seja turístico ou não, sem utilizar um ou mais meios de transportes. Então, é evidente que sem um meio de transporte, não existiria atividade turística, sendo assim, o setor de transportes é fundamental para que o turismo ocorra.

Sendo assim, ao afirmar que “No Brasil, o ônibus está em primeiro lugar como forma de transporte rodoviário, apenas uma pequena parcela da população possui veículo particular” (SILVA; BORGUETTI, 2011, p. 2) é possível fazer uma ponte e relacionar esse meio de transporte (ônibus) e modal (rodoviário), com o benefício ID Jovem pois o mesmo disponibiliza desconto em ônibus convencional para viagens interestaduais, garantindo duas vagas com 50% de desconto e duas vagas com 100% de desconto por ônibus.

É válido ressaltar que o ônibus rodoviário comporta um maior número de passageiros, possui flexibilidade de horários, roteiros, e também facilita a interligação com demais meios de transportes, observando a grande utilização deste meio de transporte para a realização de viagens turísticas,

(...) Os ônibus oferecem a possibilidade de deslocamento de um maior número de pessoas, quer em serviços regulares ou fretados. No caso dos serviços regulares, oferecem comodidade para aqueles que não queiram dirigir seus próprios veículos (...). Ademais, em função de transportar várias pessoas ao mesmo tempo, sua tarifa pode ser menor do que de uma viagem de automóvel realizada apenas por uma ou duas pessoas. Já no caso dos serviços fretados, os ônibus oferecem grande flexibilidade de roteiros para o transporte dos passageiros que encomendaram seus serviços (PALHARES apud SILVA; BORGUETTI, 2002, p. 3).

Logo, a notória importância dos transportes para a atividade turística, juntamente de políticas públicas efetivas para os jovens, é o que busca-se analisar no presente trabalho e assim observar que tipo de relação se dá, ao incluir o documento ID Jovem como estudo de caso.

Os dados do Brasil segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) em relação à juventude, apontam que cerca de 50 milhões de cidadãos são considerados jovens, o que corresponde a $\frac{1}{4}$ da população brasileira. (SILVA, 2016, p. 20). No entanto, deve-se salientar que o modelo de juventude adotado pelo Brasil, considera jovem os indivíduos da idade entre 15 a 29 anos, e é importante ressaltar que

As diferentes juventudes não são “estados de espírito” e sim uma realidade palpável que tem sexo, idade, raça, fases, uma época que passa cuja duração não é para sempre, ou seja, uma geração. Depende, fundamentalmente, de suas condições materiais e sociais, de seus contextos, de suas linguagens e formas de expressão (CASTRO; ABRAMOVAY apud SILVA, 2016, p. 20).

Nesse sentido, pode-se dizer que a juventude, é a fase em que o jovem tem a possibilidade de ter um maior contato com culturas, grupos, comportamentos, e assim ir em busca de formar uma parte da sua identidade, que ocorrerá a partir das experiências que irá vivenciar. Desse modo, a ideia defendida por Abramovay e Castro (2015, p. 13) é de que a juventude

É uma construção histórica e social e não meramente uma condição etária, parte de um determinado ciclo de idade. Cada época e cada cultura postulam diferentes maneiras de ser jovem, sobre determinadas por dentro de situações sociais e culturais específicas.

Em suma, o presente trabalho pesquisou como o programa ID Jovem se estabelece entre os jovens, e obter dados que busquem averiguar a relação entre políticas públicas e transportes.

Metodologia

O método para realização da presente pesquisa é o exploratório, uma vez que

A caracterização do estudo como pesquisa exploratória normalmente ocorre quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada. Por meio do estudo exploratório, busca-se conhecer com maior profundidade o assunto, de modo a torná-lo mais claro ou construir questões importantes para a condução da pesquisa (RAUPP; BEUREN, 2006, p. 80).

Portanto, para que o objetivo geral seja verificado, a pesquisa exploratória será o método utilizado no presente trabalho, com o amparo das técnicas de observação direta extensiva, sendo utilizado o questionário estruturado. A pesquisa exploratória é realizada quando o tema do trabalho ainda é pouco abordado ou os estudos do respectivo tema ainda são recentes e passíveis de se obter continuação a partir do levantamento dos dados e informações advindos da pesquisa exploratória. Para Gil (2008, p. 27), “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Outra linha para compreender a abordagem que se dá na pesquisa exploratória é por meio da definição de que: “pesquisa exploratória: é toda pesquisa que busca constatar algo num objeto ou num fenômeno. Exemplo: saber como funciona a escolha de segmentos turísticos” (ANGELO, 2012, p. 145).

Para o desenvolvimento da pesquisa exploratória, é necessário utilizar uma técnica, que compreende-se por ser o conjunto de processos que se dão para chegar a um objetivo. Gil (*Op. cit.*) mostra que a parte prática da coleta de dados possui duas divisões, que são: a documentação indireta (que abrange a pesquisa documental e a bibliográfica) e a documentação direta.

A documentação direta possui duas subdivisões, no qual a primeira é a observação direta intensiva, que possui como técnicas a observação e a entrevista. A segunda subdivisão corresponde à que será utilizada no presente trabalho, que é a técnica de observação direta extensiva, sendo utilizado o questionário estruturado.

Para a realização do objetivo específico “onde se busca averiguar a respeito da utilização da ID Jovem” foi aplicado um questionário estruturado com questões quantitativas e qualitativas a fim de identificar o nível de informação que os indivíduos possuem sobre o documento.

Por sua vez, para o objetivo específico “analisar os impactos do programa Identidade Jovem enquanto Turismo Social” e para o objetivo “que analisa e conclui a ponte que se faz entre a ID Jovem, políticas públicas e transportes” foi utilizado o método análise de conteúdo para compreensão e descrição dos dados obtidos através dos resultados do questionário estruturado.

O procedimento qualitativo se refere à identificação de quais questões foram levantadas a partir da observação da relação entre o objeto de estudo e o indivíduo. Para Chizzotti (2006, p. 2), “o termo qualitativo implica uma partilha densa com pessoas, fatos e locais que constituem objetos de pesquisa, para extrair desse convívio os significados visíveis e latentes que somente são perceptíveis a uma atenção sensível”.

Angelo (*Op. cit.*, p. 164) explicita sua visão sob o discurso de Chizzotti (*Op. cit.*, p. 164) no que se refere ao procedimento qualitativo “Isso significa dizer que o sentido e os significados das relações entre os indivíduos e os objetos trazem em seu bojo questões pouco aprofundadas e que, mediante observações e pesquisas empíricas, acabam por significar algo mais denso.”

E ainda tem-se o procedimento quantitativo,

A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza técnicas estatísticas, ou seja, busca nos números as informações para entender e descrever processos e fenômenos. Usa para isso questionários, tentando agrupar o máximo de pessoas para a fidelidade da informação desejada (ANGELO; MELQUIADES, 2012, p.164).

Portanto, a aplicação da pesquisa do presente trabalho se deu por meio da divulgação de questionário estruturado através do formulário *Google Forms*, com perguntas objetivas e abertas, compondo questões de caráter qualitativo e quantitativo.

Antes da divulgação, foi realizado pré-teste com amostra de cinco indivíduos, identificando-se algumas lacunas no entendimento de algumas questões, assim como sequência das mesmas. Após análise das respostas, o questionário foi revisado e foi divulgada a 2ª versão do questionário, para coleta efetiva dos dados.

A divulgação se deu através do compartilhamento em mídias sociais sendo que no *Facebook* o questionário foi divulgado nos seguintes grupos: “ID Jovem Soluções”, “Turismo UFOP” e “Universidade Federal de Ouro Preto”. Na plataforma *WhatsApp* o questionário foi divulgado no grupo de alunos e ex-alunos do curso de turismo da UFOP, na rede de contatos da autora, sendo sinalizada a permissão de que os indivíduos poderiam também compartilhar com sua rede de contatos.

O questionário (APÊNDICE I¹) foi aplicado no formato virtual, através do formulário *Google Forms*. O roteiro do questionário foi elaborado a partir da metodologia *survey* (BABBIE, 2003), considerando 20 questões, compostas por 16 de múltipla escolha e quatro dissertativas. As temáticas das variáveis envolveram turismo, turismo social e aspectos socioeconômicos dos inquiridos.

O tempo de coleta foi de 30 dias, entre o dia 14 de abril e 14 de maio de 2022, sendo a amostra composta por 91 participantes. E, por fim, nas questões dissertativas, em que houve manifestação de opiniões com o construto de um argumento, optou-se por não se identificar os inquiridos por números, para se evitar cruzamento de opiniões. Tal decisão se deveu ao fato de não se ter autorização por comitê de ética em pesquisa da universidade - em função do tempo de pesquisa - e tampouco termo de consentimento e livre esclarecido. Ressalta-se que também que não houve coleta de e-mail do respondente, vinculando-se ao limite de uma resposta por inquirido.

¹ Disponível em:
<https://docs.google.com/forms/d/1Hb2qjqOBRKV8E-oSnD6_x0tgU9oCXsaGjdS60tTkkWA/edit>.
Acesso em: 15 maio 2022.

CAPÍTULO 1 - TURISMO, SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA E TURISMO SOCIAL

Para compreendermos o fenômeno do turismo é importante ressaltar que o turismo se dá de forma abrangente e logo, é perceptível a interdisciplinaridade da área, que permeia conteúdo, teorias e estudos abrangendo diversas áreas do saber. Então, é notório que o turismo ao se desmembrar para diversas áreas, detém mais de um “tipo”, conceitos e perspectivas que ao longo do tempo foram criados para atender às necessidades específicas de acordo com cada situação.

Nesse sentido, a fim de exemplificar algumas áreas que são englobadas pelo turismo, algumas são: ambiental, cultural, política, econômica, linguagem, marketing, entre outras. Mas entre todas as escolas dos saberes, o incrível fenômeno turístico, é estudado e analisado pelas ciências sociais.

Logo, o turismo está além de ser uma atividade simples de lazer, o turismo é um fenômeno social complexo e deve ser observado com um olhar sensível e presente para assim poder refletir todas as questões que compreendem o fenômeno turístico.

1.1 Turismo

Sendo assim, é necessário refletirmos acerca dos conceitos e expor a teoria de alguns autores para auxiliar na construção de uma estrutura coerente e unificada a nível global, que criem de fato um marco conceitual base de turismo. Portanto, para que possamos entender o que significa o turismo de fato, é necessário considerar perspectivas e definições de diversos autores e suas respectivas teorias a respeito da temática.

O pensamento mais comum que nos remete quanto ao significado de turismo, é o de que se refere a um momento em que um indivíduo busca por atividades de lazer, que estão diretamente relacionadas ao tempo que se passa fora da sua rotina e zona de conforto. Logo, o indivíduo se desloca de um núcleo emissor, até uma determinada região de destinação turística, sendo esse compreendido como o núcleo receptor.

Por meio da perspectiva de Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) se tem como base quatro elementos que devem ser considerados quando se busca definir o turismo em sua ampla abrangência, sendo eles: o turista, a empresa, o governo e a

comunidade receptora. Nesse sentido, Tadini e Melquíades (*Op. cit.*, p. 10) definem o turismo como “a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas ou visitantes”.

O turista, portanto, é o ator que irá em busca de viagens, com o objetivo de alcançar suas expectativas e obter experiências na realização da sua viagem. A empresa é quem representa o corpo que irá prestar o serviço para o turista e que obtém seu lucro por meio do turismo, já o poder público observa o turismo e desenvolve estratégias para ativar a economia local com interesse na entrada e movimentação da receita e arrecadação de impostos. Já a comunidade receptora percebe no turismo, uma oportunidade de gerar emprego e renda, criando oportunidades aos habitantes da cidade.

Os autores (*Op. cit.*), utilizam como base, três elementos para discutir reflexões teóricas como base do turismo: o homem, o tempo e o espaço. Em que, de acordo com o autor, sem essa tríade, não há possibilidade do fenômeno turístico se manifestar. Portanto, quanto aos três elementos se utilizam como base da discussão teórica sobre o turismo:

O homem é o sujeito da viagem, é aquele que é motivado a deslocar-se, toma a decisão e a realiza. Ele é o consumidor no turismo, que define para onde, quando, como ir para um determinado destino e por quanto tempo. Sem a decisão do ato de viajar, um destino é apenas um cenário a ser usufruído. Ele é o nosso cobiçado turista, e, por essa razão, temos que conhecê-lo cada vez mais, para poder atendê-lo de forma mais eficaz e satisfazê-lo (*Op. cit.*, p. 107).

A contribuição da perspectiva, ainda de acordo com eles, nos permite entender que o turismo só ocorre quando o homem tem a iniciativa de colocar um plano de viagem em prática. Apoiado em suas motivações, toma a decisão de viajar e conduz seus atos para que se pense no tempo em que irá ficar no destino, qual será a região a ser conhecida e assim então a viagem se concretiza, fazendo com que o indivíduo se torne um turista e também consumidor do turismo.

Já de acordo com Castelli (2001), ressalta-se que devido a Revolução Industrial, criou-se uma outra forma de lidar com o tempo. Por conta da grande mudança, da urbanização e da industrialização, passou a existir a necessidade de lazer, pois as horas de trabalho eram grandes e exaustivas, fazendo com que o trabalhador não tivesse tempo livre para ser aproveitado. Diante de tal problemática,

os operários se uniram e lutaram por seus direitos, e assim conseguiram conquistar o direito às férias e redução na carga horária de trabalho. Certamente, com a conquista do tempo livre, passou a existir a possibilidade de usufruir de práticas de lazer, sendo o turismo um dos fortes potenciais como opção.

Segundo a OMT (2021, s/i):

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que envolve o movimento de pessoas para países ou lugares fora de seu ambiente habitual para fins pessoais ou comerciais / profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não residentes) e o turismo tem a ver com suas atividades, algumas das quais envolvem despesas turísticas.

Já para o MTUR (2007, s/i) é o “conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros”.

Tadini e Melquíades (*Op. cit.*) evidenciam que, a partir do momento que o turismo possibilita a construção de relações entre turista e morador, é estabelecido o conceito de turismo como prática social e também cultural. Logo, o turismo para além de sua abrangência econômica, é visto também como um fenômeno social. Assim, quando se exerce o turismo em uma localidade e ocorre a interação com o povo que ali vive, relações são estabelecidas e conseqüentemente o destino, o turista e os moradores são influenciados.

Assim, é possível observar que o reflexo que o âmbito social gera nessa relação, contribui para o fenômeno do turismo tornando-o um fenômeno social além de um fenômeno econômico. A consequência dessa interação entre turista e morador, portanto, acarreta em mudanças que afetam em âmbito social e cultural o turismo.

Nos desdobramentos do seu estudo, Dall’Agnol (2012, p. 13) conclui que quando ocorre a presença de visitantes em uma comunidade, principalmente quando se trata de uma localidade turística, o comportamento de um turista/visitante quando se relaciona com um morador da comunidade, vai gerar um “efeito sobre o modo de vida e atitudes dos moradores locais” .

Desta forma, a troca que essa relação irá resultar corresponde a aspectos positivos e negativos referentes aos impactos que o turismo causa sobre o indivíduo e a comunidade local. Por exemplo, em estudo de Ross (2002) uma comunidade do

extremo norte da Austrália obtém como aspecto positivo quando existem mais oportunidades de emprego e sobre o lazer, enquanto os aspectos negativos envolviam o setor imobiliário, onde o preço da terra era alto tanto para comprar quanto para alugar.

Em outra abordagem mais ampla, o turismo se insere como uma prática sociocultural pois permite que o turista se insira no destino e assim, crie relações de troca entre moradores que ali vivem, e pessoas que visitam. Outrassim, Moesch (2002, p. 9) define que:

O turismo é uma combinação de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

O turismo está situado na área do saber referente ao campo das ciências sociais aplicadas, que por sua vez, implica na busca do conhecimento de aspectos sociais do mundo humano, onde o homem, se torna o sujeito dos estudos turísticos pois é a partir de sua interação com a infraestrutura e empresas do setor, que irá transformar o fato turístico em um fenômeno.

Husserl (2008), é um dos filósofos que irá abordar o estudo do turismo como um fenômeno. E para que chegue a tal ponto, o conceito de fenômeno o levou a uma tradição filosófica chamada fenomenologia, que possui um significado abrangente e compreende que o fenômeno “não é só o que aparece ou se manifesta ao homem em condições particulares, mas aquilo que aparece ou se manifesta em si mesmo, como é em si, na sua essência” (ABRAGNANO apud PANOSSO NETTO, 2005, p. 102).

É evidente que a dimensão do turismo vai além do âmbito econômico, o turismo deve ser concebido em sua totalidade e é notório que o fenômeno turístico é um fenômeno social. Vai além também de questões políticas e culturais de uma sociedade, pois está relacionado à experiência individual que cada pessoa vive quando pratica o turismo. Nesse sentido, o turismo uma vez que é reconhecido como um fenômeno, deve ser analisado sob a ótica das ciências sociais.

1.2 Segmentação turística

Uma vez que o fenômeno turístico permeia variados conceitos, há também tipos de turismo, que é melhor definido no que chamamos de segmentação turística. Segundo Barreto e Rejowski (2009), o surgimento dos primeiros estudos de segmentação turística ocorre na década de 1970. Estudos de Cohen (1972) identificaram quatro tipos de viajantes: “os de massa individuais; os de massa organizados; os exploradores e; os “perambulantes” (ANSARAH; PANOSSO NETTO, 2010, s/i).

A variedade dos tipos de turismo possui diferentes fatores para se levar em consideração, tais como:

[...] as características sociais, o âmbito geográfico, a faixa etária, o meio de transporte, o motivo da viagem, motivações culturais, motivações sociais e de comunicação, motivação de mudança de atividade e de paisagem, motivação de status e prestígio, motivações de diversão e relaxamento, motivações de segurança (TADINI; MELQUÍADES, 2010, p.193).

O objetivo da segmentação do mercado turístico, independente do destino é identificar pessoas com interesses e desejos similares, para que se tornem potenciais consumidores de um mesmo produto turístico. A necessidade de as empresas trabalharem por exemplo com a segmentação do mercado turístico, ocorre para que se conheça melhor o perfil do seu consumidor, para então poder ofertar melhores produtos e serviços, com intenção de cativar e atender às expectativas de seus clientes.

Quando se exerce o turismo, existem indivíduos e grupos com diferentes interesses e motivações que irão por sua vez, determinar um tipo de perfil de turista para cada tipo de turismo. Alinhado com o que se compreende acerca da temática, definições e conceitos sobre segmentação turística, cada indivíduo possui especificidades que em dado momento, irão se enquadrar em um grupo maior de pessoas com interesses específicos mútuos.

Por sua vez, Valls (1996, p. 167) ressalta o valor das diferenças que cada indivíduo detém:

A segmentação de mercado é a prova mais fascinante de que as pessoas são diferentes nos gostos, nas necessidades, nas atitudes, nos estilos de vida, na dimensão e na composição da unidade familiar. A segmentação é a participação imaginária do mercado em que a empresa deseja competir em vários segmentos homogêneos enquanto as necessidades e motivações de compra, que podem constituir grupos de potenciais compradores de

produtos. Na etapa de macro segmentação se identificam os produtos de mercado. Na etapa de micro segmentação se analisa a diversidade das necessidades e se identificam subconjuntos de compradores que buscam no produto os mesmos atributos.

Os segmentos turísticos priorizados pelo Ministério do Turismo (MTUR) em 2006 são: Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural e Turismo de Saúde. Embora atualmente, nota-se uma ênfase em três outros nichos de mercado: Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Geoturismo (MTUR, 2022).

Esta segmentação, ainda de acordo com o MTUR (2006), ocorre porque existe a prática de atividades, tradições religiosas, aspectos geográficos específicos, características históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais e determinados serviços específicos como os do setor de eventos, e também os de infraestrutura, referente à saúde e educação por exemplo, sendo esses os segmentos turísticos a partir da identidade da oferta. A segmentação da demanda é definida pelo grupo de consumidores, compreendidos por adolescentes, idosos, grupos religiosos, empresários, profissionais da área da saúde, pessoas com deficiência e outros.

A segmentação é, portanto, uma forma de organização do turismo com a finalidade de planejamento, gestão e mercado em que “os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda” (*Op. cit.*, p. 3) e ainda possuindo vínculo direto com estratégias e fundamentos de marketing.

Por meio da documentação de uma perspectiva e olhar internacional, observa-se que as discussões acerca dos diferentes tipos de turismo, eram debatidas antes da 2ª Grande Guerra Mundial. Porém no Brasil, somente na década de 1990 que a temática passou a ser abordada por estudos. Então, questionou-se o porquê o país tardou a abordar o tema, sendo explicado que a abordagem tardia se deu pelo lento desenvolvimento do turismo nacional e:

Ao próprio ritmo do desenvolvimento do turismo nacional e à capacidade dos estudiosos de turismo do país em compreender as mudanças sociais e econômicas pelas quais o turismo passou desde a década 1970, período em que se intensificaram as campanhas de marketing turístico do Brasil no exterior (ANSARAH; PANOSSO, 2010, s/i).

Os estudos brasileiros eram dependentes das fontes e estudos estrangeiros quando o assunto se tratava de segmentação turística. Hunzicker (1967) aborda

sobre jovens e turismo social em seus estudos, sendo esse, um dos segmentos do turismo. O autor argumenta e nos fornece como exemplo o caso em que desde 1939 a Caixa Suíça de Viagem oferecia um cheque em que o objetivo era atender o público que tinham menos condições sociais, reduzindo os custos das prestações turísticas.

Agora por meio da perspectiva e ótica nacional, é evidente que os autores brasileiros, mesmo que com preocupação e iniciativa tardia nos estudos, foram capazes de destrinchar com excelência a segmentação turística, permeando suas diversas categorias e evidenciando que a obra mais completa publicada no Brasil, com 119 segmentos (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009), de acordo com as bases de segmentação: idade, meio de transporte, economia, duração de permanência, condições geográficas do destino, motivação da viagem, entre outros.

1.3 Turismo Social

Partindo da abordagem por meio do viés social do turismo, temos como exemplo o segmento chamado turismo popular, que é

caracterizado pelos equipamentos e serviços mais simples, todavia com conforto, com preços mais acessíveis, principalmente para estimular o turismo entre os jovens e os idosos. Destacam-se como equipamento colônias de férias, albergues da juventude (TADINI; MELQUÍADES, 2010, p. 194).

Além do turismo popular, no presente trabalho, é de suma importância o segmento do turismo social, que é caracterizado em um dos seus aspectos pelo “financiamento ou incentivo às férias por parte de órgãos públicos e empresas privadas” (*Op. cit.*, p. 195).

Alguns autores citam o Serviço Social do Comércio (SESC) como exemplo nacional da prática do turismo social, por ser uma instituição que trabalha de forma consolidada com esse segmento nacionalmente (ALMEIDA, 2016; FARIAS; PIMENTEL, 2020; NEVES; GRACIANO, 2021).

É fato que em nossa sociedade existe desigualdade social e que os povos menos favorecidos enfrentam dificuldades em seu dia a dia nos mais variados ramos que permeiam uma sociedade. Porém, é dever do turismo social pensar em formas de incluir o cidadão juntamente com suas especificidades, na fruição do turismo independente das dificuldades.

O Turismo Social se desenvolveu na Europa em meados do século XX, com o objetivo de promover e levar oportunidades de lazer para o maior número de pessoas possíveis, que se encontram em uma classe social menos favorecida, buscando atender as necessidades de férias desses cidadãos de acordo com suas especificidades.

A descrição de turismo social por Beni (*Op. cit.*, p. 421) se dá como aquele que é “fomentado com objetivo de facilitar o turismo interno das classes menos favorecidas economicamente”. É importante também destacar o discurso da declaração de Montreal que ocorreu em 1996, no Congresso Internacional de Turismo Social (BITS), que registrou: “todos os seres humanos têm direito a descansar, a um tempo de ócio, a um limite de horas trabalhadas e a férias pagas”; “o objetivo primário de todas as iniciativas de desenvolvimento turístico deve ser a realização plena das potencialidades de cada indivíduo, como pessoa e como cidadão” (MTUR, 2006).

Embora o conceito de turismo social tenha o objetivo de levar até o cidadão oportunidades de fruição do turismo, é evidente que existem muitas dificuldades particulares na vida e trajetória de cada pessoa que se encontra em situação de baixa renda, em classes sociais menos favorecidas ou demais situações de vulnerabilidade social. O Código Mundial de Ética do Turismo (OMT, 2000) nos mostra que o turismo social tem “por finalidade promover um turismo responsável, sustentável e acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos”. Ressalta-se a atenção para o uso das palavras “escolhas sociais”, para refletir sobre o enunciado “escolhas sociais de todos os povos” *versus* “a realidade em que os mesmos se encontram”.

Em outro documento, o MTUR (2010) entende que deve ser o agente incentivador enquanto representação do Estado, para que a participação de órgãos federais, empresários do setor privado ocorram e possibilitem o acesso ao turismo, para que os indivíduos possam recuperar, de certa forma, a ascensão sociocultural e econômica.

No turismo social existe uma ótica sob o viés de três atores do turismo, sendo eles: o turista, o prestador de serviços e o grupo social de interesse turístico. O turista que pratica o turismo social é, em geral, o indivíduo ou grupo que têm suas possibilidades de lazer limitadas, pois é um sujeito cuja renda é insuficiente para

exercer a experiência turística. Sendo essa a clássica abordagem do turismo social, responsável por intermediar viagens de lazer para a população vulnerável e menos favorecida.

Assim, o prestador de serviços possui seu foco em pequenos ou microempreendedores, e também nos trabalhadores que são possíveis de inclusão social através das oportunidades que a atividade turística proporciona, é o intermédio da atividade de lazer com a inclusão do turista que é vulnerável financeiramente. Já os grupos sociais de interesse turístico têm como foco a condição social e cultural que determinado grupo possui, o que será observado é “a conservação do patrimônio cultural e natural e social da população local é um dos temas desenvolvidos sob esta abordagem” (*Op. cit.*, p. 6).

O turismo social não faz parte somente do conjunto de segmentos turísticos, ele vai além, sendo uma das formas de se praticar o turismo, que tem como objetivo obter benefícios sociais independentemente da estratificação social e seus mais variados motivos. A base do turismo social é promover possibilidades e oportunidades de forma que se tenha a inclusão de indivíduos no exercício da atividade turística. Assim, “Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão” (*Op. cit.*, p. 6).

Promover a igualdade de oportunidades é o desafio que o turismo social enfrenta. A sua função é focar em efetivar condições que favoreçam o exercício da cidadania, e uma vez que o acesso é facilitado e incentivado à seu público alvo, temos o aspecto humano ligado diretamente à busca por formas mais justas de poder exercer direitos individuais e coletivos.

O Brasil e a Europa sofrem com o desinteresse da academia pela temática do turismo social. As discussões são recentes, mas são de grande contribuição para o meio acadêmico, sendo a França que chama atenção e se destaca como um dos países mais importantes na discussão e desenvolvimento do turismo social, seguida do Reino Unido². Minnaert *et al.* (2013) afirmam que há maior discussão e desenvolvimento sobre o turismo social a partir do mesmo ano, acredita-se devido ao engajamento do setor público, privado e de ONGs (Organizações Não Governamentais) que pesquisam e se envolvem com o tema.

² O Reino Unido é formado por Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte.

Com a expansão das pesquisas sobre turismo social, ocorre mais engajamento por parte do setor público, privado e de ONGs em atividades de pesquisa. Além da expansão na área acadêmica, há a produção de relatórios e análises de mercado produzidos por organizações de âmbito internacional e nacional, como por exemplo a Organização Internacional do Turismo Social (OITS) e a União Nacional das Associações de Turismo (UNAT) respectivamente. Porém existe uma lacuna entre a tradução entre essas duas formas de literatura, causando uma lacuna no conhecimento sobre a área.

Retomando-se a questão da baixa renda do público-alvo do turismo social, a Organização das Nações Unidas (ONU, 1990) define pobreza para além do conceito do que apenas ter um baixo nível de rendimento. O conceito de pobreza é abrangente e se estende para demais privações nos âmbitos do acesso à saúde, educação e informação, por exemplo. As consequências de passar e enfrentar essas privações irão impactar diretamente na capacidade do indivíduo exercer seus direitos.

Uma vez que a Constituição Federal (BRASIL, 1998) garante direitos sociais básicos à população, dentre outros, acesso à saúde de qualidade/bem-estar, segurança, e lazer lazer Porém, se acentuam as desigualdades em tempos de crise, como a sanitária-econômica - e que impacta o turismo - que o mundo vive atualmente (SILVA; SILVA, 2021).

Esta crise sanitária se deve à pandemia da Covid-19, um vírus que afetou toda a humanidade, com milhões de mortes, fechamento de fronteiras, desemprego, inflação, entre outros impactos negativos, dentre eles:

O setor turístico sofreu um intenso impacto devido à necessidade de isolamento social; conforme pesquisa realizada pela Organização Mundial do Turismo [UNWTO, 2021], devido à pandemia, 96% dos destinos adotaram restrições. As medidas de isolamento social contribuíram para o fechamento de centros comerciais, fronteiras, instituições de ensino, atividades turísticas e serviços não essenciais, levando à crise econômica de muitos setores, inclusive do turismo (GÖSSLING; SCOTT; HALL, 2020 apud NEVES; GRACIANO, 2021, p. 2).

Por conta do alto risco de transmissibilidade da Covid-19, foi decretado por todo o mundo medidas de quarentena e isolamento social, que como consequência pode-se afirmar que o setor do turismo foi também um dos afetados, pois uma vez que não é possível se deslocar e interagir socialmente, o turismo não existe. (NEVES; GRACIANO, 2021, s/i)

A partir da compreensão de que o cerne do turismo social é promover oportunidades para todos e buscar alternativas para os desafios que surgem, é pertinente analisar os impactos advindos da pandemia, visto que anteriormente à ela sempre existiu o cenário de desigualdade social.

Em teoria, cabe ao governo a responsabilidade pelo planejamento, execução e promoção de políticas públicas sustentáveis, que cumpram o objetivo de levar o acesso ao lazer para a população menos favorecida economicamente, e é por meio do turismo social que se dará o desdobramento dessa relação

Portanto, os governos têm como dever possibilitar o lazer à população, especialmente para classes sociais de menor poder aquisitivo (Côco, Emmendoerfer & Jacques, 2013). Corroborando, a OMT (2009), no Código de Ética Mundial para o Turismo, no Art. 7, sobre o direito do turismo, afirma que "o turismo social, sobretudo o turismo associativo que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao lazer, às viagens e às férias, deverá ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas" (p. 10). Portanto, a existência do TS ambiciona tornar essa realidade possível, oferecendo meios de lazer para este público, a fim de realizar um turismo inclusivo e sustentável (*Op. cit.*, p. 4).

Dada a importância que o Estado deve desempenhar uma vez que é o agente responsável pelas políticas públicas que envolvam o turismo social, é importante ressaltar que para que o turismo ocorra, ele certamente está ligado com questões que envolvem a mobilidade urbana. Os deslocamentos obviamente não acontecem somente para o nicho turismo, é evidente que é um meio necessário em qualquer movimentação que precise te levar de um lugar à outro, mas dentro do turismo, existem especificidades que irão influenciar na escolha de um modal de transporte, nas condições que seu modelo de viagem requer, e demais necessidades de um indivíduo quando se trata de transporte.

1.4 Deslocamentos, Mobilidade e Transportes

Palhares (2002) ressalta que de forma intuitiva, entende-se que a maioria das pessoas compreendem percebem a relação existente entre transportes e turismo. Nesse sentido, é evidente que para se fazer uma viagem, se locomover ou alcançar um destino turístico, é preciso utilizarmos um ou mais meios de transporte para assim fazê-los, e então, são identificados por quatro modais: rodoviário, ferroviário, aéreo e hidroviário, respectivamente sendo o automóvel, trem, avião ou navio como exemplos de cada modal.

Sendo o transporte o responsável pelo deslocamento de turistas e indivíduos de núcleos emissores e receptores, é evidente que permite a acessibilidade ao destino, e por sua vez desempenha o papel de facilitador para desenvolver qualquer destinação turística.

Para Paolillo e Rejowski (2006, p. 7), “a origem do transporte é somente uma suposição”. Parece ter surgido a partir da necessidade humana de facilitar seu trabalho físico, sobretudo no transporte de cargas, progredindo para a locomoção de seres humanos com o passar do tempo”.

Pela ótica da teoria dos sistemas, o transporte configura-se por um sistema próprio, e a respeito de sua estrutura entende-se que “O sistema de transporte turístico é a estrutura composta por serviços e equipamentos de um ou mais meios de transportes, necessários ao deslocamento dos turistas e viajantes em geral entre núcleos emissores e receptores e dentro dos mesmos” (*Op. cit.*, p. 12).

A fim de se tornar possível o deslocamento, é indispensável o uso de um ou mais modais de transportes quando se realiza uma viagem ou até mesmo em atividades do cotidiano, o bom desenvolvimento de plano de transportes em um destino, é muito importante para a boa circulação e bom funcionamento da mobilidade entre os indivíduos:

Entretanto, não seria exagero enxergar pontos de conexão entre a situação dos transportes (e de uma vida que tende à urbanização completa, numa acepção lefebvriana) e as questões do turismo presentes e futuras. Afinal, já não é sem tempo de superarmos a visão de que o turismo se constrói, simplesmente, a partir do ‘sistema de turismo’, de Neil Leiper. Se as pessoas viajam de e para lugares, é preciso (é urgente!) entender o que se passa nestes espaços de destino – por exemplo, no que diz respeito às mobilidades. Por isso mesmo, os transportes não deveriam ser enquadrados apenas quando tratamos das ‘rotas de trânsito’, senão também como tema central para o planejamento das destinações turísticas (LOHMANN *et al.*, 2013, p. 664).

Ainda em curso, a mobilidade é algo que já pertence à discussão e interesses em outras áreas do saber como: engenheiros, urbanistas, geógrafos, sociólogos e planejadores, deixando evidente que o simples ato de se movimentar em qualquer condição ou diante de qualquer motivo, torna-se um objeto de observação interdisciplinar.

É válido ressaltar que os transportes não englobam apenas turistas, mas sim, todo indivíduo que exerce locomoção por meio de qualquer modal, portanto:

Entretanto, tanto o agente de viagem quanto os planejadores de transporte e turismo poderão muitas vezes estar lidando com viajantes que não são turistas (como no caso do diplomata que adquire uma passagem aérea para uma missão no exterior). Ainda assim, a importância destes viajantes, embora não classificados como “turistas”, não deve ser desconsiderada (PALHARES, 2002, p. 24).

Sendo assim, fica evidente a importância dos transportes e seus modais, pois se trata de um assunto de mobilidade urbana e ordem pública, pois dependemos diretamente dele para nos locomover, independente da questão turística.

1.4.1 Modais de Transportes

Os modais (ou modos) de transportes se referem de qual forma e tipo de locomoção que podemos utilizar para nos deslocar de um lugar até o outro. Para cada tipo de viagem, será demandado um modal de transporte que seja adequado à necessidade que cada viagem precisa. Os meios de transporte vão variar de acordo com a via de tráfego, tecnologia, capacidade de carga, terminal, meios de propulsão e capacidade de passageiros.

Para o turismo, é necessário levar em consideração as vantagens e desvantagens de cada modal para as viagens turísticas, podendo contar com certa influência de variáveis que podem criar outros pontos fortes e fracos. À medida que se torna uma necessidade ter opções de locomoção por meio dos modais transportes, é preciso ponderar qual opção melhor se encaixa em cada necessidade.

O modal aeroviário por exemplo, é mais utilizado e sugerido quando o destino está a uma grande quantidade de quilômetros (km):

No transporte aéreo as vantagens são a de uma via sem barreiras e a velocidade superior à dos outros modais. Torna-se, assim, adequado para deslocamentos acima de 500 quilômetros, viagens sobre terrenos acidentados ou também pequenas viagens nas quais se justifique. Suas desvantagens estão na necessidade de grandes áreas terminais que podem estar distantes das destinações a que servem, e em ser um meio de transporte caro quando comparado a outros (PAOLILLO; REJOWSKI, 2006, p. 19).

No transporte ferroviário, a ferrovia é o elemento central do modal, e nele é possível o transporte de pessoas, mercadorias, minérios, containers com grãos etc. É utilizado no Brasil também para fins turísticos (FERREIRA; BASSI, 2011), a exemplo do trem da Vale, que liga Minas Gerais ao Espírito Santo.

No transporte ferroviário as vantagens são a alta capacidade de transporte de passageiros, estações na área central das cidades, e a possibilidade de se contar com facilidades especiais sobre o material rodante, como vagões-restaurantes, vagões-refeições, vagão-dormitório, vagões panorâmicos para rotas cênicas, etc. As suas desvantagens estão no alto custo de instalação e de manutenção da via, e, conseqüentemente, na pouca flexibilidade do itinerário. Adequado para viagens de 200 a 500 quilômetros (PAOLILLO; REJOWSKI, 2006, p. 20).

Considerando-se a água como meio natural do modal hidroviário:

e especificamente no marítimo, a principal vantagem é a via sem barreiras, complementada pelo alto grau de conforto, entretenimento, alojamento, alimentação, etc. Como desvantagens tem-se a sua velocidade, pois é um transporte mais vagaroso quando comparado ao transporte aéreo, e na localização de seus terminais, nem sempre próximos aos centros emissores. Daí o desenvolvimento de cruzeiros marítimos em regiões com vários destinos turísticos próximos, como o Caribe e o Mediterrâneo (*Op. cit.*, p. 18).

Existem além dos cruzeiros marítimos, opções de transporte e entretenimento hidroviário como os *ferry boats*, opções de passeios lacustres, lanchas, barcos, e também “modernas embarcações como os *hydrofoils* e *hovercrafts*, que são uma tentativa de combinar as vantagens da navegação aérea e da hidroviária no transporte de superfície” (*Op. cit.*, p. 18).

De acordo com Ferreira e Bassi (*Op. cit.*), o Brasil tem uma matriz de transportes prioritariamente rodoviarista, todavia tem uma certa multimodalidade, em especial na região centro-sul e no litoral próximo as capitais, conforme se pode observar em mapa multimodal do Ministério da Infraestrutura (MINFRA) (Figura 1).

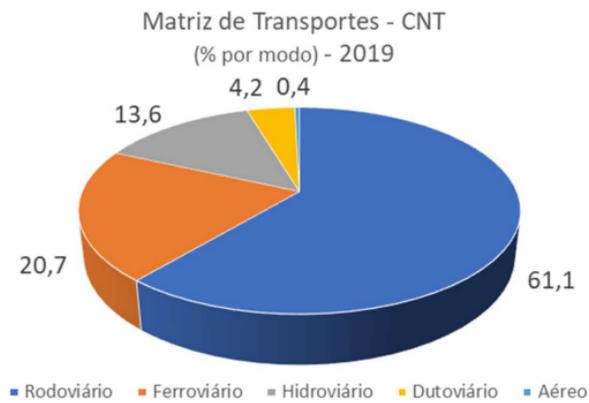
O referido mapa pode auxiliar para uma melhor integração dos modos de transporte (incluindo o ativo considerando uma mobilidade urbana mais justa), ao se considerar a matriz de transportes brasileira, tipicamente rodoviarista, conforme gráfico da Confederação Nacional do Transporte (CNT, 2019) (Figura 2), um descompasso para um país de dimensões continentais e rica rede fluvial para o modo aquaviário e planícies para o ferroviário.

Figura 1: Mapa Multimodal do Brasil.



Fonte: Minfra (2016).

Figura 2: Matriz de Transportes Brasileira.



Fonte: CNT (2019).

Uma vez que os modais de transporte são essenciais para que ocorra o deslocamento de um ponto a outro, a ID Jovem vai se valer do modal rodoviário para que as viagens se realizem (ID JOVEM, 2018).

Modal Rodoviário

Observando o modal rodoviário através de uma perspectiva nas experiências do nosso cotidiano, notoriamente é utilizado e o mais prático quando se trata de deslocamentos, sendo uma de suas vantagens para isto, a “mobilidade porta a porta” (PALHARES, 2002; PAOLILLO; REJOWSKI, 2006). Considerando-se o desenvolvimento tecnológico, as modalidades de empresas de transportes vem passando por mudanças, como plataformas colaborativas, a exemplo do das tecnologias disruptivas dos tradicionais, dentre outros, serviços de transportes: táxi (Uber)³, grupos de carona (Bla Bla Car)⁴, empresas de ônibus convencionais (Buser)⁵, veículos elétricos (VAMO)⁶, dentre outros.

No modal rodoviário se utiliza como transporte carros particulares e ônibus de linhas regulares ou fretadas, e também a opção *rent a car* que consiste no aluguel de carro em agências especializadas. O automóvel particular possui algumas vantagens, sendo a independência de horários e trajetos uma delas, permitindo aos seus proprietários privacidade, conforto e acesso direto do local de origem, ao destino final. De acordo com Palhares (*Op. cit.*) é utilizado para trechos de menor distância, que devido a sua velocidade operacional em torno de 80km/h a 110km/h atende bem trechos curtos, porém, também é utilizado em alguns casos, para trechos de longa distância, mesmo que em alguns casos possa levar alguns dias.

Com foco no modal rodoviário no meio de transporte coletivo rodoviário, encontram-se as seguintes categorias: urbano, suburbano, convencional, leito e executivo. A operação das linhas de ônibus são classificadas em: “linhas municipais urbanas e rurais, num único município, linhas intermunicipais, atendendo a dois ou mais municípios, linhas interestaduais, atendendo a dois ou mais estados, e linhas internacionais, ligando o Brasil a países da América Latina” (PAOLILLO; REJOWSKI; 2002, p. 66).

³ A Uber é uma plataforma que conecta usuários a motoristas parceiros, uma opção de mobilidade a preços acessíveis que funciona em uma plataforma prática (UBER, 2022). <https://www.uber.com/br/pt-br/>

⁴ Blablacar é um aplicativo para a busca de caronas e viagens de ônibus (CanalTech, 2020). <https://www.blablacar.com.br/>

⁵ Plataforma que intermedeia viagens entre as pessoas que querem viajar e as empresas de fretamento executivo oferecendo uma alternativa mais barata (BUSER, s/i) <https://www.buser.com.br/>

⁶ Iniciativa para promover a mobilidade urbana sustentável através de uma rede de compartilhamento de carros elétricos, disponibilizados na cidade de Fortaleza (VAMO Fortaleza, s/i). <http://www.vamofortaleza.com/>

Já o transporte rodoviário, é caracterizado por deter uma maior flexibilidade e podendo ser feito por meio de um automóvel particular, de empresas, mas uma desvantagem é que não atende a uma grande quantidade de pessoas em escala como o modal aéreo por exemplo.

Essa flexibilidade do transporte rodoviário possibilita sua integração a outros modais de transporte, fazendo com que a viagem frequentemente comece ou termine com o rodoviário, também utilizado nos deslocamentos dentro dos núcleos receptores. Tal combinação com o fato de os veículos rodoviários poderem transportar somente um reduzido número de passageiros e ter relativa morosidade, fazem-no particularmente adequado para pequenas e médias distâncias. Suas desvantagens são o congestionamento em períodos de pico, na alta estação, e a baixa capacidade de passageiros perante outros modais (*Op. cit.*, p. 19).

Este modo possui acessibilidade e por isso, compreende boa parte da rede de transportes, servindo também como um modo de interligar outros meios de transportes. Em relação a esse modal no turismo, Palhares (2002) afirma que possibilitou que um maior número de viagens pudesse ser realizado com maior frequência, onde alguns países, contam com o modal rodoviário como a primeira opção de transporte no segmento turístico.

Dentre os veículos, os ônibus têm destaque, que por sua vez, possibilitam o deslocamento de um maior número de pessoas de uma única vez, podendo ser em serviços regulares ou fretados. É utilizado por indivíduos que não queiram usar seu veículo particular para realizar uma viagem ou em casos que até não se possui um automóvel para se deslocar.

Palhares (*Op. cit.*) define que o transporte regular é aquele que possui linhas e horários pré-definidos com acesso público e que independentemente do número de passageiros, possuem saídas previstas. Quanto ao transporte, o ônibus é um tipo de serviço privado, sendo assim, é aquele que:

[...] pode ser dividido em fretamento fechado, quando um ou vários ônibus são alugados por um grupo de pessoas previamente determinado, ou em fretamento aberto, no caso das excursões rodoviárias em que uma empresa aluga o ônibus e vende pacotes turísticos para viajantes que não necessariamente se conhecem previamente (*Op. cit.*, p. 206).

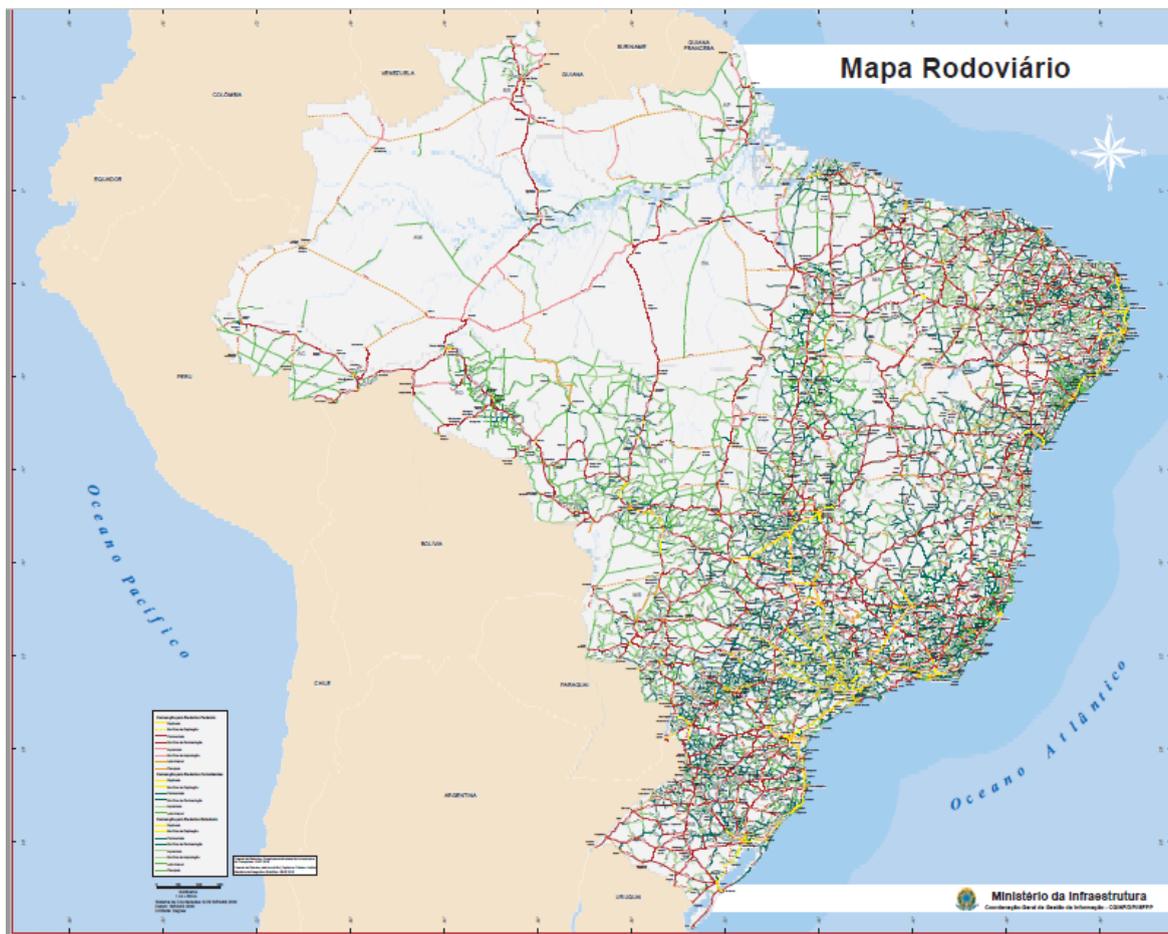
Ainda de acordo com o autor (*Op. cit.*), a história do rodoviarismo brasileiro começa a ser escrita quando se inaugura a estrada União Indústria em 1981. Sua construção se iniciou no mês de abril de 1856, com a presença de Dom Pedro II, sendo a primeira estrada com sistema de calçamento composto de camadas de

pedra de brita, possuindo 114 km de extensão, interligando os estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Atualmente, a importância que os automóveis possuem para o turismo é grande, mas o mau estado de conservação das estradas brasileiras, afeta diretamente de forma negativa, o turismo. Algumas estradas também passam por problemas de infraestrutura e má condições de sinalização e segurança, afetando tanto o turismo doméstico como o turismo receptivo. Para ele (*Op. cit.*, p. 229), também chama atenção para o fato que “o turista internacional sente-se pouco atraído a alugar veículos no país para conhecê-lo, optando por utilizar outro modo de transporte ou simplesmente escolhendo outro destino turístico que apresenta melhores infraestruturas de acesso”.

Assim, o Brasil possui uma vasta rede interconectada de vias do modal rodoviário (Figura 3), que facilitam o desenvolvimento de serviços relacionados ao modal, como o benefício do ID Jovem para viagens rodoviárias.

Figura 3: Mapa do Modal Rodoviário do Brasil.



Fonte: Minfra (2020).

Segundo a Associação Brasileira das Transportadoras Rodoviárias Interestaduais (ABRATI), o setor rodoviário detém aproximadamente 90% das viagens nacionais, sendo assim, é considerada a modalidade mais importante de transporte de passageiros em solos brasileiros. Porém é preciso analisar melhor estudos que visam avaliar o fluxo turístico em rodoviário em ônibus regulares e fretados buscando qualificar e quantificar dados referente aos mesmos.

A literatura em turismo reconhece a importância dos transportes como um fator significativo e que contribui para o turismo no mundo todo, sendo datado no contexto histórico “(navios e trens a vapor no século XIX, carros e ônibus na década de 1950 e aviões a jato após os anos 1970)” (PALHARES, 2005, p. 649). Além disso, é notório a partir do mapa de Minfra (2020), o quanto o modal rodoviário se estende e atende o extenso território brasileiro.

CAPÍTULO 2 – POLÍTICAS PÚBLICAS E TRANSPORTES: O CASO DO ID JOVEM

2.1 Políticas Públicas e Turismo

Considerando a criação da Identidade Jovem que é voltada para o público jovem de baixa renda, é necessário dar um passo atrás e ressaltar os estudos sobre Turismo Social e Políticas Públicas para a Juventude no Brasil, e também, trazer dados sobre a população jovem brasileira. De acordo com os estudos de Silvia e Andrade (2009), as Políticas Públicas de Juventude no Brasil surgem a partir de 2004, após diálogos entre governos e movimentos sociais quanto à necessidade de implementar políticas públicas inclusivas no país.

A Política Nacional de Juventude no Brasil possui como antecedente a característica de ser um período que as ações da ONU tiveram baixa repercussão quanto a formulação de programas ou órgãos específicos para esse grupo populacional jovem, sendo compreendido o período entre 1985 e ao longo da década de 1990 (SILVIA; ANDRADE, 2009).

Os últimos dados que o Brasil possui são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) através do censo demográfico de 2010, em que a população jovem brasileira é distribuída por sexo e grupos de idade, totalizando 51,3 milhões de jovens entre 15 a 29 anos. A escolaridade é um fator que ao se observar, identificamos que a maioria dos jovens, sendo 46,3%, concluiu apenas o ensino médio, enquanto 35,9% se formam até o ensino fundamental e apenas 16,2% alcançam o ensino superior.

É importante ressaltar que essas questões influenciam diretamente a empregabilidade do jovem, pois o mercado de trabalho exige experiência, formação qualificada e nível de conhecimento em áreas específicas que a empresa demanda. Nesse sentido, a Federação do Comércio do Estado de São Paulo (FECOMERCIO-SP) aponta um estudo divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) em 2016, com a informação de que os jovens entre 14 e 24 anos foram os mais atingidos pelo desemprego, evidenciando que

Em decorrência da recessão que o Brasil enfrenta, empresas cortaram investimentos e enxugaram seus quadros de funcionários, optando por manter a mão de obra experiente e qualificada. A situação diminui o poder de consumo dos mais jovens e põe em xeque a sua formação e inserção no mercado de trabalho formal. (FECOMERCIO-SP, 2017)

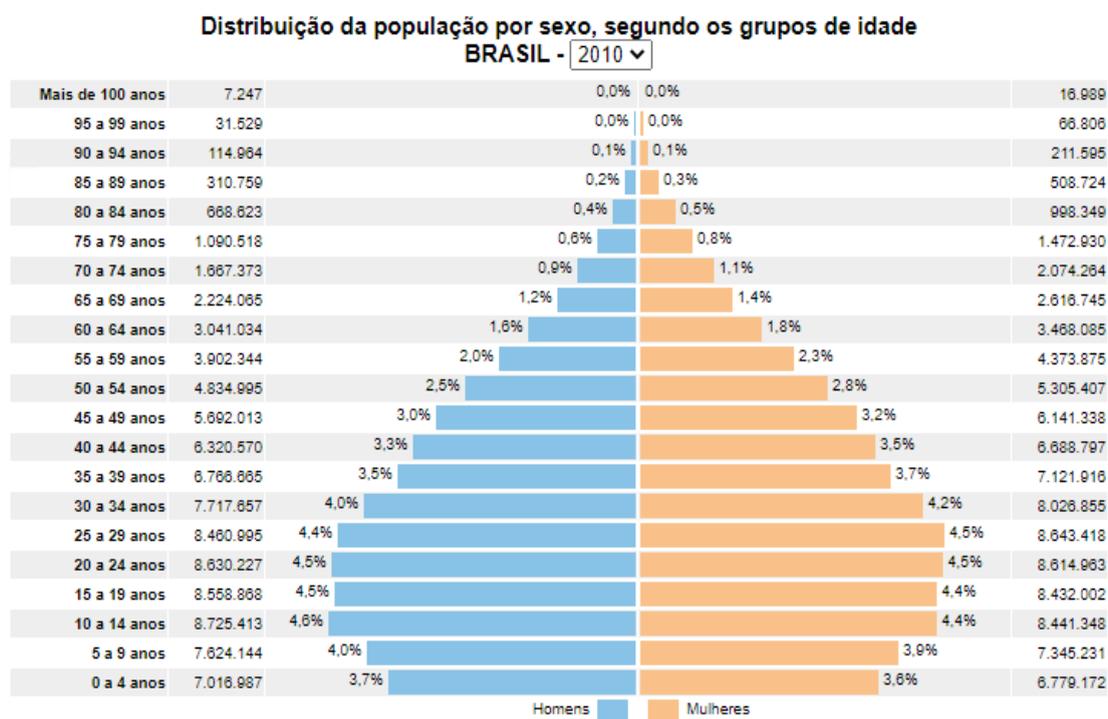
Por conta da ascensão do tema “juventude” no contexto social, cultural e político, a temática é crescente também no campo acadêmico, e vem sendo estudada por diferentes perspectivas teóricas e metodológicas. O ponto de vista de Abramo (2005) *apud* Trancoso e Oliveira (2016), aponta que a sociedade coloca uma alta expectativa de que é no ciclo da vida da juventude que será desencadeado o processo de socialização, e que é este processo que irá preparar o jovem para a produção e reprodução da vida em sociedade.

Uma outra perspectiva interessante de se observar quanto à juventude, é de Furiati (2010) *apud* Trancoso e Oliveira (2016), que diz que a juventude irá se construir a partir de vivências nos meios sociais e das experiências que neste meio se estabelecem, e não necessariamente por passar por etapas e eventos.

Considerando-se a definição de jovem, pode-se observar melhor a distribuição da faixa etária entre os sexos da população brasileira (Figura 4). Neste sentido, para Trancoso e Oliveira (*Op. cit.*, p. 285) “a respeito da relação juventude e idade, a localização dentro de uma faixa etária identifica o ser jovem, mesmo que na academia e nos definidores de políticas públicas estejam claros os limites inferior e superior de idade”. Portanto, somente há cerca de 15 anos é possível precisar o marco do programa nacional para os jovens. Em 2005 é criada a Secretaria Nacional de Juventude (SNJ) com o objetivo de articular os programas federais de juventude que existem em órgãos do governo federal e o Conselho Nacional de Juventude (CNJ), que é o órgão de articulação entre o governo e civis, sendo consultivo e propositivo, e como resultado a Secretaria Nacional da Juventude criou programas emergenciais de transferência de renda voltados para os jovens.

Silva e Andrade (2009) mostram que o Brasil é visto como um país que ainda enfrenta desigualdades sociais. A trajetória de políticas públicas para a juventude ainda é curta e segue em avanço, porém, nota-se o esforço do âmbito federal para construção de políticas, sendo necessário que essa construção tenha como base, as problemáticas que os jovens enfrentam e demais entraves associados à esse grupo, sendo assim o jovem, o principal participante desse processo.

Figura 4. Gráfico de população residente, por sexo e grupos de idade.



Fonte: IBGE (2010).

Observando-se o gráfico, percebe-se que o potencial de uso do ID Jovem era de 51.340.473 de pessoas, o que representava à época 26,9% da população brasileira. A proporção de acordo com o sexo era de 25.650.090 masculino e 25.690.383, respectivamente 50% de cada.

Relacionando esse avanço com a compreensão do lazer como um direito social que deve ser atendido pelo Estado, cujo objetivo é garantir o bem-estar da sociedade civil, proponho o estudo do Programa Identidade Jovem para analisá-lo como uma política pública que atinja e incentive o cidadão jovem de baixa renda a usufruir de seus direitos.

2.1.2 Outras políticas públicas de fomento às viagens

Uma das frentes da administração pública do turismo pelo governo federal é o fomento por meio de programas. Dentre eles, o Viaja Mais Melhor Idade⁷, instituído em 2007 pelo MTUR, voltado para brasileiros acima de 60 anos que são incentivados a realizar viagens em períodos de baixa ocupação. Sendo assim,

⁷ Disponível em: <<http://www.viajamais.com.br/>>. Acesso em: 15 maio 2022.

incentivam o turismo interno e demais benefícios para o país (MTUR, 2009). Com a implementação do programa, destaca-se que

Durante os quatro anos da primeira edição do programa foram oferecidos pacotes turísticos com origem e destinos específicos e serviços diferenciados, segundo as necessidades do público idoso. Desse modo, se buscava alcançar dois objetivos: promover a inclusão social dos idosos e fortalecer o turismo dentro do território nacional (CARVALHO; SILVA, 2014, p. 29).

Outro programa, criado em 2022, é o “+ Crédito + Turismo”, via “disponibilização de crédito consignado, diretamente na agência de turismo ou qualquer outra empresa turística que celebrar convênio com a Caixa, para servidores públicos federais, aposentados e pensionistas”⁸.

Assim, observa-se outras linhas, como para idosos e servidores públicos federais, que não a de jovens, foco deste trabalho, que será melhor abordada a seguir.

2.1.3 O ID Jovem

A ID Jovem é atualmente dirigida pela SNJ, amparada pelas políticas do Estatuto da Juventude (ANEXO I), Lei nº 12.852 (BRASIL, 2013) dispendo os direitos dos jovens, princípios e diretrizes de políticas públicas de juventude. A ID Jovem foi criada no ano de 2015 (ANEXO II), lançada em 2016 e até o ano de 2018 foi administrada pela Caixa Econômica Federal. Posteriormente, foi denominado de Identidade Jovem 2.0 sob a administração da SNJ.

O benefício é destinado a jovens que possuem renda de até dois salários mínimos, que tenham de 15 a 29 anos de idade, e estejam inscritos no Cadastro Único do governo federal (CadÚnico) com informações atualizadas e Número de Identificação Social (NIS) ativo dentro do período de 24 meses. Atendendo todas as condições e requisitos para ter acesso ao benefício, o jovem pode realizar seu cadastro em um Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) e aguardar o prazo determinado para utilizar sua ID Jovem.

A ID Jovem garante que jovens de baixa renda tenham acesso a compra de bilhete de passagens interestaduais sendo duas vagas reservadas com 50% e 100% de desconto em ônibus convencionais (de linhas regulares), e podem também

⁸ Disponível em:

<<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-e-caixa-lancam-acao-para-facilitar-o-consumo-de-viagens-no-brasil>>. Acesso em: 15 maio 2022.

utilizar o benefício em eventos artístico-culturais e esportivos como, teatro, shows, cinema e demais atividades de lazer e entretenimento que aceitem a carteira.

Ao se pensar na ID Jovem como temática, é notório que os estudos sobre políticas públicas para a juventude quando são buscados, são recentes quando se trata desse programa e dessa política de juventude em si. Os estudos abordam outros temas e projetos de inclusão social no campo do turismo, como programas voltados à área da educação, por exemplo.

Quando o assunto é o ID Jovem, é evidente que os estudos científicos quando são buscados, encontram-se em fase inicial de publicação e divulgação científica em artigos e revistas, e então, os estudos sobre o ID Jovem começam a abrir espaço no campo acadêmico, e assim garantem seu espaço nas discussões dentro da área do turismo.

A divulgação e promoção da ID Jovem é feita por veículos jornalísticos, tais como canal oficial do governo (Figura 5), vídeos no *Youtube*, grupos do *Facebook*, *Instagram* e blogs. O governo federal brasileiro também atua na divulgação por meio de feiras de serviços prestados à comunidade, onde informam e orientam sobre os serviços públicos que dispõem.

Figura 5: Divulgação de dados do programa ID Jovem.



The image shows a screenshot of a news article on the gov.br website. At the top left is the gov.br logo. To the right are links for 'Órgãos do Governo', 'Acesso à Informação', 'Legislação', 'Acessibilidade', and 'Entrar'. Below the logo is 'Governo do Brasil' and a search bar with the text 'O que você procura?'. A breadcrumb trail reads: 'Notícias > Cidadania e Assistência Social > 2021 > 04 > Geração de carteiras do ID Jovem aumentou 52 vezes na atual gestão'. The main heading is 'JUVENTUDE' followed by 'Geração de carteiras do ID Jovem aumentou 52 vezes na atual gestão'. Below the heading is the text 'De janeiro de 2019 a março de 2021, total de documentos emitidos chegou a 1.7 milhão'. At the bottom left, it says 'Publicado em 27/04/2021 14h28'. At the bottom right, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

Fonte: Brasil (2021).

Dessa forma, estamos diante de dois meios de divulgação: um informal, que se dá por meio de redes sociais, virtuais, televisivas e o meio formal se dá através do governo por meio de ações em postos qualificados do Centro de Referência da Assistência Social (CRAS) ou em ações estratégicas.

No entanto, é importante pesquisar amplamente se o público alvo a que este programa é destinado, possui consciência da existência da ID Jovem, e a partir disso, elaborar um levantamento que mostre se o cidadão conhece o programa, e em casos afirmativos, por qual meio se deu esse conhecimento.

Em abril de 2021 o Governo do Brasil divulgou a notícia de que o acesso à geração da carteira ID Jovem teve um aumento, e que o total de documentos emitidos chegou a 1.731.057 pessoas, em especial de baixa renda (Figura 6), segundo os dados do relatório da SNJ, do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH).

Figura 6: Manchete da entrevista do governo federal sobre ID Jovem.



Fonte: Brasil (2021).

Também informam e anunciam uma nova versão do aplicativo ID Jovem com previsão para Junho de 2021, tendo esperança que a nova versão alcance mais jovens, e então, a titular da SNJ, destaca que

Desde 2019, atuamos no aprimoramento do sistema de tecnologia e tratamento do banco de dados do programa. O novo app trará uma série de novas funcionalidades, como divulgação de notícias sobre programas do Governo Federal ou relacionadas à inclusão produtiva e social do jovem de baixa renda e a emissão de mais de uma carteira digital por aparelho. O app também será disponibilizado para o sistema IOS, já que atualmente está disponível somente para Android (COELHO, 2021).

Apesar do crescimento no número de jovens cadastrados, esse dado quando comparado com o número de jovens brasileiros que a faixa etária do ID Jovem abrange, segundo o IBGE (2010), ainda é evidentemente baixo, então é preciso averiguar quantos jovens inscritos no CadÚnico o Brasil possui, e relacioná-los com os cadastros ativos da ID Jovem, pois assim teremos uma visualização melhor da distribuição de dados, disseminação e utilização do documento digital.

A SNJ anunciou na entrevista em Julho de 2021 a nova atualização do ID Jovem, que se materializa por meio de um aplicativo para *smartphones* e explica que algumas funcionalidades que não existiam antes, foram incluídas. O aplicativo passa então a incluir de forma concentrada, todas as informações úteis entre governo e juventude, e torna possível que todos os jovens, mesmo aqueles que não atendam ao critério da renda, tenham acesso ao aplicativo e não somente os usuários da ID Jovem. Nesse sentido,

Por exemplo, informações dos ministérios de Ciência e Tecnologia, da Educação, da Economia, da Cidadania, tudo que tem a ver com juventude concentramos no ID Jovem. Transformamos ele em um grande hub de informação para todos os jovens do Brasil. Ele tem essa funcionalidade de gerar a carteirinha para aqueles jovens que atendem as condições e também vai ser uma grande forma de comunicação tanto da Secretaria Nacional de Juventude como do Governo Federal com todos os jovens do Brasil. (BRASIL, 2021)

A unificação de informações de diversos Ministérios dentro do aplicativo da ID Jovem, conseqüentemente traz mais possibilidades de acesso à informação que podem beneficiar os jovens brasileiros que buscam por oportunidades. Além das informações que contemplam o assunto da ID Jovem o aplicativo vai além e amplifica o conteúdo disposto

Sabemos que atualmente os jovens estão super conectados, mas essa conexão não necessariamente significa informação. Esse programa é muito importante para que os jovens, principalmente aqueles do CadÚnico, tenham acesso a esporte, cultura e lazer, mas não só o jovem do CadÚnico vai ser beneficiado pelo ID Jovem. Todo jovem brasileiro que queira ter a sua mão as informações de Governo Federal, de cursos, editais, vagas para mestrados, doutorados, tudo que a Secretaria Nacional da Juventude encontrar para beneficiar o jovem vai ser concentrado no ID Jovem (OP CIT., 2021).

O estado do Paraná no mês de agosto, através do setor de Coordenação de Políticas Públicas para a Juventude realizou ações de divulgação para o programa Identidade Jovem e realizou o cadastro de mais de mil jovens aptos para obter o benefício (Figura 7). Os mutirões foram realizados nos CRAS de regiões metropolitanas, e o secretário Ney Leprevost foi otimista em relação às ações, “A ideia é que cada vez mais jovens usufruam dos seus direitos. A meta do programa é garantir aos jovens de baixa renda acesso a benefícios relacionados ao direito à cultura, território e mobilidade” (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ, 2021).

Figura 7: Ação de divulgação do ID Jovem 2.0.



Fonte: Agência de Notícias do Paraná (2021).

Ter o direito de se beneficiar e usufruir da ID Jovem, faz com que um leque de oportunidades se abra e experiências possam ser vividas (Figura 8). Portanto, a contribuição dessa pesquisa para o meio acadêmico e também para a sociedade, é importante pois a ID Jovem é uma política pública que visa a inclusão do jovem desfavorecido economicamente a ter benefícios que podem ajudar a facilitar seu acesso ao cinema, a um jogo de futebol, ao teatro e também a uma viagem. Sendo assim, cria-se a existência de oportunidades para todos os jovens brasileiros.

Figura 8: Autora aguardando embarque com passagem adquirida com ID Jovem.



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2018).

Ao longo dos anos, a ID Jovem (Figuras 9, 11 e 13) passou por diversas transformações: na gestão, design, identidade visual, site e funcionalidades dentro do aplicativo. No ano de seu lançamento (2016), o logotipo era na cor verde e branco e o acesso funcionava por meio do aplicativo.

Figura 9: Primeiro logotipo ID Jovem.



Fonte: BemTv (2019).

Figura 10: Panfleto informativo Id Jovem.



Fonte: Secretaria da Cultura, Juventude, Esporte e Lazer de Sobral - CE (2018).

Posterior à primeira versão, houve a mudança para ID Jovem 2.0 que teve seu primeiro logotipo nas cores em tons degradê de rosa, vermelho e laranja e depois mudou para azul e amarelo no atual governo do Brasil (Figuras 11 e 13).

Figura 11: Logotipo versão ID Jovem 2.0.



Fonte: idjovem.juventude.gov.br (2021).

Figura 12: Divulgação ID Jovem versão 2.0.



Fonte: Prefeitura de Ribeirão Pires (2021).

A estância turística de Ribeirão Pires (SP), também disponibilizou um panfleto informativo referente à ID Jovem na versão 2.0. É importante ressaltar que não há mudanças quanto ao regimento do programa, pois ainda segue garantindo os mesmos direitos assegurados e estabelecidos por lei, o que muda é apenas o formato digital e visual.

Para compreender brevemente o significado e importância do que é uma identidade visual, irei tomar como base a empresa *Rock Content*, que foi fundada no

ano de 2013, e que presta serviços inovadores de marketing e alimenta seu blog com conteúdos da área. Portanto, define-se que “Identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que objetivam comunicar ao público a ideia, os valores, o propósito e a missão de uma empresa, produto ou serviço. Alguns elementos da identidade visual são: nome, slogan, cores, tipografia, embalagens e outras peças de divulgação” (RAMOS, 2019).

E então, em sua versão mais atual, o ID Jovem é divulgado novamente com outras cores e elementos em sua identidade visual. A versão ID Jovem 2021 traz as cores verde e amarelo em degradê, e disponibiliza a versão do aplicativo para os sistemas IOS e Android (Figura 13).

Figura 13: Logotipo ID Jovem versão 2021.



Fonte: Governo Federal (2021).

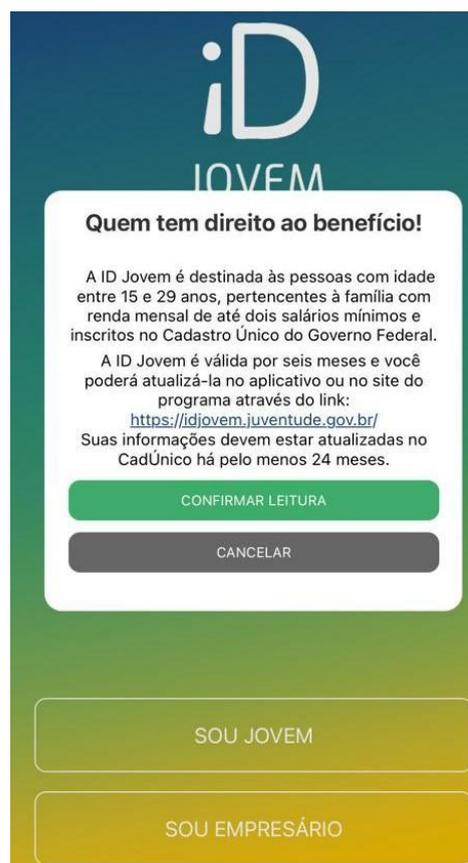
Além disso, traz também uma nova interface e funcionalidades dispostas dentro do aplicativo. O Governo Federal decidiu implantar e destinar junto ao aplicativo ID Jovem, outros setores para divulgar mais informações e conteúdo pertinentes aos jovens brasileiros. Independente de ter ou não direito e acesso à ID Jovem, será possível acessar o aplicativo para navegar nas informações nele dispostas.

Ao baixar e acessar o aplicativo ID Jovem na versão mais atual (2021), a primeira interface mostra duas opções: “sou jovem” e “sou empresário”. Ao clicar nelas, o usuário é direcionado para o conteúdo de acordo com seu perfil (Figura 14). O segundo passo (Figura 15) é fazer a leitura do informe que o aplicativo mostra, exibindo quem tem direito ao benefício e quais são as condições para obtê-lo.

Figura 14: Interface inicial ID Jovem.



Figura 15: Informativo ID Jovem.



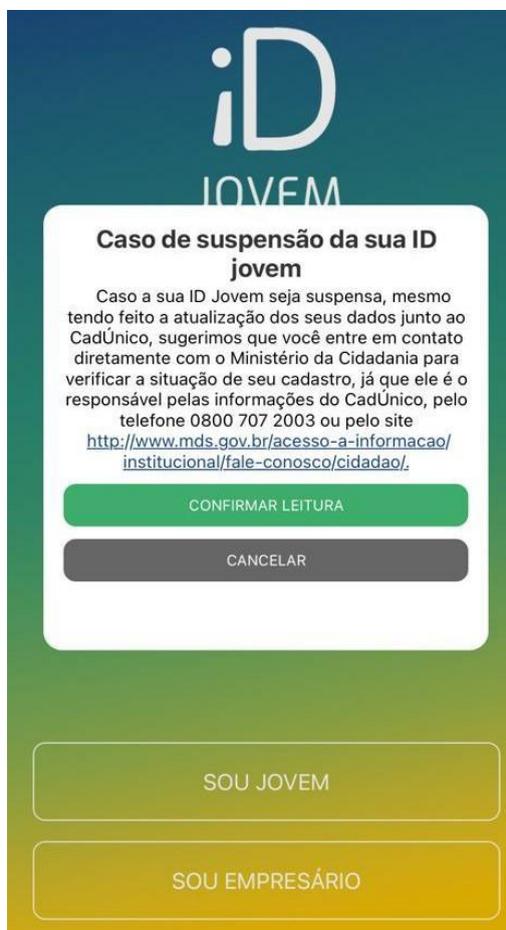
Fonte: Aplicativo ID Jovem (2021).

O aplicativo disponibiliza para o usuário um informe em casos de problemas com acesso ao mesmo ou em casos de suspensão de sua carteira mesmo em ocasiões que tenha sido atualizado o cadastro junto ao CadÚnico. Assim, sugere que o usuário entre em contato com o Ministério da Cidadania, que é o responsável pelo setor de informações do CadÚnico e disponibiliza site e telefone para contato. É evidente que ter essa informação em mãos e já dispostas ao acessar o aplicativo, é de suma importância para o jovem que pretende utilizar sua identidade jovem, pois caso ocorra algum problema, já saberá de qual forma é possível buscar suporte e por qual meio/plataforma de contato (Figura 16).

É importante ressaltar que o jovem que utiliza o aplicativo, necessita de um meio que o dê suporte, além do Ministério da Cidadania, pois o mesmo só responde somente às questões ligadas a cadastro e dados de seus usuários. Essa pesquisa também tem como objetivo, investigar a ID Jovem relacionando as políticas públicas para a Juventude e os Transportes. Quando ocorre algum problema algumas opções são válidas: procurar a ouvidoria da agência ou gerente/fiscal do guichê, ou

entrar em contato com a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) para que algum possível entrave, busque ser resolvido.

Figura 16: Informe do aplicativo ID Jovem em casos de suspensão.



Fonte: Aplicativo Id Jovem (2021).

A nova e mais atual versão do aplicativo ID Jovem 2021, conta com mais programas para a juventude, em que estão imersos na mesma plataforma digital, e alguns deles são: “Programas Horizontes Juventude Empreendedora”, “Disque Direitos Humanos”, “Ligue 180 Central de Atendimento à Mulher”, “Portal do Empreendedor”, “Centro de Integração Empresa-Escola”, “*Startup Point*”, “Questões Enem”, “Novo FIES”, entre outros.

Figura 17: Programas para a Juventude inseridos no aplicativo ID Jovem 2021.



Fonte: Aplicativo ID Jovem (2021).

É evidente que com o passar dos anos desde sua criação, o documento ID Jovem passou por várias transformações e assim segue com adaptações conforme decisões da gestão do governo que possui este benefício garantido por lei, em mãos. Sendo assim, espera-se que as mudanças sempre tenham como objetivo entregar e garantir serviço de qualidade para o(a) usuário(a) do ID Jovem.

CAPÍTULO 3 – OLHARES DO TURISMO ATRAVÉS DO ID JOVEM

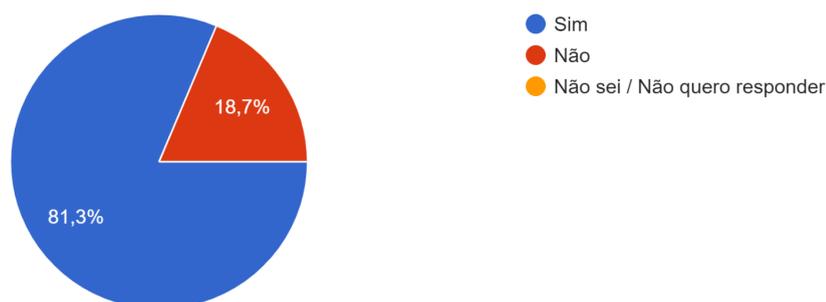
Conforme observado anteriormente, a juventude brasileira corresponde a mais de 20% da população, somando mais de 47 milhões de pessoas (IBGE, 2010), assim, possuem notória presença nos veículos de comunicação virtual. Mas, quem são esses jovens que também viajam? O presente trabalho buscou trazer respostas que auxiliassem a compreensão, por meio do estudo de caso do Programa ID Jovem e sua relação ainda com o segmento de Turismo Social, conforme se observará a partir de então.

O olhar dos “viajantes jovens” é a etapa essencial para que possamos analisar, a partir das respostas adquiridas através do instrumento de coleta de dados que foi aplicado no presente trabalho, a interpretação da relação que se dá entre os jovens quando experienciam, e estão em contato com uma viagem, tendo o foco voltado a quem utiliza a ID Jovem.

A primeira pergunta, a respeito do costume de viajar, a maioria dos respondentes (74) costuma viajar, enquanto que 17 não (Figura 18).

Figura 18: Gráfico a respeito da prática de viagens.

1) Você costuma viajar?
91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

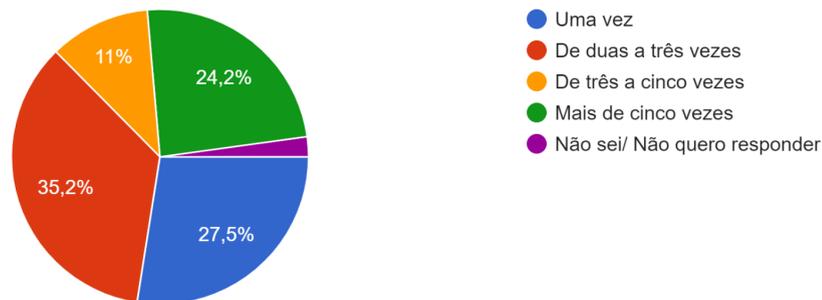
A segunda pergunta, se refere à quantidade aproximada de vezes que o inquirido viaja por ano (Figura 19). Obtivemos os dados de que maioria dos respondentes (32), viajam de duas a três vezes, seguido de 25 respondentes que viajam uma vez por ano, 22 respondentes que viajam mais de cinco vezes por ano,

10 respondentes que viajam de três a cinco vezes por ano, e 2 respondentes que optaram por não responder.

Figura 19: Gráfico a respeito da quantidade de viagens por ano.

2) Qual é a quantidade aproximada de viagens que faz por ano?

91 respostas



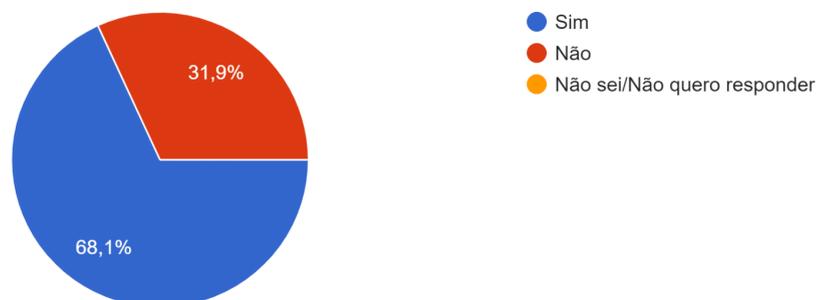
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Na sequência, questionou-se se já ouviram falar do programa ID Jovem (Figura 20). Cerca de sete em cada dez inquiridos já, enquanto que uma razoável parcela de respondentes, não. Isto poderia invalidar 30% do total de respostas, mas se preferiu manter, considerando-se o interesse dos mesmos de utilizar o programa, logo sendo usuários potenciais.

Figura 20: Gráfico referente ao nível de conhecimento do ID Jovem.

3) Você já ouviu falar do Programa ID Jovem?

91 respostas



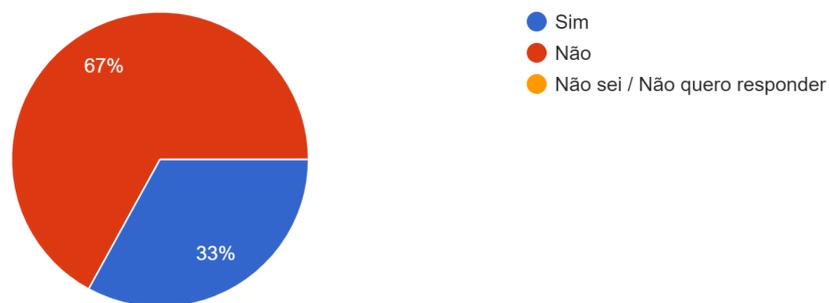
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A pergunta seguinte aprofundou as perguntas anteriores, para saber se o inquirido já realizou alguma viagem cuja passagem foi comprada utilizando o programa (Figura 21). E assim, obtivemos os dados de que a maioria dos respondentes (61) não utilizaram a ID Jovem para viajar, enquanto a minoria dos respondentes (30), utilizaram o documento para realizar sua viagem.

Figura 21: Gráfico referente a utilização do ID Jovem na compra de passagens.

4) Já viajou utilizando passagem pelo ID Jovem?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Questionados a respeito dos destinos que os usuários inquiridos já utilizaram, há uma diversidade de municípios (Figura 22) e estados (Figura 23). Nota-se que São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ) foram os principais destinos, seguidos por Belo Horizonte, Florianópolis, Curitiba, Maceió e Brasília. Quanto aos estados, há predominância de SP, seguido por RJ, MG, BA e AL. Tal dado não necessariamente condiz com o total de usuários do programa, haja vista que o direcionamento do inquirido se concentrou em grupos sociais da autora da pesquisa, logo em Minas Gerais e na região Sudeste. Todavia é interessante a utilização em destinos turísticos de sol e praia, em especial da região Nordeste, demonstrando, possivelmente, um perfil de turista de lazer e não necessariamente de estudos (migração pendular sazonal de férias da universidade para a residência da família, por exemplo).

Figuras 22) Nuvem de palavras de municípios; e **23)** de estados.



Fonte: Wordcloud (2022).

Ampliando-se o escopo para os meios de transporte utilizados, a maioria dos inquiridos (39,6%) utilizam o modal rodoviário para realizar suas viagens utilizando a ID Jovem, enquanto 5,5% utilizaram o modal ferroviário e apenas 2,2% o modal hidroviário. Este padrão ratifica a matriz de transportes brasileira, tipicamente rodoviarista (FERREIRA; BASSI, 2011).

É importante ressaltar que até o momento não é possível viajar com a ID Jovem utilizando o modal aeroviário, pois o benefício ainda não é ativo para este meio de transporte. O que ocorreu em 2018, foi uma breve discussão na Comissão de Turismo, sobre a ampliação do benefício para o modal aeroviário porém não se obteve continuidade nem permissão em relação a essa ampliação.

Em seguida, inquiriu-se qual a motivação que levou o inquirido a realizar uma ou mais viagens utilizando o ID Jovem (Figura 24).

Excluindo-se que a maioria (cerca de 40%) não soube ou não quis responder, observa-se que há uma tendência ao lazer enquanto motivação principal (cerca de 31%) , seguido de por estudos (cerca de 9%) e deslocamento para a realização de trabalho voluntário (cerca de 3%). Demais porcentagens indicam a opção de “visita aos pais”, e alguns participantes apontaram que “não se aplica” ou que não fazem uso do ID Jovem.

Figura 24: Gráfico referente à motivação da viagem utilizando o ID Jovem.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Na questão anterior pode-se fazer uma comparação com o turismo jovem, pois consiste em um modelo de viagem em que o jovem terá um orçamento mais controlado, e geralmente irá escolher opções mais econômicas de transporte, hospedagem, alimentação, e onde mais puder controlar seus gastos, para que a viagem possa render mais. Quanto à motivação, o que leva os turistas jovens a buscarem viajar, é poder ter contato com uma nova cultura, aprender uma nova língua, experienciar um trabalho voluntário, conhecer o estilo de vida local, fazer novos contatos, e até mesmo desempenhar atividades de estudo e/ou trabalho. (DEMETER; BRĂTUCU, 2014, p. 116).

Além disso observa-se também que a viagem de um jovem pode ter um roteiro mais maleável, ser planejada de forma independente ou organizada e com tendência a períodos mais longos do que breves, e assim, “(...) o turismo juvenil implica itinerários flexíveis, como jovens turistas consideram que as experiências mais memoráveis de viagem são aquelas que são inesperadas, e as melhores descobertas são aquelas que eles mesmos fazem” (*Op. cit.*, p. 116).

A questão anterior também pode ser comparada ao turismo social, pois o Código Mundial de Ética do Turismo, dispõe que o Turismo Social tem “por finalidade promover um turismo responsável, sustentável e acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos” (MTUR, 2006, p. 5).

E então, notou-se que na presente pesquisa, foi identificado que o lazer foi uma das vivências e motivações proporcionadas pelas viagens que foram feitas

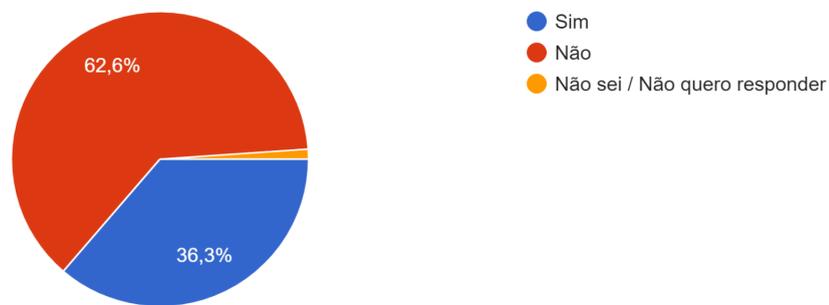
utilizando o ID Jovem, garantindo assim, a inclusão de um benefício social para o turista jovem através do que dispõe o turismo social.

Se já ouviu falar sobre turismo social, a maioria dos inquiridos (57) nunca ouviu falar e 33 já ouviram falar a respeito (Figura 25). O que demonstra que alguns exercem turismo social, mas a maior parte não possui conhecimento do que se trata esta segmentação do de turismo, mesmo que reconheçam o benefício que concede o desconto para que seja possível se deslocar de uma forma mais acessível.

Figura 25: Gráfico a respeito do conhecimento de turismo social.

8) Você sabe ou já ouviu falar a respeito de "turismo social"?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O turismo social aborda “as viagens de lazer para os segmentos populares e para a parcela da população que se encontra em situação de vulnerabilidade econômica” (MTUR, 2006, p. 6). Portanto, deve-se considerar também o acesso à informação para que esse direito chegue até às mãos de quem deve usufruir dos benefícios compostos neste segmento turístico. E então adentramos brevemente sobre a importância do marketing, pois é através dele que se estende a divulgação dos programas e políticas públicas que são destinadas ao público alvo. No caso do ID Jovem, é dar continuidade na disseminação de notícias e campanhas de cadastros para que cada vez mais, mais jovens tenham acesso e a comunidade deste nicho cresça.

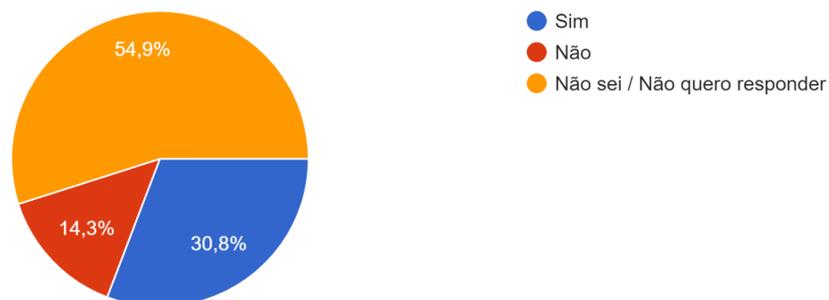
Correlacionando destinos e turismo social (Figura 26), a maior parte dos inquiridos (cerca de 55%) não soube ou não quis responder (reiterando o desconhecimento do tema, conforme pergunta anterior), mas cerca de um em cada

três inquiridos acredita que os destinos que já viajaram pela ID Jovem pode sim ser considerado turismo social. Para cerca de 15%, entretanto, não é. Neste momento, tende-se a interpretar que a parcela que considerou como turismo social suas viagens feitas pelo ID Jovem, podem envolver suas motivações e assim, assimila-se com o objetivo principal do turismo social, que são viagens feitas por um público alvo específico, em que as viagens são voltadas para lazer, contato com diferentes culturas, indo contra o turismo de massa ou quaisquer fins comerciais.

Figura 26: Gráfico referente a destinos e turismo social.

9) Você acredita que algum dos destinos que viajou pelo ID Jovem poderia ser considerado turismo social?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Desde 1948 o SESC desenvolve a prática do turismo social e exerce um papel fundamental no processo de lazer e descanso para o indivíduo da classe trabalhadora. Portanto, o estudo de caso desenvolvido na unidade SESC da 913 Sul, destaca que a instituição busca oferecer o melhor serviço possível no ramo do turismo social, e nos mostra que

Representado pelo Serviço Social do Comércio (SESC) no Brasil, tem a missão de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa. Com a proposta de evoluir do entendimento de Turismo Social, voltado para grupos de consumo específicos tais como, comerciários e pessoas da terceira idade e a facilitação de acesso às pessoas com menor poder aquisitivo para realização da prática do turismo (ASSIS, 2005, p. 47).

O estudo de caso aponta como proposta, a evolução do entendimento de turismo social e é de suma importância que essa segmentação do turismo seja mais

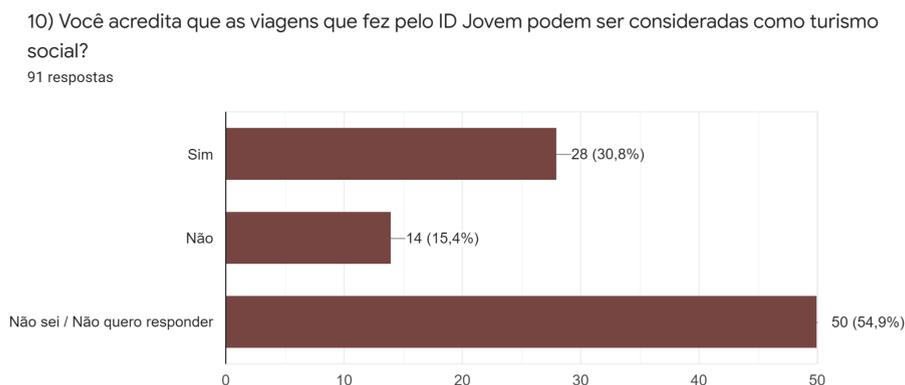
efetiva no acesso a informação para o público, e principalmente à aqueles que são do grupo de consumo deste setor, e assim

Um outro aspecto que foi observado durante a elaboração do trabalho acadêmico é a necessidade de inserir mais pessoas para a atividade do Turismo Social, graças ao visível crescimento de usuários. Ações como investir em divulgação nos lugares de grandes concentrações, utilizar a carteira de estudantes para obter descontos em albergues e repúblicas de estudantes, realizações de palestras sobre o tema Turismo Social, criar parcerias com orfanatos, asilos, e escolas públicas com o objetivo de promover e incentivar o Turismo Social a nível regional e nacional, ampliando o setor turístico a outros grupos e estratos sociais (ASSIS, 2005, p. 47).

Outro ponto importante para identificar a prática do turismo social, refere-se ao próprio julgamento do indivíduo sobre sua experiência diante de uma viagem feita utilizando o ID Jovem e as relações que se estabelecem a partir dessa viagem, com os objetivos e conceitos do turismo social, que será confirmado (ou não) mais à frente, na questão 11.

Em seguida, a pesquisa tentou identificar se o respondente acredita que a viagem que fez pela ID Jovem pode ser considerada turismo social (Figura 27). Os dados acompanham as questões anteriores, com uma leve diferença para mais tanto nos que não souberam ou não quiseram responder (cerca de metade dos respondentes), um terço afirmou que foi turismo social e para 14 respondentes que não.

Figura 27: Gráfico referente a viagens e turismo social.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A questão 11 propôs que o inquirido relatasse o porquê de acreditar que as viagens que fez utilizando o ID Jovem, poderiam ser consideradas turismo social e obtivemos os seguintes relatos dos inquiridos⁹:

Respondente 3: “Acredito que sim porque me oferece a possibilidade de ir a lugares que sem o benefício eu não iria. Fora que naturalmente, me hospedo e alimento em locais acessíveis a mim, então no geral, a experiência promove a minha inserção em viagens que incentivam a economia de pequenos e médios empreendedores do setor.”

Respondente 7: “Porque foi economicamente importante para minha viagem! Eu precisava conhecer outros lugares, além de visitar minha família, e isso foi proporcionado pelo ID Jovem, vejo esse programa como um incentivo ao turismo para pessoas com vulnerabilidade econômica como eu.”

Respondente 10: “Boa parte das passagens pelo ID Jovem foram para fazer vestibular ou visitar minha família nas férias da faculdade. As de férias creio que seriam turismo social, uma vez que para mim férias são lazer. Nunca utilizei de outras formas, pois não tive oportunidade ainda rs”

Conforme sugerido na questão, em mais relatos dos inquiridos, pudemos observar a inclusão de pelo menos um destino:

“A viagem para Maceió (e seus arredores) me permitiu conhecer uma cultura e geografia bem diferentes da minha. Além disso, tudo era diferente de como eu imaginava que seria pelos estereótipos passados pelas mídias. Pelo meu poder aquisitivo da época, a viagem não seria possível sem o benefício do ID Jovem” (Respondente 12).

“Considero minha viagem ao estado de Alagoas, pois graças à Id Jovem pude me conectar com a cultura, com o turismo de natureza e pude conhecer a praia pela primeira vez devido ao desconto que o documento me possibilitou ter na passagem, pois devido ao meu baixo poder econômico, dificilmente poderia me locomover para uma viagem desse porte” (Respondente 13).

“Porque é uma forma de incentivar o turismo nacional, muitas vezes sonhamos com o exterior e não conhecemos as belezas do nosso próprio país. As passagens mais baratas ou descontos do ID Jovem permitem com que muitas pessoas conheçam lugares até mundialmente famosos (como foi meu caso, conhecendo o Rio de Janeiro) e isso auxilia, inclusive, no sentimento e relacionamento de nós brasileiros com nosso país” (Respondente 15).

“Um dos destinos que utilizei o ID Jovem foi para São Paulo, acredito que sem esse programa seria inviável eu ter viajado, pois na época apenas estudava e não tinha condições de pagar passagem, mas tinha o desejo de viajar a lazer. Além de social, ele é inclusivo, entre as vagas reservadas para esse fim, estava eu e duas pessoas, uma sendo idosa e outro cadeirante, e com certeza fizeram a diferença para eles também. O

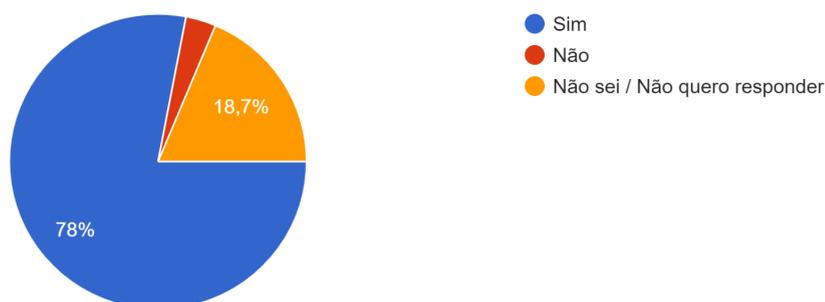
⁹ Os mesmos foram transcritos *ipsis literis*, sem correção da norma culta da língua portuguesa.

tratamento da empresa comigo foi igual aos outros passageiros pagantes” (Respondente 17).

Assim, buscou-se entender a percepção dos usuários quanto aos impactos turísticos positivos do ID Jovem (Figura 28).

Figura 28: Gráfico a respeito do ID Jovem e impactos positivos.

12) Você acredita que o turismo social e o ID Jovem podem gerar impactos turísticos positivos?
91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A 13ª questão solicitou ao inquirido que desse exemplos de impactos turísticos que acreditam que o turismo social e a ID Jovem poderiam gerar. Assim, abaixo temos alguns dos resultados e perspectivas dos inquiridos obtidos na pesquisa:

“Proporcionar uma maior experiência, ao maior número de pessoas possíveis. Lembrando que o ato de viajar, não está apenas ligado ao lazer, existe todo um contexto por trás disso. A viagem em alguns casos relaciona-se com a realização de um sonho, sacrifícios que são realizados com o intuito de custear esse momento. Por isso o ID Jovem é tão importante, encurtando assim a distância entre a pessoa e seu sonho” (Respondente 28).

“Maior possibilidade para que os jovens possam viajar, conhecer lugares diferentes, terem experiências legais, além de possibilitar também maior facilidade para estudo e trabalho” (Respondente 29).

Respondente 10: “No meu caso, durante a graduação, consegui visitar minha família e apresentar trabalhos em outros estados graças ao ID Jovem” (Respondente 32).

“Gerar oportunidade para que pessoas com baixa renda possam viajar e crescer culturalmente, ampliando suas experiências e conhecimento” (Respondente 35).

“O maior benefício é o intercâmbio cultural. Pessoas com menor poder aquisitivo, normalmente, são privadas de experiências desse tipo. Quando um programa como o ID Jovem é oferecido, a vida e a perspectiva dessas pessoas muda completamente através das experiências vividas” (Respondente 40).

“Proporcionar ao brasileiro viajar mais e assim conhecer melhor seu país” (Respondente 43).

“Possibilitar o deslocamento de baixo custo a destinos turísticos por todo o país, visto que temos uma grande área litorânea, por exemplo, ou de outros segmentos do turismo” (Respondente 47).

“O turismo tem a característica de gerar felicidade ao ser humano por sair da rotina e vivenciar o novo, mas muitas vezes algumas pessoas possui o sonho, mas não tem condições de bancar o transporte e os outros equipamentos turísticos do destino, então isso se torna uma realização para o viajante, além de movimentar o setor turístico do local” (Respondente 50).

Retomando a fala da primeira inquirida (“encurtando distâncias”), Peixoto (2018) observou em pesquisa de mobilidade da Copa do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil a importância da “conectividade das vias aos atrativos e serviços turísticos”, o que é corroborado por Paolillo e Rejowski (2006) como um dos fatores de escolha do modo de transporte. Há que se considerar ainda que esta conectividade depende também do poder público, como por exemplo a construção de terminais e vias que permitam a mobilidade, ou seja, o que Milton Santos (1994) chamou de fixos e fluxos respectivamente. Isto afetará diretamente o tipo de turismo, conforme observado por França Júnior (2014) quanto à mobilidade turística de Santa Catarina, predominantemente de motivação de negócios e eventos e de natureza.

Inquiridos quanto a exemplos de outros programas que utilizaram para viajar, além da ID Jovem, a maioria dos que utilizaram (29,5% não soube ou não quis responder e 14,3% não utilizou) citou: Buser (42,3%), seguido por SESC (12,8%) e Bla Bla Car, Carteira DNE e Wemobi (1,3% cada).

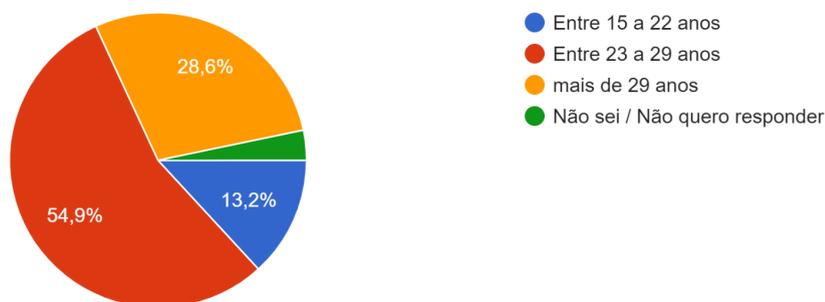
As empresas ou programas que foram utilizados além da ID Jovem a partir de exemplos citados pelos inquiridos foram: a empresa de viagens por meio de aplicativo chamada Buser, com 42,3% e SESC, com 12,8%

As próximas perguntas dizem respeito aos aspectos socioeconômicos dos entrevistados. A pergunta seguinte (Figura 29) é relacionada à faixa etária do inquirido.

Figura 29: Gráfico de idade dos usuários do ID Jovem.

15) Qual é a sua idade?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

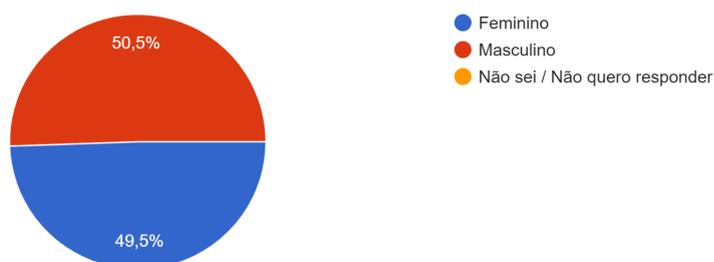
Predominantemente, temos 54,9% dos inquiridos correspondentes à faixa etária entre 23 a 29 anos, 28,6% com mais de 29 anos, 13,2% entre 15 e 22 anos e 3,3% que optaram por não responder. Assim, percebe-se que cerca de um em cada 10 usuários, têm idade acima do limite de permissão para o benefício (29 anos), demonstrando que utilizaram anteriormente. Em pesquisa de análise dos usuários de aplicativos de transportes, Gomes e Abreu (2019), citaram diversos estudos que o ciclo de vida afeta diretamente os deslocamentos das pessoas, incluindo o comportamento de viagens. Viero *et al.* (2016), ratificam essa ideia quanto à atração de jovens pelo transporte coletivo de passageiros por ônibus.

A pergunta seguinte (Figura 30), buscou identificar o gênero do respondente.

Figura 30: Gráfico de gênero dos usuários do ID Jovem.

16) Qual é seu gênero?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A pesquisa apontou um balanceamento entre os sexos (50,5% masculino e 49,5% feminino), chamando atenção não haver orientação sexual e identidade de gênero que divergem da heterossexual/cisgênero, conhecidas como LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais/travestis/transgêneros, queer, intersexuais e + sendo assexuais/aliados)¹⁰.

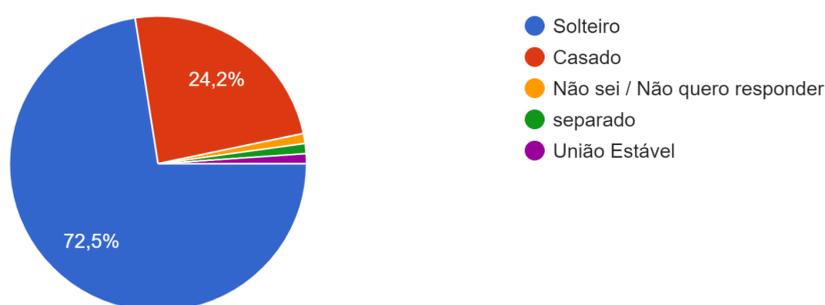
Quanto ao estado civil (Figura 31), a maioria dos respondentes (72,5%) é solteira. Chama atenção o casamento entre os jovens usuários, já que ¼ dos respondentes informou este estado civil. Santos e Jablonski (2009, p. 24) observaram uma “crise do casamento” entre os jovens, embora o público aparenta desejo de se casar. Pequena parte dos inquiridos não sabia, não queria responder ou era separado ou em união estável.

Apesar da Constituição (BRASIL, 1988) preconizar um Estado Laico, nota-se o estímulo a políticas públicas federais, vide Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, que tende à religião evangélica, que tem dentre seus princípios a constituição da família heterossexual e machista¹¹. Embora não houvesse questionamento à religião dos entrevistados, é uma correlação sugerida para continuidade dos estudos.

Figura 31: Gráfico referente ao estado civil.

17) Qual é o seu estado civil?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

¹⁰ Redutivo de LGBTT2QQIAAP.

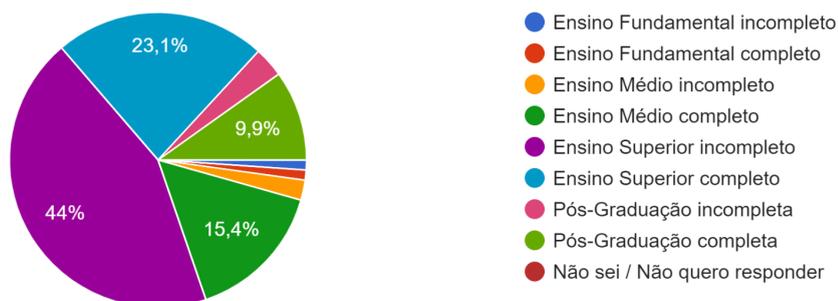
¹¹ Notícias diversas, tais como <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/06/ministerio-de-damares-estimula-formacao-de-casal-como-entidade-familiar.shtml> e <https://catracalivre.com.br/cidadania/para-damares-no-casamento-mulher-deve-ser-submissa-ao-homem/>. Disponível em: 29 maio 2022.

A décima oitava pergunta (Figura 32) foi referente ao nível de instrução do inquirido.

Figura 32: Gráfico referente ao nível de instrução.

18) Qual seu nível de instrução?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

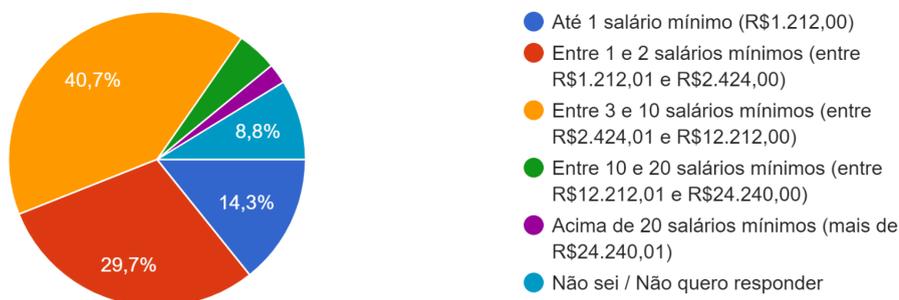
A maior parte dos respondentes (44%), possuem ensino superior incompleto, 23% possuem ensino superior completo, 15,4% ensino médio completo, 9,9% pós-graduação completa, 3,3% possuem pós graduação incompleta, 2,2% ensino médio incompleto e 1,1% correspondente a ensino fundamental completo e incompleto.

A pergunta 19 (Figura 33), corresponde a qual renda média familiar mensal, observando-se que a maioria (44%) corresponde à classe E, seguida pelas C e D (40,7%), 4,4% da classe B e 2,2% da classe A. Considerando-se a descrição da pergunta, 8,8% não soube ou preferiu não responder.

Figura 33: Gráfico referente à renda familiar.

19) Qual é sua renda média familiar mensal?

91 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quanto às sugestões à presente pesquisa, os inquiridos, houveram 23 respostas (25,2%), parte elencando dificuldades:

“(...) muitos acreditam que é uma das melhores ferramentas ou incentivos do governo, mas na verdade ele é bem complicado de usar, nem sempre tem para o período que você precisa, ou então não tem para todas as localidades do país, geralmente só tem para cidades grandes e também não são todas as empresas que trabalham com ele, às vezes trabalhando com dias da semana específicos para eles” (Respondente 77).

“(...) obrigada pelo trabalho sobre um assunto tão importante. Espero que vc mencione o fato de que a existência do ID Jovem é “escondida” da população, isto é, muitas pessoas poderiam ter e não têm. Tanto por não saber da existência, quanto por achar que é difícil adquirir” (Respondente 78).

Parte facilidades:

“O Programa iD jovem facilita muito Minha vida para visitar meus pais que estou longe por conta dos estudos” (Respondente 80).

Outros, sugerindo encaminhamentos:

“Espero que essa monografia, por meio da pesquisa, contribua e promova o acesso de jovens de baixa renda ao acesso ao turismo” (Respondente 83).

“O fortalecimento do ID jovem como aspecto positivo no impacto do turismo social no Brasil, acredito que seja uma boa temática para acrescentar na pesquisa” (Respondente 85).

“Pesquisa necessária e interessante à sociedade. Espero que se valorize ainda mais programas sociais e que estes se mostrem mais possíveis às pessoas” (Respondente 87).

“Eu adoraria que a idade limite deste programa fosse aumentada, pois por ter pouco divulgado anos anteriores pessoas como eu nunca usufruíram deste programa” (Respondente 91).

Pode-se observar a partir do olhar dos jovens, principalmente sob a ótica dos que já fazem ou fizeram uso do ID Jovem para viajar, que vários contextos foram apontados. Nos relatos que elencam dificuldades, podemos observar que em relação ao acesso ao bilhete interestadual, uma vez que pretende-se comprá-lo pelo ID Jovem, alguns entraves surgem. Por exemplo: as empresas devem disponibilizar no mínimo um ônibus com o tipo de serviço “convencional” por semana, sendo assim, algumas empresas atendem só o mínimo previsto pela ANTT, deixando reduzido os itinerários e ofertas de passagens para os jovens que pretendem utilizar o benefício para efetuar sua viagem. A Resolução nº 4770 (ANTT, 2015) dispõe que:

V - Frequência mínima: menor frequência estabelecida pela ANTT por mercado, por sentido e por empresa nos serviços interestaduais autorizados;

Art. 33. A frequência mínima dos mercados solicitados deverá ser de, ao menos, uma viagem semanal por sentido, por empresa.

Assim, para cada linha ou serviço autorizado e delegado pela ANTT, já estão definidas as frequências mínimas do convencional, sendo a empresa obrigada a cumprir somente o mínimo (ANTT, 2015). Quando questionados sobre o nível de conhecimento do ID Jovem no presente trabalho, obtivemos bons resultados em que a grande maioria dos respondentes (68,1%) possuem sim o conhecimento da ID Jovem, mas, é preciso pensar de forma abrangente para incluir quem ainda não possui conhecimento do benefício, e assim, disseminar de forma mais ampla a existência desse documento destinado aos jovens de baixa renda, para que assim, possa trazer vantagens e facilidades para a vida de quem utiliza o benefício.

Os encaminhamentos sugeridos, são de grande importância para a continuidade em próximos trabalhos e possíveis áreas de estudo que a ID Jovem possa ser tratada e discutida. É notória a importante consideração que o programa representa para quem a utiliza, e para quem compreende que é um caminho facilitador para a parcela jovem da população de baixa renda.

A área do turismo social é promissora, e é de suma importância que se dê a devida atenção e valorização por parte dos órgãos públicos, privados que nele se inserem e que seja acessado por quem realmente precisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa acadêmica, pudemos nos deparar com conceitos e informações importantes sobre o segmento turístico do turismo social, e a partir dele, poder ter um melhor embasamento em que pudemos conhecer melhor informações a respeito do ID Jovem, e também refletir sobre questões de políticas públicas no nosso Brasil. A pesquisa obteve êxito em identificar como o indivíduo reage quando questionado sobre o nível de conhecimento que possui em turismo social, e também para o ID Jovem, direcionando a coleta de dados para quem experiencia uma viagem com o ID Jovem.

Identificou-se que grande parte dos inquiridos não sabe o que é turismo social, logo, a pesquisa demonstrou que o público realiza turismo social, porém, não sabe do que se trata este segmento do turismo, e conseqüentemente, não tem consciência do que se está exercendo.

A partir dos resultados obtidos e coletados durante a pesquisa, foi possível relacioná-los com o turismo social e políticas públicas e portanto, obteve-se êxito em identificar que:

- as motivações de viagem destes usuários são o lazer, trabalho, estudos, visita à família, conhecer novos lugares, intercâmbio cultural;
- o ID Jovem possibilitou o acesso à experiências de viagens para indivíduos com menor poder aquisitivo, e que sem esse meio não conseguiriam realizar sua viagem;
- a divulgação do ID Jovem e do turismo social deve ser trabalhada pois identificou-se que uma parcela da população desconhece a existência desse benefício e segmentação turística;
- a importância do ID Jovem para quem utiliza é relevante pois permite que o indivíduo de baixo poder aquisitivo tenha uma opção que facilite o acesso e permita realizar uma viagem de baixo custo;
- o ID Jovem é um aspecto positivo na movimentação do turismo no Brasil;
- a importância do modal rodoviário como meio de transporte nos deslocamentos;

Como limitações, observa-se:

- não se efetivou a proposta inicial de entrevistar gestores privados de empresas de transportes e gestores públicos (Ministério responsável pelo ID Jovem, ANTT e outros órgãos governamentais);

- não se analisou a distância dos deslocamentos entre a origem e os destinos nem a frequência (se eram pendulares, por exemplo), ou mesmo se houveram destinos secundários e terciários;
- não questionamento de outros modais, como o transporte ativo (p.ex. caminhada, skate e bicicleta/patinete não motorizados), que poderia se relacionar à distância dos deslocamentos e repercutir em questões relacionadas ao sedentarismo e qualidade de vida;
- não inclusão de questões relacionadas à segurança das viagens, que poderia ser comparada com plataformas colaborativas como o Sisterwave¹² e o Worldpackers¹³, quanto ao sexo feminino e trabalho voluntário e estudos respectivamente.

O turismo social é o caminho capaz de possibilitar o acesso à atividades turísticas, realizar sonhos, instigar o interesse do jovem à prática de viagens, e proporcionar experiências para pessoas desfavorecidas economicamente. A existência de políticas públicas e programas voltados para os jovens, em específico no ramo do turismo, é fundamental para que se tenha garantia de direitos e fiscalização dos mesmos. O ID Jovem apesar de ter um ótimo planejamento e proposta, possui alguns entraves e dificuldades, como o acesso a informação da existência desse benefício aqui já discutida por exemplo, e por questões negativas levantadas nos relatos de experiência na coleta de dados da pesquisa, como a redução da frota e itinerários disponibilizados para usuários do ID Jovem, por exemplo.

O perfil do consumidor do ID Jovem, é um perfil de um viajante mais independente, que irá fazer uma viagem buscando meios econômicos em transporte, hospedagem, alimentação, lazer, e também pode se valer de uma rede de apoio pessoal caso necessite suporte durante a viagem. É notória também uma característica autônoma a respeito do planejamento da viagem, fazendo uso de ferramentas digitais, onde inclusive, algumas empresas já disponibilizam reserva de passagens destinadas ao ID Jovem online através do site, o grupo Expresso Guanabara é um exemplo.

Diante dessas questões aqui levantadas, deve-se cobrar dos órgãos responsáveis uma fiscalização mais rigorosa devido ao cumprimento de normas por

¹² <https://www.sisterwave.com/>

¹³ <https://www.worldpackers.com/pt-BR>

parte das empresas que devem oferecer as passagens com devida gratuidade, e também cobrarmos informações sobre estudos, reuniões e pretensões governamentais para identificar se há intenção de ampliar os benefícios do ID Jovem e reivindicar que as limitações do programa sejam discutidas.

Nesse estudo pudemos observar a importância do turismo social e a boa contribuição que o SESC exerce para a sociedade e também para o meio acadêmico, porém, notou-se que os estudos nesse campo voltados para o estudo de caso do ID Jovem ainda são recentes, e assim, se torna promissor para que mais trabalhos sejam executados no sentido de aprofundar os estudos dentro do segmento do turismo social se relacionando com o ID Jovem, visto que é um programa que movimenta o turismo jovem no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil**. Revista Brasileira de Educação, USP. 1997. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/rbedu/n05-06/n05-06a04.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2022.

ABRAMOVAY, Miriam; CASTRO, Mary Garcia. **Ser jovem no Brasil hoje: políticas e perfis da juventude**. Cadernos Adenauer XVI, 2015. Disponível em: <https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=55825619-323e-712f-2f0a-f7b2fb31b673&groupId=265553>. Acesso em 31 maio 2022.

Agência Câmara Notícias. **Transporte aéreo gratuito para jovens carentes divide opiniões em audiência pública**. 2018. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/538309-transporte-aereo-gratuito-para-jovens-carentes-divide-opinioes-em-audiencia-publica/>>. Acesso em: 25 maio 2022.

Agência de Notícias do Paraná. **Mais de mil pessoas aderiram ao ID Jovem no mês de Agosto no Paraná**. Disponível em: <<https://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=115148>>. Acesso em: 7 maio 2022.

ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo Social: Reflexões e práticas no Brasil**. Portugal, Revista turismo e desenvolvimento, 2016.

ANGELO, Elis Regina Barbosa. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012. Disponível em: <<https://canal.cecierj.edu.br/012016/7224507eaf37999da9f9a5674bd2647b.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2022.

ANTT – **Agência Nacional de Transportes Terrestres**. 2015.

ASSIS, Telma Monteiro de. **Turismo Social: um estudo de caso do sesc da 913 sul**. Centro Universitário de Brasília. Brasília. 2005. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/7421/1/20180237.pdf>>. Acesso em: 31 maio 2022.

BARCELOS, Janinne; OLIVEIRA, Frederico; LOZZI, Mariana; SHINTAKU, Milton. **Id Jovem: uma identidade da juventude brasileira**. Brasília. Ibict, SNJ, 2018.

BRASIL. **DECRETO Nº 8.537**, DE 5 DE OUTUBRO DE 2015.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 28 maio 2022.

CAIXA. **ID Jovem**. Programas Sociais Caixa. Brasília: Caixa Econômica Federal, 2021.

CARVALHO, Alan Francisco de. **Políticas Públicas em Turismo no Brasil**. Revista de Ciências Sociais, Sociedade e Cultura, v. 3, n. 1 e 2. Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2000. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/703/70312129006.pdf>>. Acesso em: 05 maio 2022.

CARVALHO, Fabíola Cristina Costa de; SILVA, Cássia Carolina Borges da. **O Turismo e a Renda dos Idosos: a experiência brasileira com o Programa: “Viaja Mais Melhor Idade”**. ABET, Juiz de Fora. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3040/1052>>. Acesso em: 12 maio 2022.

CHIZOTTI, Antonio. **A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios**. Braga, Portugal. Revista Portuguesa de Educação, 2003. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/373/2019/04/Pesquisa_Qualitativa_em_Ciencias_Sociais_e_Humanas_-_Evolucoes_e_Desafios_1_.pdf>. Acesso em: 06 maio 2022.

Dall’Agnol, Sandra. **Impactos do Turismo X Comunidade Local**. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/06_Dall_Agnol.pdf>. Acesso em: 05 maio 2021.

DARTORA, Juliana de Souza. **Turismo e suas implicações teóricas**. 2003. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/49-turismo-e-suas-implicacoes-teoricas.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2022.

DEMETER, T; BRĂTUCU, G. **Typologies of Youth Tourism**. Bulletin of the Transilvania University of Braşov. 2014. Disponível em: <http://rs.unitbv.ro/BU2013/2014/Series_V/BULETIN%20V%20PDF/16_DEMETER_BRATUCU.pdf>. Acesso em: 26 maio 2022.

FARIAS, Wynne; PIMENTEL, Maurício. **ID. Jovem 2.0, um turismo social pós-fordista? Estudo sobre os hábitos de viagem dos usuários do programa**. Revista de Turismo Contemporâneo, 2021.

FECOMERCIO.SP. **Jovens e desemprego**. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/noticia/jovens-com-idade-entre-14-e-24-anos-sofre-m-mais-com-o-desemprego>>. Acesso em: 07 out. 2021.

FRANÇA JUNIOR, Romualdo Theophanes. **A mobilidade turística no processo de planejamento da logística de transportes de Santa Catarina**. Universidade do Vale do Itajaí. Biguaçu, 2014. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/PDF/Romualdo%20Theophanes%20de%20Franca%20Junior.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2022.

GIL, ANTONIO CARLOS. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Editora Atlas, 2008. Disponível em:

<<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-d-e-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

GOMES, Carlos Eduardo Rodrigues da Cunha; ABREU, Luís Felipe Domingues. **Análise da percepção do uso de aplicativos de transporte de jovens.** Universidade de Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/25953/1/2019_CarlosEduardoGomes_LuisFelipeAbreu_tcc.pdf>. Acesso em: 28 maio 2022.

GOVERNO DO BRASIL. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/assistencia-social/2021/07/mais-de-2-1-milhoes-de-jovens-de-baixa-renda-ja-tem-a-identidade-jovem>>. Acesso em: 10 out. 2021

GOVERNO DO BRASIL. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/assistencia-social/2021/04/geracao-de-carteiras-do-id-jovem-aumentou-52-vezes-na-atual-gestao>>. Acesso em: 11 out. 2021

Glossary of Tourism Terms. Disponível em: <<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>>. Acesso em: 11 maio 2022.

HUSSERL, Edmund. **A ideia de fenomenologia.** São Paulo: Edições 70, 2008. Disponível em: <<https://marcosfabionuva.files.wordpress.com/2011/08/a-idc3a9ia-da-fenomenologia.pdf>>. Acesso em: 19 maio 2022.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). 2011. **Censo demográfico 2010: Sinopse.** Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd_2010_caracteristicas_populacao_domicilios.pdf>. Acesso em: 07 out. 2021.

ID JOVEM 2.0. **ID jovem.** Disponível em: <idjovem.juventude.gov.br> . Acesso em: 15 Fev. 2021.

ID JOVEM. **Informativo ID Jovem.** Disponível em: <http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia_social/informe/Informativo_IDJovem.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2021.

Lima, Joana; Eusébio, Celeste; Varum, Celeste; **O combate à exclusão social através de programas de turismo social para famílias economicamente carentes.** Book of proceedings vol.I - International conference on tourism & management studies. Algarve, 2011. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018514>>. Acesso em: 20 mar. 2022.

MI – **Ministério da Infraestrutura.** 2021. Disponível em: <www.gov.br/minfra>. Acesso em: 31 maio 2022.

MMFDH – **Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos.** 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br>>. Acesso em: 30 maio 2022.

MTUR – **Ministério do Turismo**. Segmentação do turismo e o mercado. Brasília, 2010. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-e-o-mercado.pdf>>. Acesso em: 07 maio 2022.

MTUR – **Ministério do Turismo**. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br>> . Acesso em: 07 maio 2022.

NEVES, LARISSA TATIANE MORAES; GRACIANO, POLLYANA FRAGA. **Pandemia Covid-19: Desafios ao Turismo Social**. Rosa dos Ventos, Turismo e Hospitalidade, 2021. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/10083/pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

OLIVEIRA, Héli da Vilela. **A prática do turismo como fator de inclusão social**. Revista de Ciências Gerenciais, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes Turísticos**. Editora Aleph, 2002.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **A Segmentação dos Mercados como Objeto de Estudo do Turismo**. ANPTUR - Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2010.

PEIXOTO, Nathane Eva Santos. **Identificação dos parâmetros de infraestrutura de transporte urbano que influenciam na mobilidade do turista**. Universidade de Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/32792/1/2018_NathaneEvaSantosPeixoto.pdf>. Acesso em: 27 maio 2022.

RAMOS, Ana Júlia. **Entenda o que é identidade visual e qual a sua importância para a estratégia do seu negócio**. Blog RockContent, 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/identidade-visual/#:~:text=Identidade%20visual%20%C3%A9%20o%20conjunto,e%20outras%20pe%C3%A7as%20de%20divulga%C3%A7%C3%A3o.>>>. Acesso em: 31 maio 2022.

SANTOS, Diego da Silva; JABLONSKI, Bernardo. **Atitudes e expectativas de jovens solteiros frente à família e ao casamento: duas décadas de estudos**. XVII Seminário de Iniciação Científica da PUC-Rio. Disponível em: <https://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg/pibic/relatorio_resumo2009/relatorio/ctch/psi/diego.pdf>. Acesso em: 28 maio 2022.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Editora Hucitec, 1994.

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Marcos Conceituais**, Ministério do Turismo, 2006.

SILVA, Alexandre Cesar Batista; SILVA, Ana Cristina da. **Repercussão do SARS-CoV-2 no turismo e nas atividades laborais do segmento no cenário brasileiro**. Revista Espaço Acadêmico. Pernambuco, 2021. Disponível em:

<<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/58122>>. Acesso em: 07 maio 2022.

SILVA, Odair Vieira da; BORGUETTI, Karina Caivano; **Turismo e Transporte Rodoviário**. Revista Científica Eletrônica de Turismo. Garça (SP), 2011. Disponível em:

<<https://1library.org/document/y9g48ewq-turismo-transporte-rodoviario-silva-vieira-borguetti-karina-caivano.html>>. Acesso em: 05 maio 2022.

SUCENA, Marcelo. **Mudanças à vista na matriz de transportes de cargas brasileiras**. FGV Transportes. 2020. Disponível em: <https://transportes.fgv.br/sites/transportes.fgv.br/files/mudancas_a_vista_na_matriz_de_transportes_de_cargas_brasileira_v.4.pdf>. Acesso em: 07 maio 2022.

TADINI, Rodrigo Fonseca; MELQUIADES, Tania. **Fundamentos do Turismo**. Fundação CECIERJ, 2010.

TRANCOSO, Alcimar Enéas Rocha; OLIVEIRA, Adélia Augusto Souto; **Aspectos do conceito de juventude nas Ciências Humanas e Sociais: análises de teses, dissertações e artigos produzidos de 2007 a 2011**. São João Del Rei, 2016. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v11n2/02.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2021.

UBER. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/o-que-e-uber/>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

VIERO, Aurélio et al. **Atração de jovens usuários para o transporte coletivo de passageiros efetuados por ônibus: estudo de caso na empresa expresso coletivo forquilha**. Fundação Dom Cabral, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.itl.org.br/jspui/bitstream/123456789/13/1/Atra%C3%A7%C3%A3o%20de%20jovens%20usu%C3%A1rios%20para%20o%20transporte%20coletivo%20de%20passageiros%20efetuado%20por%20%C3%B4nibus.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2022.

99. Disponível em: <<https://99app.com/passageiro/>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ABNT. **NBR 6023**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2002.

Ministério do Turismo. **Programa Viaja Mais Melhor Idade ganha novo site**. 2009. Disponível em: <<http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/1027-programa-viaja-mais-melhor-idade-ganha-novo-site.html>>. Acesso em: 12 maio 2022.

OMT. **Código de Ética Mundial para o Turismo**. Por um Turismo Responsável. Madri: Organização Mundial do Turismo, 2000.

PLANALTO DO GOVERNO. **Estatuto da Juventude**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.852%2C%20DE%205%20DE%20AGOSTO%20DE%202013.&text=Institui%20o%20Estatuto%20da%20Juventude,Sistema%20Nacional%20de%20Juventude%20%2D%20SINAJUVE> . Acesso em: 10 maio 2022.

Resolução ANTT N° 4770 de 25/06/2015. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=286287>>. Acesso em: 25 maio 2022.

TV BRASIL. **Jovens entre 15 e 29 anos correspondem a 23% da população brasileira**. Disponível em: <<https://tvbrasil.ebc.com.br/brasil-em-pauta/2021/08/jovens-entre-15-e-29-anos-corrrespondem-23-da-populacao-brasileira#:~:text=No%20AR%20em%2008%2F08,de%2047%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas.>>. Acesso em: 25 maio 2022.

APÊNDICES

Apêndice I – Formulário de coleta de dados virtual



Pesquisa "O Programa ID Jovem enquanto Turismo Social"

Saudações viajantes! Me chamo Mariana Dourado e sou estudante de Turismo na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Minha monografia se chama "O Programa ID Jovem enquanto Turismo Social", orientada pelo professor Dr. Ricardo Fonseca. Devido à pandemia do COVID-19 entro em contato virtualmente para pedir, se possível, sua participação nesta rápida e importante pesquisa. São cerca de 10 minutos e os dados são sigilosos (por isso não coletamos o e-mail do/a entrevistado/a) e para uso da pesquisa científica da UFOP e não comercial. Grata! Mariana

3) Você já ouviu falar do Programa ID Jovem? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

4) Já viajou utilizando passagem pelo ID Jovem? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

5) Qual(is) o(s) destino(s) que viajou pelo ID Jovem? Descreva por favor cidade e estado)

Texto de resposta longa

6) Qual(is) meio(s) de transporte(s) utilizou na(s) viagem(ns) pelo ID Jovem? (Pode escolher mais de uma opção) *

Hidroviário (p.ex. barco)

Ferroviário (p.ex. trem)

Aeroviário (p.ex. avião)

Rodoviário (p.ex. ônibus)

Não sei / Não quero responder

Outros...

7) A(s) viagem(ns) pelo ID Jovem costuma(m) ser por qual(is) motivo(s)? *

Lazer

Trabalho

Estudos

Voluntariado

Não sei / Não quero responder

Outros...

8) Você sabe ou já ouviu falar a respeito de "turismo social"? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

9) Você acredita que algum dos destinos que viajou pelo ID Jovem poderia ser considerado turismo social? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

10) Você acredita que as viagens que fez pelo ID Jovem podem ser consideradas como turismo social? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

11) Por quê você acredita que as viagens que fez pelo ID Jovem podem ser consideradas como turismo social? (Cite pelo menos um destino e explique o porquê)

Texto de resposta longa

12) Você acredita que o turismo social e o ID Jovem podem gerar impactos turísticos positivos? *

Sim

Não

Não sei / Não quero responder

13) Qual(is) exemplos de impactos turísticos positivos você acredita que o turismo social e o ID Jovem podem gerar? *

Texto de resposta longa

14) Destes exemplos além do ID Jovem você já viajou com algum? (Pode escolher mais de uma opção)

SESC (Serviço Social do Comércio)

Buser

+ Crédito + Turismo (Caixa)

Não sei / Não quero responder

Outros...

15) Qual é a sua idade? *

- Entre 15 a 22 anos
- Entre 23 a 29 anos
- mais de 29 anos
- Não sei / Não quero responder

16) Qual é seu gênero? *

- Feminino
- Masculino
- Não sei / Não quero responder
- Outros...

17) Qual é o seu estado civil? *

- Solteiro
- Casado
- Não sei / Não quero responder
- Outros...

18) Qual seu nível de instrução? *

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Pós-Graduação incompleta
- Pós-Graduação completa
- Não sei / Não quero responder

19) Qual é sua renda média familiar mensal? *

- Até 1 salário mínimo (R\$1.212,00)
- Entre 1 e 2 salários mínimos (entre R\$1.212,01 e R\$2.424,00)
- Entre 3 e 10 salários mínimos (entre R\$2.424,01 e R\$12.212,00)
- Entre 10 e 20 salários mínimos (entre R\$12.212,01 e R\$24.240,00)
- Acima de 20 salários mínimos (mais de R\$24.240,01)
- Não sei / Não quero responder

Se tiver alguma dúvida, sugestão, crítica ou outro comentário a respeito da pesquisa, fique à vontade para escrever aqui!

Texto de resposta longa

ANEXOS

Anexo I – Estatuto da Juventude

LEI Nº 12.852, DE 5 DE AGOSTO DE 2013.

<u>Vigência</u>	Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE.
<u>Mensagem de veto</u>	
<u>Regulamento</u>	

(Vide Decreto nº 9.306, de 2018)

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DOS DIREITOS E DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE JUVENTUDE

CAPÍTULO I

DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE JUVENTUDE

Art. 1º Esta Lei institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE.

§ 1º Para os efeitos desta Lei, são consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade.

§ 2º Aos adolescentes com idade entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos aplica-se a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, e, excepcionalmente, este Estatuto, quando não conflitar com as normas de proteção integral do adolescente.

Seção I

Dos Princípios

Art. 2º O disposto nesta Lei e as políticas públicas de juventude são regidos pelos seguintes princípios:

I - promoção da autonomia e emancipação dos jovens;

II - valorização e promoção da participação social e política, de forma direta e por meio de suas representações;

III - promoção da criatividade e da participação no desenvolvimento do País;

IV - reconhecimento do jovem como sujeito de direitos universais, geracionais e singulares;

V - promoção do bem-estar, da experimentação e do desenvolvimento integral do jovem;

VI - respeito à identidade e à diversidade individual e coletiva da juventude;

VII - promoção da vida segura, da cultura da paz, da solidariedade e da não discriminação; e

VIII - valorização do diálogo e convívio do jovem com as demais gerações.

Parágrafo único. A emancipação dos jovens a que se refere o inciso I do **caput** refere-se à trajetória de inclusão, liberdade e participação do jovem na vida em sociedade, e não ao instituto da emancipação disciplinado pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil.

Seção II

Diretrizes Gerais

Art. 3º Os agentes públicos ou privados envolvidos com políticas públicas de juventude devem observar as seguintes diretrizes:

I - desenvolver a intersetorialidade das políticas estruturais, programas e ações;

II - incentivar a ampla participação juvenil em sua formulação, implementação e avaliação;

III - ampliar as alternativas de inserção social do jovem, promovendo programas que priorizem o seu desenvolvimento integral e participação ativa nos espaços decisórios;

IV - proporcionar atendimento de acordo com suas especificidades perante os órgãos públicos e privados prestadores de serviços à população, visando ao gozo de direitos simultaneamente nos campos da saúde, educacional, político, econômico, social, cultural e ambiental;

V - garantir meios e equipamentos públicos que promovam o acesso à produção cultural, à prática esportiva, à mobilidade territorial e à fruição do tempo livre;

VI - promover o território como espaço de integração;

VII - fortalecer as relações institucionais com os entes federados e as redes de órgãos, gestores e conselhos de juventude;

VIII - estabelecer mecanismos que ampliem a gestão de informação e produção de conhecimento sobre juventude;

IX - promover a integração internacional entre os jovens, preferencialmente no âmbito da América Latina e da África, e a cooperação internacional;

X - garantir a integração das políticas de juventude com os Poderes Legislativo e Judiciário, com o Ministério Público e com a Defensoria Pública; e

XI - zelar pelos direitos dos jovens com idade entre 18 (dezoito) e 29 (vinte e nove) anos privados de liberdade e egressos do sistema prisional, formulando políticas de educação e trabalho, incluindo estímulos à sua reinserção social e laboral, bem como criando e estimulando oportunidades de estudo e trabalho que favoreçam o cumprimento do regime semiaberto.

CAPÍTULO II

DOS DIREITOS DOS JOVENS

Seção I

Do Direito à Cidadania, à Participação Social e Política e à Representação Juvenil

Art. 4º O jovem tem direito à participação social e política e na formulação, execução e avaliação das políticas públicas de juventude.

Parágrafo único. Entende-se por participação juvenil:

I - a inclusão do jovem nos espaços públicos e comunitários a partir da sua concepção como pessoa ativa, livre, responsável e digna de ocupar uma posição central nos processos políticos e sociais;

II - o envolvimento ativo dos jovens em ações de políticas públicas que tenham por objetivo o próprio benefício, o de suas comunidades, cidades e regiões e o do País;

III - a participação individual e coletiva do jovem em ações que contemplem a defesa dos direitos da juventude ou de temas afetos aos jovens; e

IV - a efetiva inclusão dos jovens nos espaços públicos de decisão com direito a voz e voto.

Art. 5º A interlocução da juventude com o poder público pode realizar-se por intermédio de associações, redes, movimentos e organizações juvenis.

Parágrafo único. É dever do poder público incentivar a livre associação dos jovens.

Art. 6º São diretrizes da interlocução institucional juvenil:

I - a definição de órgão governamental específico para a gestão das políticas públicas de juventude;

II - o incentivo à criação de conselhos de juventude em todos os entes da Federação.

Parágrafo único. Sem prejuízo das atribuições do órgão governamental específico para a gestão das políticas públicas de juventude e dos conselhos de juventude com relação aos direitos previstos neste Estatuto, cabe ao órgão governamental de gestão e aos conselhos dos direitos da criança e do adolescente a interlocução institucional com adolescentes de idade entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos.

Seção II

Do Direito à Educação

Art. 7º O jovem tem direito à educação de qualidade, com a garantia de educação básica, obrigatória e gratuita, inclusive para os que a ela não tiveram acesso na idade adequada.

§ 1º A educação básica será ministrada em língua portuguesa, assegurada aos jovens indígenas e de povos e comunidades tradicionais a utilização de suas línguas maternas e de processos próprios de aprendizagem.

§ 2º É dever do Estado oferecer aos jovens que não concluíram a educação básica programas na modalidade da educação de jovens e adultos, adaptados às necessidades e especificidades da juventude, inclusive no período noturno, ressalvada a legislação educacional específica.

§ 3º São assegurados aos jovens com surdez o uso e o ensino da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS, em todas as etapas e modalidades educacionais.

§ 4º É assegurada aos jovens com deficiência a inclusão no ensino regular em todos os níveis e modalidades educacionais, incluindo o atendimento educacional especializado, observada a acessibilidade a edificações, transportes, espaços, mobiliários, equipamentos, sistemas e meios de comunicação e assegurados os recursos de tecnologia assistiva e adaptações necessárias a cada pessoa.

§ 5º A Política Nacional de Educação no Campo contemplará a ampliação da oferta de educação para os jovens do campo, em todos os níveis e modalidades educacionais.

Art. 8º O jovem tem direito à educação superior, em instituições públicas ou privadas, com variados graus de abrangência do saber ou especialização do conhecimento, observadas as regras de acesso de cada instituição.

§ 1º É assegurado aos jovens negros, indígenas e alunos oriundos da escola pública o acesso ao

ensino superior nas instituições públicas por meio de políticas afirmativas, nos termos da lei.

§ 2º O poder público promoverá programas de expansão da oferta de educação superior nas instituições públicas, de financiamento estudantil e de bolsas de estudos nas instituições privadas, em especial para jovens com deficiência, negros, indígenas e alunos oriundos da escola pública.

Art. 9º O jovem tem direito à educação profissional e tecnológica, articulada com os diferentes níveis e modalidades de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, observada a legislação vigente.

Art. 10. É dever do Estado assegurar ao jovem com deficiência o atendimento educacional especializado gratuito, preferencialmente, na rede regular de ensino.

Art. 11. O direito ao programa suplementar de transporte escolar de que trata o art. 4º da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, será progressivamente estendido ao jovem estudante do ensino fundamental, do ensino médio e da educação superior, no campo e na cidade.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

Art. 12. É garantida a participação efetiva do segmento juvenil, respeitada sua liberdade de organização, nos conselhos e instâncias deliberativas de gestão democrática das escolas e universidades.

Art. 13. As escolas e as universidades deverão formular e implantar medidas de democratização do acesso e permanência, inclusive programas de assistência estudantil, ação afirmativa e inclusão social para os jovens estudantes.

Seção III

Do Direito à Profissionalização, ao Trabalho e à Renda

Art. 14. O jovem tem direito à profissionalização, ao trabalho e à renda, exercido em condições de liberdade, equidade e segurança, adequadamente remunerado e com proteção social.

Art. 15. A ação do poder público na efetivação do direito do jovem à profissionalização, ao trabalho e à renda contempla a adoção das seguintes medidas:

I - promoção de formas coletivas de organização para o trabalho, de redes de economia solidária e da livre associação;

II - oferta de condições especiais de jornada de trabalho por meio de:

a) compatibilização entre os horários de trabalho e de estudo;

b) oferta dos níveis, formas e modalidades de ensino em horários que permitam a compatibilização da frequência escolar com o trabalho regular;

III - criação de linha de crédito especial destinada aos jovens empreendedores;

IV - atuação estatal preventiva e repressiva quanto à exploração e precarização do trabalho juvenil;

V - adoção de políticas públicas voltadas para a promoção do estágio, aprendizagem e trabalho para a juventude;

VI - apoio ao jovem trabalhador rural na organização da produção da agricultura familiar e dos empreendimentos familiares rurais, por meio das seguintes ações:

a) estímulo à produção e à diversificação de produtos;

b) fomento à produção sustentável baseada na agroecologia, nas agroindústrias familiares, na integração entre lavoura, pecuária e floresta e no extrativismo sustentável;

c) investimento em pesquisa de tecnologias apropriadas à agricultura familiar e aos empreendimentos familiares rurais;

d) estímulo à comercialização direta da produção da agricultura familiar, aos empreendimentos familiares rurais e à formação de cooperativas;

e) garantia de projetos de infraestrutura básica de acesso e escoamento de produção, priorizando a melhoria das estradas e do transporte;

f) promoção de programas que favoreçam o acesso ao crédito, à terra e à assistência técnica rural;

VII - apoio ao jovem trabalhador com deficiência, por meio das seguintes ações:

a) estímulo à formação e à qualificação profissional em ambiente inclusivo;

b) oferta de condições especiais de jornada de trabalho;

c) estímulo à inserção no mercado de trabalho por meio da condição de aprendiz.

Art. 16. O direito à profissionalização e à proteção no trabalho dos adolescentes com idade entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos de idade será regido pelo disposto na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, e em leis específicas, não se aplicando o previsto nesta Seção.

Seção IV

Do Direito à Diversidade e à Igualdade

Art. 17. O jovem tem direito à diversidade e à igualdade de direitos e de oportunidades e não será discriminado por motivo de:

I - etnia, raça, cor da pele, cultura, origem, idade e sexo;

II - orientação sexual, idioma ou religião;

III - opinião, deficiência e condição social ou econômica.

Art. 18. A ação do poder público na efetivação do direito do jovem à diversidade e à igualdade contempla a adoção das seguintes medidas:

I - adoção, nos âmbitos federal, estadual, municipal e do Distrito Federal, de programas governamentais destinados a assegurar a igualdade de direitos aos jovens de todas as raças e etnias, independentemente de sua origem, relativamente à educação, à profissionalização, ao trabalho e renda, à cultura, à saúde, à segurança, à cidadania e ao acesso à justiça;

II - capacitação dos professores dos ensinos fundamental e médio para a aplicação das diretrizes curriculares nacionais no que se refere ao enfrentamento de todas as formas de discriminação;

III - inclusão de temas sobre questões étnicas, raciais, de deficiência, de orientação sexual, de gênero e de violência doméstica e sexual praticada contra a mulher na formação dos profissionais de educação, de saúde e de segurança pública e dos operadores do direito;

IV - observância das diretrizes curriculares para a educação indígena como forma de preservação dessa cultura;

V - inclusão, nos conteúdos curriculares, de informações sobre a discriminação na sociedade brasileira e sobre o direito de todos os grupos e indivíduos a tratamento igualitário perante a lei; e

VI - inclusão, nos conteúdos curriculares, de temas relacionados à sexualidade, respeitando a diversidade de valores e crenças.

Seção V

Do Direito à Saúde

Art. 19. O jovem tem direito à saúde e à qualidade de vida, considerando suas especificidades na dimensão da prevenção, promoção, proteção e recuperação da saúde de forma integral.

Art. 20. A política pública de atenção à saúde do jovem será desenvolvida em consonância com as seguintes diretrizes:

I - acesso universal e gratuito ao Sistema Único de Saúde - SUS e a serviços de saúde humanizados e de qualidade, que respeitem as especificidades do jovem;

II - atenção integral à saúde, com especial ênfase ao atendimento e à prevenção dos agravos mais prevalentes nos jovens;

III - desenvolvimento de ações articuladas entre os serviços de saúde e os estabelecimentos de ensino, a sociedade e a família, com vistas à prevenção de agravos;

IV - garantia da inclusão de temas relativos ao consumo de álcool, tabaco e outras drogas, à saúde sexual e reprodutiva, com enfoque de gênero e dos direitos sexuais e reprodutivos nos projetos pedagógicos dos diversos níveis de ensino;

V - reconhecimento do impacto da gravidez planejada ou não, sob os aspectos médico, psicológico, social e econômico;

VI - capacitação dos profissionais de saúde, em uma perspectiva multiprofissional, para lidar com temas relativos à saúde sexual e reprodutiva dos jovens, inclusive com deficiência, e ao abuso de álcool, tabaco e outras drogas pelos jovens;

VII - habilitação dos professores e profissionais de saúde e de assistência social para a identificação dos problemas relacionados ao uso abusivo e à dependência de álcool, tabaco e outras drogas e o devido encaminhamento aos serviços assistenciais e de saúde;

VIII - valorização das parcerias com instituições da sociedade civil na abordagem das questões de prevenção, tratamento e reinserção social dos usuários e dependentes de álcool, tabaco e outras drogas;

IX - proibição de propagandas de bebidas contendo qualquer teor alcoólico com a participação de pessoa com menos de 18 (dezoito) anos de idade;

X - veiculação de campanhas educativas relativas ao álcool, ao tabaco e a outras drogas como causadores de dependência; e

XI - articulação das instâncias de saúde e justiça na prevenção do uso e abuso de álcool, tabaco e outras drogas, inclusive esteróides anabolizantes e, especialmente, crack .

Seção VI

Do Direito à Cultura

Art. 21. O jovem tem direito à cultura, incluindo a livre criação, o acesso aos bens e serviços culturais e a participação nas decisões de política cultural, à identidade e diversidade cultural e à memória social.

Art. 22. Na consecução dos direitos culturais da juventude, compete ao poder público:

I - garantir ao jovem a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;

II - propiciar ao jovem o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos, em âmbito nacional;

III - incentivar os movimentos de jovens a desenvolver atividades artístico-culturais e ações voltadas à preservação do patrimônio histórico;

IV - valorizar a capacidade criativa do jovem, mediante o desenvolvimento de programas e projetos culturais;

V - propiciar ao jovem o conhecimento da diversidade cultural, regional e étnica do País;

VI - promover programas educativos e culturais voltados para a problemática do jovem nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação de massa;

VII - promover a inclusão digital dos jovens, por meio do acesso às novas tecnologias da informação e comunicação;

VIII - assegurar ao jovem do campo o direito à produção e à fruição cultural e aos equipamentos públicos que valorizem a cultura camponesa; e

IX - garantir ao jovem com deficiência acessibilidade e adaptações razoáveis.

Parágrafo único. A aplicação dos incisos I, III e VIII do **caput** deve observar a legislação específica sobre o direito à profissionalização e à proteção no trabalho dos adolescentes.

Art. 23. É assegurado aos jovens de até 29 (vinte e nove) anos pertencentes a famílias de baixa renda e aos estudantes, na forma do regulamento, o acesso a salas de cinema, cineclubes, teatros, espetáculos musicais e circenses, eventos educativos, esportivos, de lazer e entretenimento, em todo o território nacional, promovidos por quaisquer entidades e realizados em estabelecimentos públicos ou particulares, mediante pagamento da metade do preço do ingresso cobrado do público em geral. (Regulamento) (Vigência)

§ 1º Terão direito ao benefício previsto no **caput** os estudantes regularmente matriculados nos níveis e modalidades de educação e ensino previstos no Título V da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que comprovem sua condição de discente, mediante apresentação, no momento da aquisição do ingresso e na portaria do local de realização do evento, da Carteira de Identificação Estudantil - CIE.

§ 2º A CIE será expedida preferencialmente pela Associação Nacional de Pós-Graduandos, pela União Nacional dos Estudantes, pela União Brasileira dos Estudantes Secundaristas e por entidades estudantis estaduais e municipais a elas filiadas.

§ 3º É garantida a gratuidade na expedição da CIE para estudantes pertencentes a famílias de baixa renda, nos termos do regulamento.

§ 4º As entidades mencionadas no § 2º deste artigo deverão tornar disponível, para eventuais consultas pelo poder público e pelos estabelecimentos referidos no **caput**, banco de dados com o nome e o número de registro dos estudantes portadores da Carteira de Identificação Estudantil, expedida nos termos do § 3º deste artigo.

§ 5º A CIE terá validade até o dia 31 de março do ano subsequente à data de sua expedição.

§ 6º As entidades mencionadas no § 2º deste artigo são obrigadas a manter o documento comprobatório do vínculo do aluno com o estabelecimento escolar, pelo mesmo prazo de validade da respectiva Carteira de Identificação Estudantil.

§ 7º Caberá aos órgãos públicos competentes federais, estaduais, municipais e do Distrito Federal a fiscalização do cumprimento do disposto neste artigo e a aplicação das sanções cabíveis, nos termos do regulamento.

§ 8º Os benefícios previstos neste artigo não incidirão sobre os eventos esportivos de que tratam as Leis nºs 12.663, de 5 de junho de 2012, e 12.780, de 9 de janeiro de 2013.

§ 9º Considera-se de baixa renda, para os fins do disposto no **caput**, a família inscrita no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal - CadÚnico cuja renda mensal seja de até 2 (dois) salários mínimos.

§ 10. A concessão do benefício da meia-entrada de que trata o **caput** é limitada a 40% (quarenta por cento) do total de ingressos disponíveis para cada evento.

Art. 24. O poder público destinará, no âmbito dos respectivos orçamentos, recursos financeiros para o fomento dos projetos culturais destinados aos jovens e por eles produzidos.

Art. 25. Na destinação dos recursos do Fundo Nacional da Cultura - FNC, de que trata a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, serão consideradas as necessidades específicas dos jovens em relação à ampliação do acesso à cultura e à melhoria das condições para o exercício do protagonismo no campo da produção cultural.

Parágrafo único. As pessoas físicas ou jurídicas poderão optar pela aplicação de parcelas do imposto sobre a renda a título de doações ou patrocínios, de que trata a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, no apoio a projetos culturais apresentados por entidades juvenis legalmente constituídas há, pelo menos, 1 (um) ano.

Seção VII

Do Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão

Art. 26. O jovem tem direito à comunicação e à livre expressão, à produção de conteúdo, individual e colaborativo, e ao acesso às tecnologias de informação e comunicação.

Art. 27. A ação do poder público na efetivação do direito do jovem à comunicação e à liberdade de expressão contempla a adoção das seguintes medidas:

I - incentivar programas educativos e culturais voltados para os jovens nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação de massa;

II - promover a inclusão digital dos jovens, por meio do acesso às novas tecnologias de informação e comunicação;

III - promover as redes e plataformas de comunicação dos jovens, considerando a acessibilidade para os jovens com deficiência;

IV - incentivar a criação e manutenção de equipamentos públicos voltados para a promoção do direito do jovem à comunicação; e

V - garantir a acessibilidade à comunicação por meio de tecnologias assistivas e adaptações razoáveis para os jovens com deficiência.

Seção VIII

Do Direito ao Desporto e ao Lazer

Art. 28. O jovem tem direito à prática desportiva destinada a seu pleno desenvolvimento, com prioridade para o desporto de participação.

Parágrafo único. O direito à prática desportiva dos adolescentes deverá considerar sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

Art. 29. A política pública de desporto e lazer destinada ao jovem deverá considerar:

I - a realização de diagnóstico e estudos estatísticos oficiais acerca da educação física e dos desportos e dos equipamentos de lazer no Brasil;

II - a adoção de lei de incentivo fiscal para o esporte, com critérios que priorizem a juventude e promovam a equidade;

III - a valorização do desporto e do paradesporto educacional;

IV - a oferta de equipamentos comunitários que permitam a prática desportiva, cultural e de lazer.

Art. 30. Todas as escolas deverão buscar pelo menos um local apropriado para a prática de atividades poliesportivas.

Seção IX

Do Direito ao Território e à Mobilidade

Art. 31. O jovem tem direito ao território e à mobilidade, incluindo a promoção de políticas públicas de moradia, circulação e equipamentos públicos, no campo e na cidade.

Parágrafo único. Ao jovem com deficiência devem ser garantidas a acessibilidade e as adaptações necessárias.

Art. 32. No sistema de transporte coletivo interestadual, observar-se-á, nos termos da legislação específica: (Regulamento) (Vigência)

I - a reserva de 2 (duas) vagas gratuitas por veículo para jovens de baixa renda;

II - a reserva de 2 (duas) vagas por veículo com desconto de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, no valor das passagens, para os jovens de baixa renda, a serem utilizadas após esgotadas as vagas previstas no inciso I.

Parágrafo único. Os procedimentos e os critérios para o exercício dos direitos previstos nos incisos I e II serão definidos em regulamento.

Art. 33. A União envidará esforços, em articulação com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, para promover a oferta de transporte público subsidiado para os jovens, com prioridade para os jovens em situação de pobreza e vulnerabilidade, na forma do regulamento.

Seção X

Do Direito à Sustentabilidade e ao Meio Ambiente

Art. 34. O jovem tem direito à sustentabilidade e ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida, e o dever de defendê-lo e preservá-lo para a presente e as futuras gerações.

Art. 35. O Estado promoverá, em todos os níveis de ensino, a educação ambiental voltada para a preservação do meio ambiente e a sustentabilidade, de acordo com a Política Nacional do Meio Ambiente.

Art. 36. Na elaboração, na execução e na avaliação de políticas públicas que incorporem a dimensão ambiental, o poder público deverá considerar:

I - o estímulo e o fortalecimento de organizações, movimentos, redes e outros coletivos de juventude

que atuem no âmbito das questões ambientais e em prol do desenvolvimento sustentável;
II - o incentivo à participação dos jovens na elaboração das políticas públicas de meio ambiente;
III - a criação de programas de educação ambiental destinados aos jovens; e
IV - o incentivo à participação dos jovens em projetos de geração de trabalho e renda que visem ao desenvolvimento sustentável nos âmbitos rural e urbano.
Parágrafo único. A aplicação do disposto no inciso IV do **caput** deve observar a legislação específica sobre o direito à profissionalização e à proteção no trabalho dos adolescentes.

Seção XI

Do Direito à Segurança Pública e ao Acesso à Justiça

Art. 37. Todos os jovens têm direito de viver em um ambiente seguro, sem violência, com garantia da sua incolumidade física e mental, sendo-lhes asseguradas a igualdade de oportunidades e facilidades para seu aperfeiçoamento intelectual, cultural e social.

Art. 38. As políticas de segurança pública voltadas para os jovens deverão articular ações da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios e ações não governamentais, tendo por diretrizes:

I - a integração com as demais políticas voltadas à juventude;

II - a prevenção e enfrentamento da violência;

III - a promoção de estudos e pesquisas e a obtenção de estatísticas e informações relevantes para subsidiar as ações de segurança pública e permitir a avaliação periódica dos impactos das políticas públicas quanto às causas, às consequências e à frequência da violência contra os jovens;

IV - a priorização de ações voltadas para os jovens em situação de risco, vulnerabilidade social e egressos do sistema penitenciário nacional;

V - a promoção do acesso efetivo dos jovens à Defensoria Pública, considerando as especificidades da condição juvenil; e

VI - a promoção do efetivo acesso dos jovens com deficiência à justiça em igualdade de condições com as demais pessoas, inclusive mediante a provisão de adaptações processuais adequadas a sua idade.

TÍTULO II

DO SISTEMA NACIONAL DE JUVENTUDE

CAPÍTULO I

DO SISTEMA NACIONAL DE JUVENTUDE - SINAJUVE

Art. 39. É instituído o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE, cujos composição, organização, competência e funcionamento serão definidos em regulamento.

Art. 40. O financiamento das ações e atividades realizadas no âmbito do Sinajuve será definido em regulamento.

CAPÍTULO II

DAS COMPETÊNCIAS

Art. 41. Compete à União:

I - formular e coordenar a execução da Política Nacional de Juventude;

II - coordenar e manter o Sinajuve;

III - estabelecer diretrizes sobre a organização e o funcionamento do Sinajuve;

IV - elaborar o Plano Nacional de Políticas de Juventude, em parceria com os Estados, o Distrito Federal, os Municípios e a sociedade, em especial a juventude;

V - convocar e realizar, em conjunto com o Conselho Nacional de Juventude, as Conferências Nacionais de Juventude, com intervalo máximo de 4 (quatro) anos;

VI - prestar assistência técnica e suplementação financeira aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios para o desenvolvimento de seus sistemas de juventude;

VII - contribuir para a qualificação e ação em rede do Sinajuve em todos os entes da Federação;

VIII - financiar, com os demais entes federados, a execução das políticas públicas de juventude;

IX - estabelecer formas de colaboração com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios para a execução das políticas públicas de juventude; e

X - garantir a publicidade de informações sobre repasses de recursos para financiamento das políticas públicas de juventude aos conselhos e gestores estaduais, do Distrito Federal e municipais.

Art. 42. Compete aos Estados:

I - coordenar, em âmbito estadual, o Sinajuve;

II - elaborar os respectivos planos estaduais de juventude, em conformidade com o Plano Nacional, com a participação da sociedade, em especial da juventude;

III - criar, desenvolver e manter programas, ações e projetos para a execução das políticas públicas de juventude;

IV - convocar e realizar, em conjunto com o Conselho Estadual de Juventude, as Conferências Estaduais de Juventude, com intervalo máximo de 4 (quatro) anos;

V - editar normas complementares para a organização e o funcionamento do Sinajuve, em âmbito estadual e municipal;

VI - estabelecer com a União e os Municípios formas de colaboração para a execução das políticas públicas de juventude; e

VII - cofinanciar, com os demais entes federados, a execução de programas, ações e projetos das políticas públicas de juventude.

Parágrafo único. Serão incluídos nos censos demográficos dados relativos à população jovem do País.

Art. 43. Compete aos Municípios:

I - coordenar, em âmbito municipal, o Sinajuve;

II - elaborar os respectivos planos municipais de juventude, em conformidade com os respectivos Planos Nacional e Estadual, com a participação da sociedade, em especial da juventude;

III - criar, desenvolver e manter programas, ações e projetos para a execução das políticas públicas de juventude;

IV - convocar e realizar, em conjunto com o Conselho Municipal de Juventude, as Conferências Municipais de Juventude, com intervalo máximo de 4 (quatro) anos;

V - editar normas complementares para a organização e funcionamento do Sinajuve, em âmbito municipal;

VI - cofinanciar, com os demais entes federados, a execução de programas, ações e projetos das políticas públicas de juventude; e

VII - estabelecer mecanismos de cooperação com os Estados e a União para a execução das políticas públicas de juventude.

Parágrafo único. Para garantir a articulação federativa com vistas ao efetivo cumprimento das políticas públicas de juventude, os Municípios podem instituir os consórcios de que trata a Lei nº 11.107, de 6 de abril de 2005, ou qualquer outro instrumento jurídico adequado, como forma de compartilhar responsabilidades.

Art. 44. As competências dos Estados e Municípios são atribuídas, cumulativamente, ao Distrito Federal.

CAPÍTULO III DOS CONSELHOS DE JUVENTUDE

Art. 45. Os conselhos de juventude são órgãos permanentes e autônomos, não jurisdicionais, encarregados de tratar das políticas públicas de juventude e da garantia do exercício dos direitos do jovem, com os seguintes objetivos:

I - auxiliar na elaboração de políticas públicas de juventude que promovam o amplo exercício dos direitos dos jovens estabelecidos nesta Lei;

II - utilizar instrumentos de forma a buscar que o Estado garanta aos jovens o exercício dos seus direitos;

III - colaborar com os órgãos da administração no planejamento e na implementação das políticas de juventude;

IV - estudar, analisar, elaborar, discutir e propor a celebração de instrumentos de cooperação, visando à elaboração de programas, projetos e ações voltados para a juventude;

V - promover a realização de estudos relativos à juventude, objetivando subsidiar o planejamento das políticas públicas de juventude;

VI - estudar, analisar, elaborar, discutir e propor políticas públicas que permitam e garantam a integração e a participação do jovem nos processos social, econômico, político e cultural no respectivo ente federado;

VII - propor a criação de formas de participação da juventude nos órgãos da administração pública;

VIII - promover e participar de seminários, cursos, congressos e eventos correlatos para o debate de temas relativos à juventude;

IX - desenvolver outras atividades relacionadas às políticas públicas de juventude.

§ 1º A lei, em âmbito federal, estadual, do Distrito Federal e municipal, disporá sobre a organização, o funcionamento e a composição dos conselhos de juventude, observada a participação da sociedade civil mediante critério, no mínimo, paritário com os representantes do poder público.

§ 2º (VETADO) .

Art. 46. São atribuições dos conselhos de juventude:

I - encaminhar ao Ministério Público notícia de fato que constitua infração administrativa ou penal contra os direitos do jovem garantidos na legislação;

II - encaminhar à autoridade judiciária os casos de sua competência;

III - expedir notificações;

IV - solicitar informações das autoridades públicas;

V - assessorar o Poder Executivo local na elaboração dos planos, programas, projetos, ações e proposta orçamentária das políticas públicas de juventude.

Art. 47. Sem prejuízo das atribuições dos conselhos de juventude com relação aos direitos previstos neste Estatuto, cabe aos conselhos de direitos da criança e do adolescente deliberar e controlar as ações em todos os níveis relativas aos adolescentes com idade entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos.

Art. 48. Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

Brasília, 5 de agosto de 2013; 192º da Independência e 125º da República.

DILMA ROUSSEFF

José Eduardo Cardozo

Antonio de Aguiar Patriota

Guido Mantega

César Borges

Aloizio Mercadante

Manoel Dias

Alexandre Rocha Santos Padilha

Miriam Belchior

Paulo Bernardo Silva

Tereza Campello

Marta Suplicy

Izabella Mônica Vieira Teixeira

Aldo Rebelo

Gilberto José Spier Vargas

Aguinaldo Ribeiro

Gilberto Carvalho

Luís Inácio Lucena Adams

Luiza Helena de Bairros

Eleonora Menicucci de Oliveira

Maria do Rosário Nunes

Este texto não substitui o publicado no DOU de 6.8.2013

Anexo II – Lei do ID Jovem

DECRETO Nº 8.537, DE 5 DE OUTUBRO DE 2015

Regulamenta a Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, e a Lei nº 12.933, de 26 de dezembro de 2013, para dispor sobre o benefício da meia-entrada para acesso a eventos artístico-culturais e esportivos e para estabelecer os procedimentos e os critérios para a reserva de vagas a jovens de baixa renda nos veículos do sistema de transporte coletivo interestadual.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 84, caput, incisos IV e VI, alínea “a”, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 23 e no art. 32 da Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, e na Lei nº 12.933, de 26 de dezembro de 2013,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta o benefício da meia-entrada para acesso a eventos artístico-culturais e esportivos por jovens de baixa renda, por estudantes e por pessoas com deficiência e estabelece os procedimentos e os critérios para a reserva de vagas a jovens de baixa renda nos veículos do sistema de transporte coletivo interestadual.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto, considera-se:

I - jovem de baixa renda - pessoa com idade entre quinze e vinte e nove anos que pertence à família com renda mensal de até dois salários mínimos, inscrita no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal - CadÚnico;

II - estudante - pessoa regularmente matriculada em instituição de ensino, pública ou privada, nos níveis e modalidades previstos no Título V da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional;

III - pessoa com deficiência - pessoa que possui impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com outras pessoas;

IV - acompanhante - aquele que acompanha a pessoa com deficiência, o qual pode ou não desempenhar as funções de atendente pessoal;

V - Identidade Jovem - documento que comprova a condição de jovem de baixa renda;

VI - Carteira de Identificação Estudantil - CIE - documento que comprova a condição de estudante regularmente matriculado nos níveis e modalidades de educação e ensino previstos no Título V da Lei nº 9.394, de 1996, conforme modelo único nacionalmente padronizado, com certificação digital e que pode ter cinquenta por cento de características locais;

VII - eventos artístico-culturais e esportivos - exposições em cinemas, cineclubes e teatros, espetáculos musicais, de artes cênicas e circenses, eventos educativos, esportivos, de lazer e de entretenimento, promovidos por quaisquer entidades e realizados em estabelecimentos públicos ou particulares mediante cobrança de ingresso;

VIII - ingresso - documento, físico ou eletrônico, que possibilita o acesso individual e pessoal a eventos artístico-culturais e esportivos, vendido por estabelecimentos ou entidades produtoras ou promotoras do evento;

IX - venda ao público em geral - venda acessível a qualquer interessado indiscriminadamente, mediante pagamento do valor cobrado;

X - transporte interestadual de passageiros - transporte que atende mercados com origem e destino em Estados distintos, ou entre Estados e o Distrito Federal;

XI - serviço de transporte regular - serviço público delegado para execução de transporte interestadual de passageiros, operado por veículos do tipo rodoviário, ferroviário ou aquaviário, entre dois pontos terminais, aberto ao público em geral, com esquema operacional aprovado pela Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT ou pela Agência Nacional de Transportes Aquaviários - Antaq;

XII - serviço do tipo rodoviário - serviço de transporte que transita por estrada ou por rodovia municipal, estadual, distrital ou federal e que permite o transporte de bagagem em compartimento específico;

XIII - serviço do tipo aquaviário - serviço de transporte que transita por rios, lagos, lagoas e baías e que opera linhas regulares, inclusive travessias;

XIV - serviço do tipo ferroviário - serviço de transporte que transita por ferrovias municipais, estaduais, distrital ou federal em linhas regulares;

XV - linha regular - serviço de transporte coletivo de passageiros executado em uma ligação de dois pontos terminais, aberto ao público em geral, de natureza regular e permanente, com itinerário definido no ato de sua delegação ou outorga;

XVI - seção - serviço realizado em trecho do itinerário de linha do serviço de transporte, com fracionamento do preço de passagem; e

XVII - bilhete de viagem do jovem - documento, físico ou eletrônico, que comprove o contrato de transporte gratuito ou com desconto de cinquenta por cento ao jovem de baixa renda, fornecido pela empresa prestadora do serviço de transporte, para possibilitar o ingresso do beneficiário no veículo, observado o disposto em Resolução da ANTT e da Antaq.

Seção I

Da meia-entrada para acesso a eventos artístico-culturais e esportivos

Art. 3º Os estudantes terão direito ao benefício da meia-entrada mediante a apresentação da CIE no momento da aquisição do ingresso e na portaria ou na entrada do local de realização do evento .

§ 1º A CIE será expedida por:

I - Associação Nacional de Pós-Graduandos - ANPG;

II - União Nacional dos Estudantes - UNE;

III - União Brasileira dos Estudantes Secundaristas - Ubes;

IV - entidades estaduais e municipais filiadas às entidades previstas nos incisos I a III;

V - Diretórios Centrais dos Estudantes - DCE; e

VI - Centros e Diretórios Acadêmicos, de nível médio e superior.

§ 2º Observado o disposto no § 2º do art. 1º da Lei nº 12.933, de 2013 , deverão constar os seguintes elementos na CIE:

I - nome completo e data de nascimento do estudante;

II - foto recente do estudante;

III - nome da instituição de ensino na qual o estudante esteja matriculado;

IV - grau de escolaridade; e

V - data de validade até o dia 31 de março do ano subsequente ao de sua expedição.

§ 3º No ato de solicitação da CIE, o estudante deverá apresentar documento de identificação com foto expedido por órgão público e válido em todo território nacional e comprovante de matrícula correspondente ao ano letivo a que se refere o pedido.

§ 4º É vedada a cobrança de taxa de expedição da CIE para jovens estudantes de baixa renda, mediante comprovação dos requisitos estabelecidos no inciso I do caput do art. 2º.

§ 5º Os custos da expedição da CIE para jovens estudantes de baixa renda serão arcados pela instituição que a expedir.

§ 6º A CIE gratuita será idêntica à emitida a título oneroso e deverá ser expedida no mesmo prazo e por todos os locais credenciados para a sua expedição.

Art. 4º As entidades mencionadas nos incisos do § 1º do art. 3º deverão manter o documento comprobatório do vínculo do aluno com a instituição de ensino e disponibilizar banco de dados com o nome e o número de registro dos estudantes portadores da CIE, pelo mesmo prazo de validade da CIE, para eventuais consultas pelo Poder Público, estabelecimentos, produtoras e promotoras de eventos.

§ 1º É vedada a guarda de dados pessoais, após o vencimento do prazo de validade da CIE.

§ 2º Ficam assegurados o sigilo e a proteção de dados pessoais apurados no banco de dados referido no caput , sob responsabilidade das entidades mencionadas, vedada sua utilização para fins estranhos aos previstos neste Decreto.

Art. 5º Os jovens de baixa renda terão direito ao benefício da meia-entrada mediante a apresentação, no momento da aquisição do ingresso e na portaria ou na entrada do local de realização do evento, da Identidade Jovem acompanhada de documento de identificação com foto expedido por órgão público e válido em todo o território nacional.

§ 1º A Secretaria-Geral da Presidência da República, por meio da Secretaria Nacional de Juventude, emitirá a Identidade Jovem, conforme ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República.

§ 2º A emissão de que trata o § 1º contará com o apoio do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Art. 6º As pessoas com deficiência terão direito ao benefício da meia-entrada mediante a apresentação, no momento da aquisição do ingresso e na portaria ou na entrada do local de realização do evento:

I - do cartão de Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social da pessoa com deficiência; ou

II - de documento emitido pelo Instituto Nacional do Seguro Social - INSS que ateste a aposentadoria de acordo com os critérios estabelecidos na Lei Complementar nº 142, de 8 de maio de 2013 .

§ 1º Os documentos de que tratam os incisos I e II do caput deverão estar acompanhados de documento de identificação com foto expedido por órgão público e válido em todo o território nacional.

§ 2º Os documentos previstos nos incisos I e II do caput serão substituídos, conforme regulamento, quando for instituída a avaliação da deficiência prevista no § 1º do art. 2º da Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 , para fins da meia-entrada.

§ 3º Quando a pessoa com deficiência necessitar de acompanhamento, ao seu acompanhante também se aplica o direito ao benefício previsto no caput .

§ 4º Enquanto não for instituída a avaliação de que trata o § 2º , com a identificação da necessidade ou não de acompanhante para cada caso, o benefício de que trata o § 3º será concedido mediante declaração da necessidade de acompanhamento pela pessoa com deficiência ou, na sua impossibilidade, por seu acompanhante, no momento da aquisição do ingresso e na portaria ou na entrada do local de realização do evento.

Art. 7º O valor do ingresso de meia-entrada deve equivaler à metade do preço do ingresso cobrado para a venda ao público em geral.

§ 1º O benefício previsto no caput não é cumulativo com outras promoções e convênios.

§ 2º O benefício previsto no caput não é cumulativo com vantagens vinculadas à aquisição do ingresso por associado de entidade de prática desportiva, como sócio torcedor ou equivalente e com a oferta de ingressos de que trata o inciso X do caput do art. 4º da Lei nº 13.155, de 4 de agosto de 2015 .

Art. 8º A concessão do benefício da meia-entrada aplica-se a todas as categorias de ingressos disponíveis para venda ao público em geral.

§ 1º A regra estabelecida no caput aplica-se a ingressos para camarotes, áreas e cadeiras especiais, se vendidos de forma individual e pessoal.

§ 2º O benefício previsto no caput não se aplica ao valor dos serviços adicionais eventualmente oferecidos em camarotes, áreas e cadeiras especiais.

Art. 9º A concessão do benefício da meia-entrada aos beneficiários fica assegurada em quarenta por cento do total de ingressos disponíveis para venda ao público em geral, em cada evento.

Parágrafo único. Os ingressos destinados exclusivamente à venda para associados de entidades de prática desportiva, como sócio torcedor ou equivalente, não serão considerados para cálculo do percentual de que trata o caput .

Art. 10. Os ingressos de meia-entrada, no percentual de que trata o caput do art. 9º, deverão ser reservados aos beneficiários a partir do início das vendas até quarenta e oito horas antes de cada evento, com disponibilidade em todos os pontos de venda de ingresso, sejam eles físicos ou virtuais.

§ 1º Após o prazo estipulado no caput , a venda deverá ser realizada conforme demanda, contemplando o público em geral e os beneficiários da meia-entrada, até limite de que trata o art. 9º.

§ 2º A venda de ingressos iniciada após o prazo estipulado no caput seguirá a regra do § 1º.

§ 3º No caso de eventos realizados em estabelecimentos com capacidade superior a dez mil pessoas, o prazo de que trata o caput será de setenta e duas horas.

Art. 11. Os estabelecimentos, as produtoras e as promotoras de eventos disponibilizarão, de forma clara, precisa e ostensiva, as seguintes informações:

I - em todos os pontos de venda de ingresso, sejam eles físicos ou virtuais, e na portaria ou na entrada do local de realização do evento :

a) as condições estabelecidas para o gozo da meia-entrada, com a transcrição do art. 1º da Lei nº 12.933, de 2013 ; e

b) os telefones dos órgãos de fiscalização; e

II - em todos os pontos de venda de ingresso, sejam eles físicos ou virtuais:

a) o número total de ingressos e o número de ingressos disponíveis aos beneficiários da meia-entrada de que trata este Decreto e, se for o caso, com a especificação por categoria de ingresso; e

b) o aviso de que houve o esgotamento dos ingressos disponíveis aos beneficiários da meia-entrada de que trata este Decreto, incluindo formatos acessíveis a pessoas com deficiência sensoriais.

Parágrafo único. Na ausência das informações previstas no inciso II do caput , será garantido ao jovem de baixa-renda, aos estudantes, às pessoas com deficiência e ao seu acompanhante, quando necessário, o benefício da meia-entrada, independentemente do percentual referido no caput do art. 9º.

Art. 12. Os estabelecimentos, as produtoras e as promotoras de eventos deverão elaborar relatório da venda de ingressos após o encerramento das vendas, com indicação dos ingressos vendidos como meia-entrada.

Parágrafo único. O relatório de que trata o caput deverá ser mantido pelo prazo de trinta dias, contado da data da realização de cada evento, em sítio eletrônico ou em meio físico.

Seção II

Reserva de vagas a jovens de baixa renda nos veículos do sistema de transporte coletivo interestadual

Art. 13. Na forma definida no art. 32 da Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, ao jovem de baixa renda serão reservadas duas vagas gratuitas em cada veículo, comboio ferroviário ou embarcação do serviço convencional de transporte interestadual de passageiros e duas vagas com desconto de cinquenta por cento, no mínimo, no valor das passagens, a serem utilizadas depois de esgotadas as vagas gratuitas.

§ 1º Para fins do disposto no caput, incluem-se na condição de serviço de transporte convencional:

I - os serviços de transporte rodoviário interestadual de passageiros, prestado em veículo de características básicas, com ou sem sanitários, em linhas regulares;

II - os serviços de transporte ferroviário interestadual de passageiros, em linhas regulares; e

III - os serviços de transporte aquaviário interestadual, abertos ao público, realizados em rios, lagos, lagoas e baías, que operam linhas regulares, inclusive travessias.

§ 2º Para fazer uso das vagas gratuitas ou com desconto de cinquenta por cento previstas no caput, o beneficiário deverá solicitar um único bilhete de viagem do jovem, nos pontos de venda da transportadora, com antecedência mínima de três horas em relação ao horário de partida do ponto inicial da linha do serviço de transporte, podendo solicitar a emissão do bilhete de viagem de retorno, observados os procedimentos da venda de bilhete de passagem.

§ 3º Na existência de seções, nos pontos de seção devidamente autorizados para embarque de passageiros, a reserva de assentos deverá estar disponível até o horário definido para o ponto inicial da linha, conforme previsto no § 2º.

§ 4º Após o prazo estipulado no § 2º, caso os assentos reservados não tenham sido objeto de concessão do benefício de que trata este Decreto, as empresas prestadoras dos serviços poderão colocá-los à venda.

§ 5º Enquanto os bilhetes dos assentos referidos no § 4º não forem comercializados, continuarão disponíveis para o exercício do benefício da gratuidade e da meia-passagem.

§ 6º O jovem deverá comparecer ao terminal de embarque até trinta minutos antes da hora marcada para o início da viagem, sob pena de perda do benefício.

§ 7º O bilhete de viagem do jovem é nominal e intransferível e deverá conter referência ao benefício obtido, seja a gratuidade, seja o desconto de cinquenta por cento do valor da passagem.

Art. 14. No ato da solicitação do bilhete de viagem do jovem, o interessado deverá apresentar a Identidade Jovem acompanhada de documento de identificação com foto expedido por órgão público e válido em todo território nacional.

Parágrafo único. Quando o benefício não for concedido, as empresas prestadoras dos serviços de transporte deverão emitir ao solicitante documento que indicará a data, a hora, o local e o motivo da recusa.

Art. 15. O beneficiário não poderá fazer reserva em mais de um horário para o mesmo dia e mesmo destino ou para horários e dias cuja realização da viagem se demonstre impraticável e caracterize domínio de reserva de lugares, em detrimento de outros beneficiários.

Art. 16. O bilhete de viagem do jovem será emitido pela empresa prestadora do serviço, em conformidade com a legislação tributária e com os regulamentos da ANTT e da Antaq.

Parágrafo único. As empresas prestadoras dos serviços de transporte deverão informar à ANTT e à Antaq a movimentação de usuários titulares do benefício, por seção e por situação, na periodicidade e na forma definida por estas Agências em regulamento.

Art. 17. O jovem de baixa renda titular do benefício a que se refere o art. 13 terá assegurado os mesmos direitos garantidos aos demais passageiros.

Parágrafo único. Não estão incluídas no benefício as tarifas de utilização dos terminais, de pedágio e as despesas com alimentação.

Art. 18. O jovem de baixa renda está sujeito aos procedimentos de identificação de passageiros ao se apresentar para embarque, de acordo com o estabelecido pela ANTT e pela Antaq.

Art. 19. Além dos benefícios previstos no art. 13, fica facultada às empresas prestadoras de serviços de transporte a concessão ao jovem de baixa renda do desconto mínimo de cinquenta por cento do

valor da passagem para os demais assentos disponíveis do veículo, comboio ferroviário ou da embarcação do serviço de transporte interestadual de passageiros.

Art. 20. As empresas prestadoras dos serviços de transporte disponibilizarão em todos os pontos de venda de passagens, sejam eles físicos ou virtuais, cópia do art. 32 da Lei nº 12.852, de 2013 , e deste Decreto.

Art. 21. O benefício de que trata o art. 13 será disciplinado em resolução específica pela ANTT e pela Antaq, assegurada a disponibilização de relatório de vagas gratuitas e vagas com desconto concedidas.

Seção III

Disposições Finais

Art. 22. O descumprimento das disposições previstas no art. 23 e no art. 32 da Lei nº 12.852, de 2013 , na Lei nº 12.933, de 2013 , e neste Decreto sujeita os estabelecimentos, produtoras e promotoras responsáveis pelos eventos culturais e esportivos e as empresas prestadoras dos serviços de transporte às sanções administrativas estabelecidas no Capítulo VII do Título I da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 , e no art. 78-A e seguintes da Lei nº 10.233, de 5 de junho de 2001 , sem prejuízo das demais sanções previstas em lei.

Art. 23. A emissão irregular ou fraudulenta de carteiras estudantis sujeita a entidade emissora às sanções previstas no parágrafo único do art. 3º da Lei nº 12.933, de 2013 , sem prejuízo das demais sanções previstas em lei ou das sanções aplicáveis aos responsáveis pela irregularidade ou fraude.

Art. 24. A fiscalização do cumprimento do disposto na Lei nº 12.933, de 2013 , e neste Decreto será exercida em todo território nacional pelos órgãos públicos competentes federais, estaduais, municipais e distrital, conforme área de atuação.

Art. 25. Aplicam-se as seguintes regras transitórias aos eventos realizados após a entrada em vigor deste Decreto, mas que tiveram ingressos vendidos, total ou parcialmente, antes da referida vigência: I - os meios de comprovação aceitos pelos estabelecimentos, produtoras e promotoras para compra de ingresso com benefício da meia-entrada, antes da vigência deste Decreto, não podem ser recusados para acesso aos eventos, na portaria ou no local de entrada; e

II - o percentual de quarenta por cento de que trata o art. 9º poderá ser calculado sobre o total de ingressos disponibilizados para venda ao público em geral ou apenas sobre o número restante de ingressos disponíveis após a entrada em vigor deste Decreto, o que for mais benéfico aos estabelecimentos, produtoras e promotoras.

Art. 26. Os relatórios de que tratam o art. 12 e o art. 21 devem ser disponibilizados apenas para os eventos e viagens que forem realizados após a entrada em vigor deste Decreto.

Art. 27. Os órgãos competentes deverão adotar as medidas necessárias para disponibilizar, a partir de 31 de março de 2016, a Identidade Jovem e o bilhete de viagem do jovem, para fins de percepção do benefício de que tratam os art. 5º e art. 13.

Art. 28. Este Decreto entra em vigor no dia 1º de dezembro de 2015.

Brasília, 5 de outubro de 2015; 194º da Independência e 127º da República.

DILMA ROUSSEFF

Antônio Carlos Rodrigues

João Luiz Silva Ferreira

George Hilton

Este texto não substitui o publicado no DOU de 6.10.2015