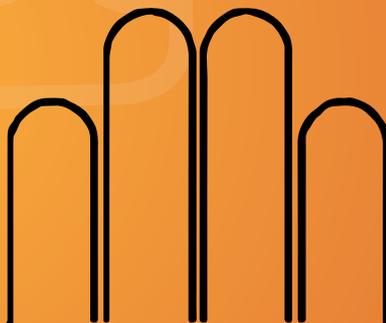


Revista

Expressão Científica

2018

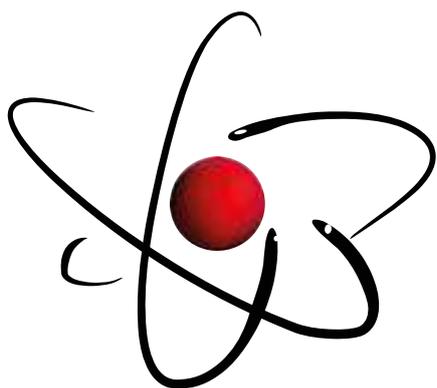
II comtur



Edição Especial ComTur

ISSN: 2447-9209

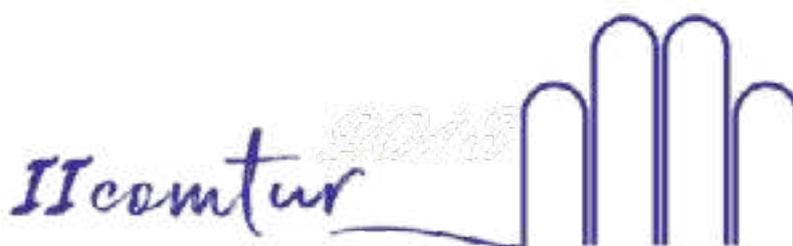




Revista

Expressão Científica

2018



II Colóquio Master de Turismo

29 e 30 de novembro de 2018

PESQUISA, PLANEJAMENTO E GESTÃO DE TURISMO

ISSN: 2447-9209



Editora-Chefe

Vanina Cardoso Viana Andrade

Conselho Editorial

Diego Ramos Feitosa

Jéssika Lima Santos

Júlio César Nunes Ramiro

César de Oliveira Santos

Kelly Cristina Barbosa

Salim Silva Souza

Capa:

Diagramação: Jéssika Lima Santos

Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou duplicada sem autorização expressa do IFS.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R454	Revista Expressão Científica - Edição Especial Comtur [e-book]/ Instituto Federal de Sergipe - ano. 3, v.3, Aracaju: IFS, 2018. Semestral ISSN: 2447-9209 1. Generalidade - Periódicos. I. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe. CDU: 000
------	---

Ficha catalográfica elaborada por Kelly Cristina Barbosa - CRB 5-1637

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS

Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia, Bairro Jardins -
Aracaju | Sergipe.
CEP: 49025-330 TEL.: 55 (79) 3711-3222 E-mail: edifs@ifs.edu.br
Impresso no Brasil - 2018



Ministério da Educação

**Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de Sergipe**

Presidente da República

Michel Miguel Elias Temer Lulia

Ministro da Educação

Rossieli Soares da Silva

Secretária da Educação Profissional e Tecnológica

Eline Neves Braga Nascimento

Reitor IFS

Ruth Sales Gama de Andrade

Pró-reitora de Pesquisa e Extensão

Chirlaine Cristine Gonçalves

SUMÁRIO

Contribuições do método hermenêutico para a pesquisa em turismo <i>Flaviano Oliveira Fonsêca</i>	10
Cooperação como ferramenta estratégica de desenvolvimento dos hotéis independentes: um estudo no Vale do Café - RJ <i>Dian de Almeida Medina</i> <i>Jorge Alberto Velloso Saldanha</i> <i>Camila Arantes de Paula Medina</i>	15
Corredores das águas e norte pioneiro: as políticas de desenvolvimento e competitividade do Paraná <i>Mayna de Aquino</i> <i>Margarete Araujo Teles</i>	20
Ecoturismo no Parque Nacional Serra de Itabaiana-SE: o olhar do visitante sobre a realidade atual e os desafios para o turismo <i>Emanuella Santos de Carvalho</i> <i>José Wellington Carvalho Vilar</i>	26
Educação turística: estratégia de fomento ao desenvolvimento turístico na cidade de Santa Leopoldina-ES <i>Aldo Rezende</i> <i>Bruno dos Santos Pardo Moura</i> <i>Maria José de Resende Ferreira</i>	32
Estudo sobre a acessibilidade nos monumentos cívicos da capital federal <i>Donária Coelho Duarte</i> <i>Anna Beatriz De Lima Vieira</i> <i>Laís Andrade Batista Cavalcanti</i> <i>Wallacy Lopes Pereira Moura</i>	37
Gastronomia sergipana: potencial elementos competitivo par o setor hoteleiro aracajuano <i>Dayseanne Teles Lima</i> <i>Denio Santos Azevedo</i>	42
Gestão de destinos turísticos costeiros: ordenamento territorial do turismo em Coruripe-Alagoas <i>Jucileide da Silva Sobreira</i> <i>José Wellington Carvalho Vilar</i>	47

Gestão pública do turismo no município de Pedro II - Piauí <i>Ângela Araújo Gomes</i> <i>Elissélia Keila Ramos Paes</i> <i>Fabio de Sousa Teixeira</i>	51
Gestão sustentável e funcional nas organizações: um estudo empírico do Aracaju convention & Visitors Bureau <i>Eliane Avelina de Azevedo Sampaio</i> <i>Fabiana Almeida da Silveira</i>	56
Governança inteligente de destinos turísticos: o caso de Aracaju, Sergipe <i>Fábio Berto Santos</i> <i>Lício Valério Lima Vieira</i>	61
Marinete cultural: roteiro turístico noturno no centro histórico de Aracaju <i>Itala Margareth Ranyol Aben-Athar</i> <i>Daniella Pereira de Souza Silva</i>	66
O centro histórico de Aracaju/SE: enquanto espaço público de lazer e turismo <i>Cristiane Alcântara de Jesus Santos</i> <i>Jislane Oliveira de Jesus</i> <i>Bruno Matheus Jesus dos Santos</i>	71
O turismo acessível como fator competitivo do destino turístico inteligente <i>Waleska Diniz Santana</i> <i>Letícia Bianca Barros de Moraes Lima</i>	75
Percalços de uma estrada-parque na Chapada dos Veadeiros <i>Carlos Shiley Domiciano</i> <i>Eurípedes Moreira de Melo</i> <i>Hérika Patrícia Gonçalves Fragoso</i>	80
Perfil do turista que visita o atrativo cânions de Xingó, em Canidé <i>Maria Janicleia Fernandes de Jesus</i>	85
Políticas públicas e acessibilidade: estudo no centro histórico de São Luís para pessoas com deficiência <i>Katia Virginia Espindola Rodrigues dos Santos</i> <i>Donária Coelho Duarte</i>	91
Por que mensurar a competitividade de destinos turísticos? <i>Valdislene Silva dos Santos</i> <i>Jaime José da Silveira Barros Neto</i>	96

Práticas turísticas e governança na APA de Piaçabuçu (Alagoas Brasil) <i>Eduina Bezerra França</i> <i>José Wellington Carvalho Vilar</i>	100
REDETUR - Rede de apoio integrado ao turismo quilombola de base comunitária no médio Jequitinhinha/MG <i>Luciana Priscila do Carmo</i> <i>Ludimila de Miranda Rodrigues Silva</i> <i>José Antônio Souza de Deus</i>	106
Roteiro de turismo rural: caminhos da Serra de Itabaiana inseridos na inovação social <i>Ellen Monique Carvalho Fonseca</i> <i>Itala Margareth Ranyol Aben-Athar</i>	111
Tecnologia móvel para gerenciamento de produtos turísticos <i>Leylane Meneses Martins</i> <i>José Wellington Carvalho Vilar</i> <i>Marcélio de Oliveira Santana</i>	114
Turismo de base comunitária e o associativismo no contexto da reestruturação produtiva do município de Indiaroba/SE <i>Carla Norma Correia Dos Santos</i> <i>José Wellington Carvalho Vilar</i>	120
Turismo e acessibilidade: estudo nas igrejas católicas de Planaltina/DF para o deficiente motor e visual <i>Leonardo Felipe de Oliveira Palheta</i> <i>Donária Coelho Duarte</i>	125
Validação de variáveis para avaliação da competitividade de destinos turísticos <i>Aristides Faria Lopes dos Santos</i>	130
Pôsteres	
AS CONTRIBUIÇÕES DAS METODOLOGIAS PARTICIPATIVAS NA CONSTRUÇÃO DO TBC: A EXPERIÊNCIA NA COMUNIDADE JACARÉ, EM TOBIAS BARRETO/SE	136
DESENVOLVIMENTO DE METODOLOGIA PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS SISTEMATIZADO POR MEIO DE UM SOFTWARE	137
DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO PARA IMPLEMENTAÇÃO DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO POVOADO PALMEIRAS, MUNICÍPIO DE MALHADOR, SERGIPE	138
RUA DE LAZER PARA ARACAJU – SE: UMA PROPOSTA DE RESSIGNIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO PARA COMUNIDADE E VISITANTES	139
OURICURI, PRODUÇÃO ARTESANAL E TURISMO EM ALAGAMAR –PIRAMBU/SE	140

COMISSÃO CIENTÍFICA

Dr. Aguinaldo Cesar Fratucci (UFF)
Dr. Alexandre Panosso Netto (EACH-USP)
Msc. Aristides Faria Lopes Dos Santos (IFSP)
Dr. Cláudio Roberto Braghini (IFS)
Dr. Denio Santos Azevedo (UFS)
Dra. Fabiana Faxina (IFS)
Dr. Flaviano Oliveira Fonseca (IFS)
Dra. Irineia Rosa Do Nascimento (IFS)
Dr. Jaime José da Silveira Barros Neto (IFS)
Dr. José Augusto Andrade Filho (IFS)
Dr. José Manoel Gonçalves Gandara (UFPR)
Dr. José Roberto De Lima Andrade (UFS)
Dr. José Wellington Carvalho Vilar (IFS)
Dra. Kerley Dos Santos Alves (UFOP)
Dr. Leticia Bianca Barros De Moraes Lima (IFS)
Dr. Lício Valério Lima Vieira (IFS)
Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre (UFS)
Dra. Mary Nadja Lima Santos (IFS)
Dra. Silvana Pirillo Ramos (UFAL)
Msc. Tais Alexandre Antunes Paes (UFS)
Dra. Veruska Chemet Dutra (IFTO)

COMISSÃO ORGANIZADORA

Prof. Dr. Claudio Roberto Braghini
Prof. Dr. Jaime José da Silveira Barros Neto
Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar
Prof. Dr. José Augusto Andrade Filho
Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira

Discentes do Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe:

Aline Andrade Santos
Eliane Avelina Azevedo Sampaio
Fabiana Almeida da Silveira
Lais Cristina Faria Cordeiro
Leylane Meneses Martins
Manoel Elielson Cordeiro de Jesus
Monica Maria Liberato
Paula da Silva Bödeker
Silene Lazarito Alves
Valdislene Silva Santos

APRESENTAÇÃO

A segunda edição do Colóquio Máster de Turismo é um evento de abrangência nacional promovido pelo Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo - PPMTUR do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe, destinado a professores, alunos e pesquisadores vinculados a cursos de Graduação e Pós-Graduação em Turismo e/ou áreas afins.

A temática central do evento gira em torno da PESQUISA, PLANEJAMENTO E GESTÃO DE TURISMO com os seguintes eixos temáticos: Gestão de Destinos Turísticos, Métodos e Técnicas de Investigação em Turismo, Sistemas, Processos e Inovação em Turismo e Turismo de Base Comunitária (TBC).

Apresentamos a primeira edição dos Anais do II Colóquio Máster de Turismo, compostos por resumos expandidos e pôsteres apresentados por pesquisadores de todas as partes do Brasil durante o evento no dia 30 de novembro de 2018, no Centro de Pós-Graduação do Instituto Federal de Sergipe, em Aracaju, Sergipe.

Esses Anais são considerados um importante avanço no rol das publicações que visam coletivizar discussões sobre as mais variadas problemáticas do turismo nos eixos temáticos do evento.

Os trabalhos que compõem esses Anais são produções científicas que apresentam pesquisas concluídas ou em desenvolvimento, que posteriormente podem ser transformados em artigos completos a serem publicados em periódicos de qualidade e credibilidade acadêmica.

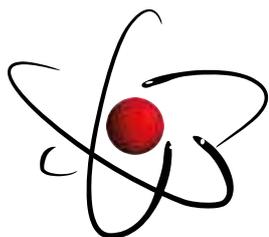
Os objetivos desses anais são a circulação de informações, além de servir como objeto de consulta para nortear o desenvolvimento futuro de novos trabalhos acadêmicos no Turismo.

E assim compartilhamos com a sociedade, uma publicação científica e diversificada que, contribuirá para que pesquisadores de todo o Brasil incentive e aperfeiçoe sua habilidade de pesquisa na área do Turismo e afins.

Aracaju, novembro de 2018.

Comissão Científica Comissão Organizadora

II Colóquio Máster de Turismo – COMTUR



CONTRIBUIÇÕES DO MÉTODO HERMENÊUTICO PARÁ A PESQUISA EM TURISMO

Flaviano Oliveira Fonsêca¹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Turismo de Base Comunitária (GTBC)

Resumo:

O objetivo principal deste trabalho é apresentar a hermenêutica como proposta metodológica capaz de contribuir na pesquisa em turismo. A hermenêutica é um ramo da Filosofia que cuida da arte de interpretar textos, sejam eles visuais, acústicos, escritos, falados, sonoros e afins. A metodologia utilizada foi a análise e a interpretação de textos e, mais pontualmente, do pensamento de Gadamer em *Hermenêutica em retrospectiva* e em *Verdade e Método*. As principais conclusões apontam que a experiência da verdade é hermenêutica na medida em que ocorre numa constante relação, na qual a parte modifica o todo e o todo modifica a parte. E, nesse ponto, a pesquisa em turismo no âmbito da construção de sua epistemologia, de vertente hermenêutica passa por essa tensão, isto é: a capilarização da vivência e da experiência turística em diálogo com a abertura e acolhida para o novo e para o inesperado.

Palavras-chave: Epistemologia; turismo; método.

1 Introdução

Os estudos em turismo, tradicionalmente, sempre destacaram a sua relação com o mercado por considerá-lo um vetor de grande importância para alavancar o desenvolvimento local e global. Assim sendo, é muito comum encontrarmos uma grande quantidade de abordagens sobre o turismo apenas em sua dimensão de oferta de produtos, serviços, equipamentos, experiências, vivências prazerosas e outras tantas atividades associadas ao ócio criativo, mas sempre com sua função posicionada para gerar e atender ao consumo no intuito de induzir o crescimento econômico.

A dimensão acadêmica, propriamente é recente e carece de um processo de consolidação e expressividade no âmbito das demais áreas do conhecimento e isso demandará algum tempo, mesmo que tal situação tem se modi-

ficado nas últimas duas décadas, pois vários estudiosos, a exemplo de Leiper (1981, 2000), Comic (1989), Centeno (1992), Spode (1993), Tribe (1997, 2000 e 2004), Beni (1998), Phillipmore e Goodson (2004), Panosso Netto (2005), Castillo Nechar e Lozano Cortés (2006), Ateljevic, Pritchard, e Morgan (2007) e Darbellay e Stock (2012), Jafari, J. (2001) dentre outros.

Abordar as possíveis contribuições da hermenêutica para a pesquisa em turismo nos leva aos seguintes questionamentos iniciais: como tem sido a relação do turismo com a filosofia? A filosofia chegou a ser considerada a “mãe” de todas as ciências, quais seriam as razões para tanto? Como os pesquisadores em turismo veem a filosofia? É possível alcançar o status de ciência prescindindo de alguma fundamentação epistemológica, considerando que a epistemologia é, também, um ramo da filosofia? Em que aspecto a hermenêutica pode adensar a “muscu-

¹ Doutor em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco; Discente do Curso de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe; membro do Grupo de Pesquisa Educação e Sociedade. E-mail: fflaviano10@hotmail.com

latura” científica da pesquisa em turismo? Quais as vantagens em adotar a hermenêutica como método capaz de buscar a verdade quando da pesquisa dos fenômenos turísticos? Esses seriam alguns questionamentos iniciais e de grande importância para que se possa falar na contribuição da hermenêutica para a pesquisa em turismo. Devo dizer, logo no início, que nem todas essas questões serão justificadas aqui, neste ensaio, permanecerão apenas como provocações.

2 Metodologia

O aporte metodológico consistiu na análise e interpretação dos textos *Hermenêutica em retrospectiva e Verdade e Método*, ambos de Gadamer, seguido de alguns comentaristas. Toda a análise foi desenvolvida com o intuito de descobrir na hermenêutica um caminho consistente para fundamentar a pesquisa em turismo.

3 O Turismo e a Hermenêutica

A hermenêutica é um ramo da filosofia, e sua contribuição, efetivamente deverá ser nessa direção. Pois, na medida em que o turismo se aproxima da filosofia, certamente, ele também poderá compartilhar da solidez metodológica que a filosofia ofereceu a todos os ramos das ciências ao longo da história. A nosso ver, uma das dificuldades de o turismo ser considerado e aceito como uma ciência está relacionada em grande parte ao seu distanciamento da Filosofia.

No passado a Filosofia chegou a ser considerada a “mãe de todas as ciências”. Embora nos dias atuais não possamos nos valer da integralidade e da força desta assertiva, porém a Filosofia permanece na base de fundamentação do conhecimento científico, de um modo geral, e essa observação indica que a Filosofia está presente desde as ciências duras a exemplo da matemática, da física e das ciências tecnológicas, passando por todas as humanidades e pelas ciências sociais, a exemplo do direito e da sociologia.

Com relação ao turismo há que se considerar algumas questões. Em primeiro lugar conforme Panosso Neto (2005), uma parte dos pesquisadores do turismo considera a Filosofia complexa demais e, em assim sendo qualquer tentativa de aproximação demandaria muito tempo. E, acima de tudo, há dúvidas por parte de um grupo de turismólogos (aqueles que vinculam o turismo apenas como uma atividade econômica e vê nessa área apenas a sua dimensão operacional em função do mercado) quanto a real e efetiva contribuição da filosofia para a pesquisa em turismo.

Em segundo lugar, dirá Panosso Neto (2005), que a quase totalidade dos filósofos não se interessa pelo turismo, e isso, segundo o mesmo autor se deve ao fato de que para esse grande grupo de filósofos, e que se trata da expressa maioria, o turismo não passa de uma vertente do ramo comercial e, não seria o caso se considerar uma área que pudesse reivindicar para si o *status* de ciência. E, torná-lo um ramo da ciência seria muito mais uma pretensão do que uma possibilidade de fática. Em todo caso, há que se considerar que há uns grupos de turismólogos, pesquisadores, têm empreendido esforços no sentido de requisitar da filosofia um aporte metodológico no que diz respeito à pesquisa em turismo.

No contexto da história da filosofia é de se notar que a Hermenêutica vem desde Aristóteles (384-322 a.C) e se estende até Gadamer (1960) com sua obra clássica *Verdade e Método*. A hermenêutica como método busca a possibilidade da verdade a partir de uma relação dialógica com textos, sejam eles: visuais, acústicos, escritos, falados, sonoros e outros como sua matéria ou assunto de interpretação. Nesse ponto a hermenêutica pretende ser teoria e metodologia, dirá Conde Gaxiola, (2008). Essa perspectiva é retomada por Beuchot (2003) ao afirmar ser este um novo paradigma da *episteme* filosófica na contemporaneidade.

Importa considerar que a hermenêutica se nutre de várias correntes. A esse respeito, esta reflexão corrobora com a hermenêutica dialética transformacional apropriada por Conde Gaxiola (2008a, 2008b), e aplicada ao turismo. Esta proposta visa inquirir sobre o ser humano não apenas em sentido metonímico, mas também em sentido metafórico. Para Conde Gaxiola (2008, p.93), trata-se de um caminho que pretende romper com “a estirpe univocista, visualizada nas orientações positivistas, funcionalistas, estruturalistas e condutivistas, partidárias da explicação superficial da compreensão, da literalidade negando a poeticidade, e dos modelos das ciências exatas e da natureza, avassalando os saberes humanistas”.

A hermenêutica, portanto, se impõe como uma metodologia crítica na leitura, releitura e nova interpretação do conceito turismo. Para os autores hermenêuticos, é importante a aplicação da hermenêutica nos estudos turísticos porque ela “proporcionaria elementos para aproximar-se de uma interpretação dos fatos turísticos, evitando os enfoques meramente descritivos, típicos do funcionalismo turístico e do culturalismo (CONDE GAXIOLA, 2008, p.93); e também, porque:

através de seu horizonte conceitual, ofertaria instrumentos para nos aproximar das grandes

temáticas do turismo. A nós parece que um tratamento hermenêutico e dialético das modalidades e práticas do tempo livre e do turismo na sociedade "... poderia oferecer novas pautas para abordá-las de forma mais adequada, e para contribuir na tipificação do planejamento e nas políticas turísticas do Estado e na caracterização das tendências turísticas mundiais, entre outros. (CONDE GAXIOLA, 2008, p.93).

Pernecky e Jamal (2010) apresentaram um quadro explicativo das diferenças entre a fenomenologia de Husserl (considerado um dos criadores da corrente filosófica) e da hermenêutica de Heidegger, que foi discípulo de Husserl, mas que mudou significativamente o aporte teórico da fenomenologia em busca da compreensão do ser no mundo (da-sein). Outros autores que elaboraram estudos turísticos e amparados na hermenêutica foram Ferreira (2008) e Patterson, Watson, Williams, Roggenbuck (1998) e Caton e Santos (2008).

A Hermenêutica e sua interface com o turismo

No percurso histórico para elaboração de sua hermenêutica, Gadamer empreendeu estudos considerando as contribuições de vários pensadores no sentido de encontrar um método capaz de estabelecer o conhecimento verdadeiro. Sua reflexão começa analisando a questão da criação do método cartesiano, suas condicionantes e, sobretudo a influência desse evento para o desenvolvimento da modernidade e, conseqüentemente da hermenêutica.

Entretanto, o método por excelência instituído e, amplamente, adotado pelas ciências modernas, na visão de Gadamer, se mostrou em muitos casos como um impedimento à verdade. Entretanto, nesse ponto específico, ele argumenta e justifica o processo pelo qual se libertou desse entrave. Tomando por base o pensamento de Heidegger, Gadamer procurou construir, em diálogo como toda a tradição precedente, o que resultou propriamente na sua hermenêutica filosófica.

Para isso, "Gadamer, na sequência de Heidegger, orienta seu procedimento para uma questão mais filosófica do que a interpretação em si mesma." (PALNNER, 1969). Nesse sentido, os processos de interpretação e compreensão não mais se baseiam numa dimensão metodológica, objetivadora da realidade a ser compreendida. Ao contrário, a hermenêutica gadameriana é uma forma de compreender o pensamento diário e da experiência, no acontecer dessa realidade.

Apropriar-se do método hermenêutico e aplicá-lo ao turismo significa exatamente um afeiçoar-se a esse *modus operandi* de compreender e interpretar a realidade e incorporar no fazer da "ciência" em turismo, o que implica uma releitura de como costumeiramente interpretamos a abordagem do turista. Isso implica o como compreendemos e interpretamos os sonhos, sua abertura para realizar experiências existenciais significativas e que se encontram no seu universo "espiritual" e imaterial, entre outros.

Na esteira de Gadamer seria esse um adequado procedimento hermenêutico, isto é, mergulhar na "aura" da experiência e da existência, no dia-a-dia daqueles que se dispõem e se entregam à intensidade de paisagens, culinárias, vivências lúdicas distantes do seu domicílio e outras.

O método hermenêutico implica entender e capilarizar essas "espontaneidades" do turista no acontecer da vivência e ou da experiência turística, e a partir daí catalisar como substrato fundamental para a ciência do turismo. Aqui, possivelmente esteja uma das mais importantes contribuições que a hermenêutica possa oferecer à epistemologia do turismo.

Segundo Gadamer (2012, p. 270), "a hermenêutica filosófica, tem como tarefa abrir a dimensão hermenêutica em toda a sua plenitude e alcance e de ampliar seu significado fundamental a todo o conjunto de nossa compreensão de mundo". Cremos que o termo compreensão aqui deve ser entendido como o ponto de partida onde o autor desenvolve sua concepção acerca da dinâmica de realização da interpretação, pois é em função deste termo (compreensão) que surge a necessidade de se repensar a essência da linguagem e os traços peculiares de seu próprio caminho no fazer dos estudos em turismo.

Por fim, para Gadamer a experiência da verdade é hermenêutica na medida em ocorre numa constante relação, na qual a parte modifica o todo e o todo modifica a parte. A experiência do todo que modifica a parte se realiza numa constante abertura para o novo, para o inesperado que, na verdade, se dá numa constante tensão com aquilo que já foi dito, já foi compreendido, ou seja, a verdade se dá na relação com o que já foi experienciado.

E, nesse ponto, a pesquisa em turismo no âmbito da construção de sua epistemologia, de vertente hermenêutica passa por essa tensão, isto é: a capilarização da vivência e da experiência turística em diálogo com a abertura e acolhida para o novo e para o inesperado. Portanto, a contribuição da hermenêutica para o conhecimento em turismo implica acolher, processar e capilarizar essa tensão em direção à verdade científica no âmbito da pesquisa em turismo.

4 Conclusões

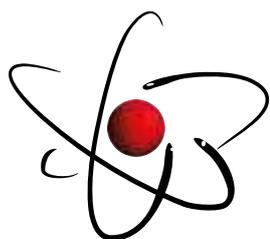
Assim, a hermenêutica filosófica não se apresenta como mais um método, mas antes de tudo ela tem a consciência que ela faz parte da história e que sua realização é fruto da experiência. Com isso, ela tem consciência de fazer parte de uma tradição, da qual ela mesma é tradição. Pelas contingências do tempo, neste ensaio tratarei apenas, da dimensão hermenêutica da linguagem deixando como provocação outras questões suscitadas.

Referências

- ATELJEVIC, I.; PRITCHARD, A.; MORGAN, N. (Eds.). **Critical turn in tourism studies**. Innovative Research Methodologies. Oxford: Elsevier. Beuchot, M. P. (2003). *Hermenêutica analógica y del umbral*. Salamanca: San Esteban, 2007.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do turismo**. São Paulo: Senac São Paulo, 1998.
- CASTILLO NECHAR, M.; LOZANO CORTÉS, M. **Apuntes para la investigación turística**. Cozumel-Quintana Roo: Universidad de Quintana Roo, 2006.
- CATON, K.; SANTOS, C. A. Closing the hermeneutic circle? Photographic Encounters with the Other. **Annals of Tourism Research**, 35(1), p. 7–26, 2008.
- CONDE GAXIOLA, N. **Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo?** Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Turismo. p.197-211, 2008.
- _____. ¿Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo? *Teoría y Praxis*, 5, p. 197-211, 2008a.
- _____. **Hermenéutica dialéctica transformacional aplicada al turismo, el derecho y las ciencias sociales**. México: Instituto Politécnico Nacional, 2008b.
- CENTENO, R. Ro. **Metodología de la investigación aplicada al turismo: casos prácticos**. México: Trillas, 1992.
- COMIC, D. K. **Tourism as a subject of philosophical reflection**. *Revue de Tourism*. Aiest, n. 2, 1989, p. 6-13, 1989.
- DARBELLAY, F.; STOCK, M. Tourism as complex interdisciplinary research object. **Annals of Tourism Research**, 39, p. 441–458, 2012.
- FERREIRA, L. R. O turismo sexual e a comunicação – um olhar hermenêutico sobre as relações entre visitantes e visitadas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 2(2), p. 84-112, 2008.
- GADAMER, Hans Gorg. **Verdade e método II: Complementos e índice**. Tradução de Enio Paulo Giachine. rev. Petrópolis, RJ.: Vozes, 2002.
- _____. **Hermenêutica em retrospectiva**. Tradução de Marco Antônio Casanova. 2.ed. Petrópolis, RJ.: Vozes, 2012a.
- _____. **Verdade e método I: Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica**. Tradução de Flávio Paulo Meurer. 12.ed. rev. Petrópolis, RJ.: Vozes, 2012b.
- GETRAT, Clóvis Vitor. **O conceito de verdade a partir da hermenêutica filosófica de Ransjeorge Gadamer**. São Leopoldo, 2008. Dissertação (Mestrado em filosofia) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Centro de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Filosofia, 2008.
- JAFARI, J. (2001). *Enciclopedia del turismo*. Síntesis. Madrid.
- LAWN, Chris. **Compreender Gadamer**. Tradução de Hélio Magri Filho. 3.ed. Petrópolis, RJ.: Vozes, 2011.
- LEIPER, N. Towards a cohesive curriculum in tourism: the case for a distinct discipline. *Annals of Tourism Research*, 8, pp. 69-84. Leiper, N. (1995). **Tourism management**. CollingwoodVictoria: RMIT Press, 1981.
- LEIPER, N. An emerging discipline. **Annals of Tourism Research**. 27(3), pp. 805-809, July 2000.
- PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.
- PHILLIMORE, J.; GOODSON, L. (Eds.). **Qualitative research in tourism**. Ontologies, epistemologies and methodologies. London: Routledge, 2004.

PALNNER, R. E. *Hermenêutica*. Tradução de Maria Luísa Ribeiro Ferreira. Lis Patterson, M. E., Watson, A. E., Williams, D. R., & Roggenbuck, J. R. *Hermeneutic Approach to Studying the Nature of Wilderness Experiences*. **Journal of Leisure Research**, 30(4), p. 423-452, 1998.

TRIBE, J. *Knowing about tourism. Epistemological issues*. In Phillimore, J. & Goodson, L. (Eds.), **Qualitative research in tourism**. Ontologies, epistemologies and methodologies London: Routledge. p. 46– 62, 2004.



COOPERAÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE DESENVOLVIMENTO DOS HOTÉIS INDEPENDENTES: UM ESTUDO NO VALE DO CAFÉ - RJ

Dian de Almeida Medina²; Jorge Alberto Velloso Saldanha³; Camila Arantes de Paula Medina⁴

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Turismo de Base Comunitária (GTBC)

Resumo:

O objetivo geral deste estudo foi mensurar a viabilidade da cooperação como ferramenta estratégica de desenvolvimento dos hotéis independentes localizados no Vale do Café/RJ. A partir da pesquisa exploratória foi possível identificar quais estratégias poderiam ser feitas de maneira cooperada na região do estudo. A coleta de dados foi constituída de vinte e uma entrevistas aprofundadas. Como parte dos resultados, obteve-se o percentual de viabilidade destas estratégias poderem ser, ou não, realizadas de forma cooperada. Foram consideradas viáveis de serem realizadas de forma cooperada as estratégias com mais de 50% de viabilidade. Em resposta ao objetivo geral, a viabilidade de dez estratégias foi mensurada e constatou-se que a cooperação é possível de ser realizada. Em resposta aos objetivos intermediários do estudo, são oferecidos resultados referentes a descrição das empresas e dos atores entrevistados, as práticas de cooperação realizadas na região e as dificuldades de se cooperar.

Palavras-chave: Cooperação, hotéis independentes, estratégia.

1 Introdução

Este trabalho teve como foco o estudo das relações de cooperação entre os hotéis independentes no Vale do Café. O que originou esta discussão foi a constatação de que poucos estudos acadêmicos evidenciam a relevância da cooperação para o desenvolvimento e fortalecimento dos hotéis independentes.

A globalização tornou o mundo dos negócios um campo com alto grau de incerteza operacional e estratégica. Os modelos organizacionais baseados em estruturas hierarquizadas e integradas verticalmente, que marcam o modo de produção e gestão do fordismo, já não conseguem responder às demandas dos mercados cada vez

mais instáveis, mostrando, assim, sua ineficiência frente às mudanças econômicas e tecnológicas. Deste modo, as organizações modernas enfrentam o desafio de se adequarem a esta nova realidade, mudando seus modelos organizacionais, a fim de alcançar conhecimento e recursos necessários para se manterem competitivas e atualizadas.

Nesse contexto de mudanças organizacionais, a formação de redes se apresenta como alternativa viável frente aos novos desafios, permitindo que as organizações mantenham o foco nas competências centrais e busquem parcerias com outras organizações, para alcançar a flexibilidade que o mercado exige (Peci, 1999). Paralelamente, as pequenas empresas independentes, que embora tenham

² Discente do Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia da UFRRJ. E-mail: medinafiles@gmail.com

³ Doutor em Engenharia de Produção pela UFSC. E-mail: javsa@terra.com.br

⁴ Discente do Curso de Mestrado Acadêmico em Administração da UFRRJ. E-mail: camila.turismo15@gmail.com

maior flexibilidade, também podem se beneficiar da formação de redes, tendo em vista as dificuldades de se manterem ativas de forma isolada.

Nos modelos de sistemas turísticos, como os de Beni (1998) e Petrochi (1998), destacam-se as quatro atividades destinadas ao consumidor-turista: alojamento, transporte, atrativo e serviços de apoio. Para Carvalho (2000), o setor de hospedagem é a base do setor do turismo. Verifica-se, portanto, que a hotelaria, como sinônimo de alojamento, é atividade essencial ao turismo.

Segundo o estudo *Lodging Industry in Numbers – Brazil 2014*, publicado pela consultoria imobiliária Jones Lang LaSalle Hotels em 2013, 91% dos hotéis e flats no Brasil eram administrados independentemente e não pertenciam a nenhuma rede de hotéis, representando 69,3% da oferta de quartos disponíveis no país, sendo predominantemente hotéis de pequeno porte.

Nessa perspectiva, este artigo tem por objetivo mensurar a viabilidade da cooperação como ferramenta estratégica para gestão dos hotéis independentes localizados no Vale do Café. E, também, tem como objetivos específicos caracterizar os hotéis localizados no Vale do Café; identificar as atuais práticas de cooperação realizadas no Vale do Café; identificar os fatores que dificultam a cooperação pela ótica dos gestores hoteleiros e por fim, identificar quais são as estratégias de cooperação viáveis para o mercado hoteleiro no Vale do Café.

2 Metodologia

O presente estudo foi delineado inicialmente a partir de um estudo de caráter exploratório e de abordagem qualitativa (VERGARA, 2000).

Visão também corroborada por Gil (2010, p.27), quando o mesmo afirma que as “pesquisas exploratórias são utilizadas para proporcionar uma visão geral, que possibilite esclarecer ideias e conceitos tendo em vista a formulação de problemas ou hipóteses”.

Para alicerçar esta pesquisa, utilizou-se como norteadora a abordagem sistêmica. Conforme Martins e Theophilo (2009), a abordagem de sistemas é uma ferramenta analítica útil para compreender fenômenos, por tratar da compreensão de um fenômeno no contexto mais amplo e por retratar relacionamentos entre partes constituintes como propriedade essencial. Deste modo, um meta estudo começou a ser desenvolvido para identificar o “estado da arte” sobre os temas que abrangem a pesquisa.

Os principais objetivos da primeira fase deste estudo foram: revisar o estado da arte dos principais temas que

a pesquisa aborda, identificar as características do mercado (tamanho das hotéis e formas de administração), entender a relevância do tema para o setor, realizar contato com um executivo da área e obter contatos para a segunda fase da pesquisa.

Para atender parte dos objetivos, realizou-se uma entrevista exploratória onde foi possível delinear quais estratégias de cooperação seriam testadas na pesquisa de campo, com base nos relatos da executiva entrevistada foi possível estabelecer as dez estratégias utilizadas na pesquisa, bem como, foi possível definir os critérios para escolha dos entrevistados.

A população desta pesquisa foi definida através do levantamento feito pelo autor para apurar o número de hotéis disponíveis na região do Vale do Café, a partir dos números obtidos, optou-se por definir a amostra do estudo de forma intencional.

Martins e Teóphilo (2009) argumentam que a amostragem intencional segue um critério escolhido intencionalmente pelo pesquisador, com a intenção de investigar os grupos dos quais deseja saber a opinião.

Na segunda fase da pesquisa, realizou-se o pré-teste do questionário, que foi utilizado nas entrevistas. As entrevistas foram conduzidas individualmente com gestores ou proprietários dos empreendimentos, através de formulários semiestruturados. A estruturação de entrevista com perguntas abertas é particularmente útil em pesquisas exploratórias quando o pesquisador quer saber “como as pessoas pensam e não quantas pessoas pensam de determinado modo” (KOTLER & KETTLER, 2006, p. 104).

Segundo Roesch (2003), entrevistas sem nenhuma estruturação não são recomendadas pois resultam num acúmulo de informações difíceis de analisar. Enseja-se assim, compreender como as variáveis se apresentam em seus contextos, ou seja, pressupõe-se que o comportamento humano é melhor compreendido no meio social onde ocorre (QUEIROZ, 1992). Todas as entrevistas realizadas foram registradas em gravações de áudio, para que posteriormente, fosse possível analisá-las com mais profundidade. Caso algum entrevistado não autorizasse a gravação, os pontos abordados na entrevista seriam registrados mediante à tomada de notas, fato esse que não ocorreu.

Os dados foram analisados seguindo orientações de alguns autores (Miles e Huberman 1994, Martins e Theophilo, 2009), que sugerem três etapas para proceder na análise de dados qualitativos, a saber: redução, apresentação e verificação.

3 Resultados da pesquisa

Os gestores foram questionados sobre a viabilidade de 10 estratégias. Estas estratégias foram desenvolvidas a partir das entrevistas exploratórias e refletem um esforço para se identificar as possibilidades de cooperação entre os hotéis da região.

Entre as estratégias apresentadas aos gestores, nove

foram consideradas viáveis e apenas uma não foi considerada possível de ser realizada pelos gestores (criar uma marca coletiva para os hotéis da região).

As estratégias descritas seriam consideradas viáveis ou não, conforme critério adotado por Saldanha (2009), em que as estratégias viáveis deveriam obter percentual acima de 50%, tendo em vista que sua implementação está sujeita à viabilidade para a maioria das empresas.

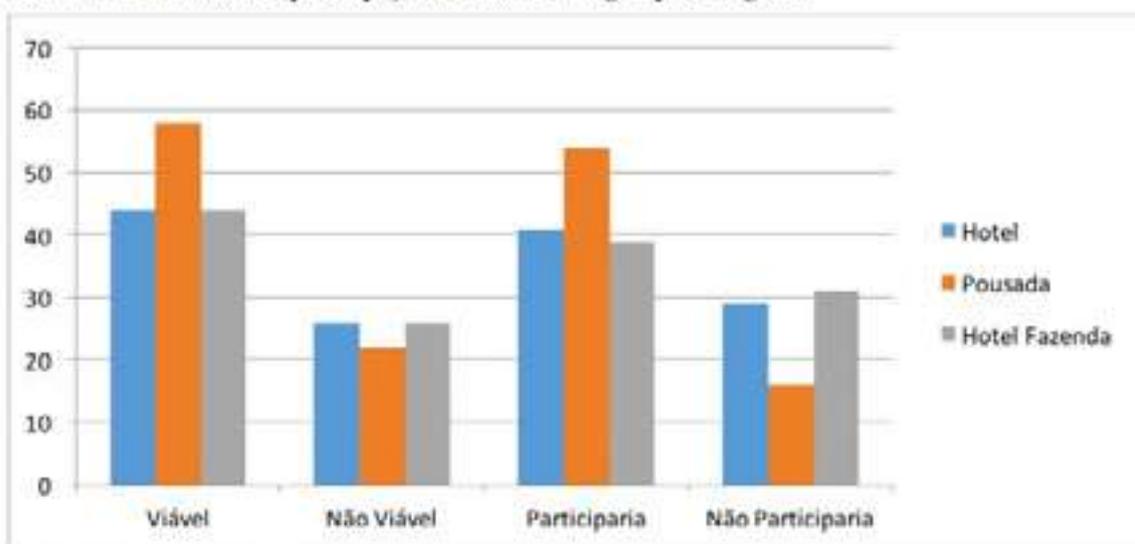
Tabela 1 - Viabilidade geral das estratégias

Estratégias	Viabilidade	Inviabilidade	Participação	Não Participação
Estratégia/01	71,42%	28,58%	85,72%	14,28%
Estratégia /02	52,39%	47,61%	61,90%	38,10%
Estratégia /03	61,91%	38,09%	52,39%	47,61%
Estratégia/04	71,43%	28,57%	61,91%	38,09%
Estratégia /05	80,95%	19,05%	80,95%	19,05%
Estratégia /06	66,66%	33,33%	52,39%	47,61%
Estratégia /07	71,43%	28,57%	66,66%	33,33%
Estratégia /08	76,20%	23,80%	71,43%	28,57%
Estratégia /09	80,92 %	19,08 %	76,20 %	23,80%
Estratégia /10	28,10 %	61,90 %	28,58%	71,42%

Fonte Dados da pesquisa.

No gráfico 1, apresenta-se os totais de respostas compiladas por categoria de hotel.

Gráfico 1 – Viabilidade e participação de todas estratégias por categoria



Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apontam que 90% das estratégias apresentadas foram consideradas viáveis de serem aplicadas. Destaque para as estratégias 01, 05 e 09, que obtiveram mais de 80% de viabilidade. A estratégia 02 apresentou bastante equilíbrio e foi considerada viável pela diferença de um gestor apenas. A única estratégia que não foi considerada viável foi a estratégia 10, com rejeição por parte de 61,90% dos entrevistados.

Os resultados expostos no gráfico 1 apontam que as pousadas são os empreendimentos mais abertos à cooperação, tendo em vista que mais de 82% das respostas foram favoráveis à viabilidade das estratégias. Os demais empreendimentos tiveram 62% das respostas a favor da viabilidade das estratégias.

4 Conclusões

Este trabalho teve, como objetivo principal, mensurar a viabilidade de estratégias cooperadas entre os hotéis independentes na região do Vale do Café. A partir da análise dos dados, buscou-se identificar as atuais práticas de cooperação realizadas no Vale do Café, bem como as vantagens e desvantagens da cooperação pela ótica dos gestores.

Identificou-se que as práticas atuais de cooperação no Vale do Café são bastante limitadas. Apenas uma estrutura de cooperação encontra-se em atividade, estrutura essa bastante limitada, em termos de número de participantes. As outras estruturas citadas não estão atuando de forma relevante. A partir dos relatos extraídos das entrevistas, conclui-se que a falta de um órgão, diga-se governança, para coordenar as ações, no âmbito do Vale do Café, demonstrou ser o fator fundamental para o sucesso da implementação das estratégias. Esta afirmação se deve ao fato de muitos gestores questionarem “quem vai administrar a estratégia?”.

A partir dos dados obtidos nas entrevistas, pode-se concluir que os gestores veem muitas viabilidades no ato de cooperar, entre as quais destacamos as seguintes: ganho de escala, maior representatividade frente ao poder público, maior capacidade para promover o turismo na região e a troca de experiências entre seus membros. Contudo, na prática, os gestores que tiveram oportunidade de participar de algum projeto cooperado afirmam que os desafios são muitos, julgando principalmente a dificuldade de conciliar os mais diversos interesses.

Além da diversidade de interesses, observou-se que a extensão geográfica da região do Vale do Café é um limitador das práticas cooperadas, pois via de regra, gestores de um município detinham pouco ou nenhum relaciona-

mento com gestores de outros municípios do Vale do Café. Quando os municípios são vizinhos, encontram-se algumas exceções a afirmação anterior.

Poucos foram os gestores que elencaram desvantagens para o ato de cooperar; as principais desvantagens observadas foram: tempo investido pelo empresário em relação aos resultados obtidos (considerado baixo) e o favorecimento de um negócio em detrimento do outro. Outras questões foram abordadas mais como limitadoras do que como desvantagens, como: falta de consciência coletiva, falta de tempo para se dedicar aos projetos cooperados e a dificuldade de reunir os empresários do setor.

Nos empreendimentos pesquisados, somente alguns hotéis possuem estrutura organizacional que permite ao sócio/proprietário um afastamento maior da operação e, conseqüente, foco nas questões estratégicas, via de regra a maioria dos empreendimentos pesquisados possuem estrutura familiar, o que restringe de maneira significativa a atenção às questões estratégicas, tendo em vista que o empresário está plenamente envolvido na operação de seu negócio.

Conclui-se que os gestores são receptivos as práticas de cooperação, a principal dificuldade da maioria residiu no fato de como as estratégias seriam geridas. Entretanto quando questionados sobre sua participação ou não na estratégia, os percentuais foram ligeiramente inferiores aos de viabilidade, indicando assim uma possível resistência dos empresários e/ou limitação das estratégias.

É importante ressaltar que a efetivação das estratégias sugeridas ou simplesmente de outras formas de cooperação, pode influenciar diretamente a gestão dos hotéis independentes. Os ganhos advindos das práticas de cooperação já foram demonstrados em diversos estudos acadêmicos, entretanto, cabe aos gestores perceberem como estes ganhos podem influenciar positivamente suas decisões estratégicas. Ao final, espera-se que a cooperação possa ser o catalizador de práticas que busquem o desenvolvimento da região.

Referências

- BALESTRIN, A; VERSCHOORE, J. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.
- CARVALHO, V. Turismo e hotelaria desenvolvendo a economia. In B. Lage & P. C. Milone. **Turismo: teoria e prá-**

tica (pp. 206-222). São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JONES LANG LA SALLE. **Lodging Industry In Numbers Brazil**. São Paulo: 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MARTINS. G. A; THEOPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MILES, Matthew B.; HUBERMAN, A. Michael. **Qualitative data analysis: an expanded sourcebook**. Thousand Oaks: Sage, 1994.

PECI, Alketa. Emergência e proliferação de redes organizacionais: marcando mudanças no mundo de negócios. **Revista de Administração Pública**, v 33, p7-24, nov/dez. Rio de Janeiro, 1999.

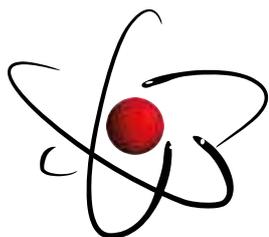
PETROCHI, M. **Turismo, planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

QUEIROZ, M. I. de P. O pesquisador, o problema da pesquisa, a escolha de técnicas: algumas reflexões. In: Lang, A. B. S. G. (Org.). **Reflexões sobre a pesquisa sociológica**. São Paulo: Centro de Estudos Rurais e urbanos, 1992. p.13- 29

ROESCH, S. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 2003.

SALDANHA, Jorge Alberto Velloso. Estruturas de Cooperação em Marketing para Clusters de **Fabricação de Calçados: Um Estudo nos Clusters do Vale do Tijucas (SC) e do Vale do Paranhana (RS)**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina), Florianópolis, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.



CORREDORES DAS ÁGUAS E NORTE PIONEIRO: AS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO E COMPETITIVIDADE DO PARANÁ

Mayna de Aquino⁵; Margarete Araujo Teles⁶

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O objetivo deste estudo foi compreender as vocações turísticas e competitividade das regiões turísticas do Corredores das Águas e do Norte Pioneiro do estado do Paraná por meio de características gerais, políticas de desenvolvimento, sistemas de informação e monitoramento da gestão. As regiões turísticas foram institucionalizadas pela Secretaria do Esporte e do Turismo do Estado do Paraná em cumprimento as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) – Roteiros do Brasil, criado pelo Ministério do Turismo em 2003. Os tipos de pesquisas utilizados nesta investigação foram bibliográficos e documentais de base *online*, tendo o modelo de Tomazzoni (2009) como procedimento de análise. Os principais resultados apontam que as ações previstas ainda são incipientes e as informações são de difícil acesso por meio *online*, mas, as expectativas foram alcançadas na intenção de levantar quais dados deveriam ser trabalhados.

Palavras-chave: regionalização, regiões turísticas, políticas de desenvolvimento.

1 Introdução

O estado do Paraná, localizado na região Sul do Brasil, possui 399 municípios sendo que destes, 270 tornaram-se integrantes do Programa de Regionalização do Turismo (2003/2017) que se envolveram com as políticas de competitividade turística local. Para isto, o estado do Paraná conta com dois órgãos fomentadores da regionalização, a Paraná Turismo e a Rede de Turismo Regional.

Para a implementação do PRT o estado foi dividido em 9 regiões com vocações turísticas e competitividade regional, sendo atualmente, 14: Campos Gerais, Corredores das Águas, Ecoaventuras, Histórias e Sabores, Entre Morros e Rios, Lagos e Colinas, Litoral do Paraná, Norte do Paraná, Norte Pioneiro, Riquezas do Oeste, Rotas do Pinhão, Terra dos Pinheirais, Vale do Ivaí e Vales do Igua-

çu (SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO DO ESTADO DO PARANÁ, 2017).

Para conformação destas regiões os municípios foram agrupados de acordo com a aproximação físico-territorial e características de complementariedade culturais. Assim, pode-se afirmar conforme disposto no Art. 2º item II da Política de Turismo do Paraná, que uma

região Turística é um território caracterizado por um conjunto de municípios turísticos ou de interesse turístico, que possuem afinidades e complementariedades culturais ou naturais, que possibilitam o planejamento e a organização integrados, como também a oferta de produtos turísticos mais competitivos nos diferentes mercados, agregando

5 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná; Docente do Curso de Gestão de Turismo em EAD do Centro Universitário Campos de Andrade - Uniandrade; E-mail: mayna@ufpr.br.

6 Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná; Docente do Curso de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná; E-mail: margateles@ufpr.br.

força principalmente na gestão e promoção (SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO DO ESTADO DO PARANÁ, 2017, não paginado).

Entender que as regiões turísticas como um território agrupado por municípios de identidade particulares destinadas a comercialização de produto/serviço competitivo permitem-se reafirmar que “Uma região turística é, por definição, um destino comercializável (turisticamente) com as zonas de suporte adjacentes, para suprimir os serviços requeridos pelo visitante” (SMITH, 1980 citado por ACERENZA, 2002).

Neste sentido para embasar este estudo utilizou-se definições de regionalização de Acerenza (2002), Boullón (2006) e Haesbaert, (2014) que tratam a regionalização como uma valorização do regional sendo o cerne do desenvolvimento global (globalização) dos mercados e das comunicações. O turismo, portanto, é uma das áreas mais estimuladas pela diversidade territorial, por meio da valorização e/ou da (re)criação da diferença, por ser um setor econômico dinâmico da contemporaneidade.

O turismo quando surge como um fator de desenvolvimento regional, Acerenza (2002) pontua que deve-se avaliar as oportunidades possíveis, em função dos recursos naturais e culturais na zona que é o objeto de estudo, das facilidades de exploração dos mesmos, assim como dos recursos econômicos exigidos por esta exploração, questionando qual seria a possibilidade da atividade ser utilizada efetivamente como um fator de desenvolvimento regional numa determinada localidade, pois, as características apresentadas por esta região podem ser fonte de fomento e promoção local para melhores condições de vida.

Boullón (2006) confirma a colocação de Acerenza (2002) fortalecendo a necessidade de se estabelecer o conceito de regionalização com bases nos indicadores econômicos e de desenvolvimento social para entender as semelhanças das características apresentadas por uma localidade e, por meio desses, trabalhar o planejamento do turismo regional para desenvolver uma determinada região a que se propõe ao turismo.

Bahl (2004), diz que há carências de pesquisas ampliadas do estudo do turismo nacional no que consiste a especificidade regional e, mesmo local, para compreensão da realidade e (re)planejamento de estratégias de ação do turismo regional, por este motivo, vê-se importante approaches reflexivos desta natureza.

Com o objetivo de colaborar com pesquisas direcionadas à regionalização do turismo nacional, especificamente no estado do Paraná, este trabalho foi desenvolvido com

vistas buscar analisar para compreender a competitividade e as necessidades das regiões turísticas eleitas.

2 Metodologia

Esta pesquisa é de abordagem qualitativa com técnicas de levantamento bibliográfico e documental, realizada em julho de 2017 e, atualizada em setembro de 2018. Para alinhar as informações, na pesquisa bibliográfica utilizou-se definição de regionalização e, como fonte documental, utilizou-se pesquisa de gabinete com base online, sites dos órgãos oficiais, municipal e estadual do Turismo do Paraná e sites, blogs e fanpage das regiões turísticas selecionadas. As fontes escritas, primárias e secundárias e, contemporâneas ou retrospectivas são analisadas conforme descritos por Marconi e Lakatos (2003).

O método de pesquisa escolhido visou limitações físicas, por impossibilidade de visita técnica a cada uma das instâncias de governanças das regiões e, por tempo de execução do ensaio que impossibilitou o envio de e-mail com questionários para a obtenção de respostas. Assim, buscou-se o modelo de Tomazonni (2009), que visa compreender os objetivos específicos de políticas públicas de desenvolvimento do turismo regional por meio de indicadores de elementos para compreensão de uma dimensão organizacional.

Este estudo procura apresentar cada objetivo do modelo sob as regiões turísticas: Corredores das Águas e do Norte Pioneiro, porém, nem todos foram contemplados, pois, a implementação do PRT se difere para cada região de acordo com a dinâmica organizacional. Assim para identificar os objetivos/variáveis abaixo, fez-se a leitura documental e criou-se um quadro identificando os elementos da dimensão organizacional de cada região, conforme modelo de análise de desenvolvimento do turismo regional sob indicadores de elementos da dimensão organizacional, adaptado de Tomazonni (2009, p. 171), quadro 1, coluna da esquerda. Ao estabelecer estes critérios como indicadores/variáveis de análise foram levantadas as informações confrontando-as e apresentando-as como resultados para discussão.

3 Resultados e Discussão

A região do Corredor das Águas é formada por 34 municípios (Altônia, Alto Paraíso, Ângulo, Atalaia, Cianorte, Colorado, Diamantina do Norte, Icaraíma, Iguaraçu, Itaguajé, Ivatuba, Loanda, Lobato, Mandaguaçu, Marialva, Marilena, Maringá, Munhoz de melo, Nova Esperança, Nova Lon-

drina, Ourizona, Paiçandu, Paranacity, Paranaíba, Porto Rico, Querência do Norte, Santa Fé, Santo Inácio, São Jorge, do Ivaí, São Jorge do Patrocínio, São Pedro do Paraná, Terra Rica e Umuarama) localizados na região Noroeste do Paraná (PARANÁ – ENCANTO INESPERADO, 2017).

A região turística apresenta 10 subdivisões de acordo com as características turísticas: turismo cultural, turismo rural, turismo religioso, turismo de negócios e eventos, ecoturismo, turismo de pesca, turismo náutico, turismo gastronômico, turismo lazer (TURISMO PARANÁ, 2017). Destacase por atividades de agroindústria, indústria têxtil e o comércio com os shoppings atacadistas, principalmente, nas cidades de Maringá e Cianorte. Cooperativas de cultivo de grãos e da seda caracterizam a paisagem local. A cultura rural apresenta pratos típicos elaborados para festivais anuais que se realiza em Campo Mourão (TURISMO PARANÁ, 2017).

A região do Norte Pioneiro é formada por 11 municípios (Arapoti, Bandeirantes, Cambará, Carlópolis, Ibaiti, Jacarezinho, Ribeirão do Pinhal, Siqueira Campos e To-

mazina) (PARANÁ – ENCANTO INESPERADO, 2017). Apresenta apenas um roteiro de atividades turísticas para se realizar localmente, com atrativos voltados para o turismo cultural, rural, agroturismo, pesca e náutico (ROTA DO CAFÉ, 2017).

Localizada na região norte do Paraná, foi uma das entradas para colonização do Paraná abrigando, até hoje, indicativos culturais da expansão econômica nos primórdios dos séculos XIX. Entre os principais atrativos naturais destacam-se a Represa de Chavantes e o Rio das Cinzas, com potencial de turismo náutico, de pesca e esportivo. A oferta hoteleira inclui um resort com piscinas de água mineral e pousadas.

O patrimônio cultural está representado por edificações religiosas integrantes da Rota do Rosário, incluindo também antigas fazendas produtoras de café que integram a Rota do Café (TURISMO PARANÁ, 2017). Caracterizadas as regiões selecionadas, abaixo apresenta-se quadro com os dados e os resultados obtidos do levantamento para análise das políticas de desenvolvimento:

Quadro 1 - Análise dos resultados segundo o Modelo de análise de desenvolvimento do turismo regional sob indicadores de elementos da dimensão organizacional.

Item	Objetivo específico	Corredores das Águas	Norte Pioneiro
1	Conhecer os responsáveis pela coordenação das ações na região e de que instância estes membros compõem;	Rede de Turismo Regional (governança) - RETUR;	Associação Rota do Café;
2	Conhecer as articuladas das reuniões dos membros da instância de governança, sua periodicidade e acessibilidade para os membros e o poder de decisão dos representantes;	Conselho Estadual do Turismo, Convention & Visitores Bureau e Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Ivaí e Paraná I Obs.: Não foi possível identificar a periodicidade de reuniões;	Não foi possível identificar os membros, apenas apoiadores: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Associação Comercial e Industrial de Londrina, Convention & Visitores Bureau entre outros. Obs.: Não foi possível identificar a periodicidade de reuniões;
3	Conhecer a interação com outras instâncias e regiões turísticas;	Associação dos Municípios do Noroeste Paranaense da Região do Paranaíba (AMUNPAR) e Associação dos Municípios do Setentrão Paranaense da Região do Maringá (AMUSEP);	Associação Turística do Norte Pioneiro (ATUNORPI);
4	Conhecer a disponibilidade de recursos próprios e estrutura física da instância;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo
5	Conhecer a existência do gestor executivo para coordenar suas atividades e que suporte é fornecido para a condução de suas atividades;	1 Presidente, 1 Diretor (Desenvolvimento Sustentável), 1 Coordenador de Projetos, 4 Gestores (Planejamento Estratégico, Artesanato, Educação Ambiental e Marketing);	Não foi possível identificar por meio deste estudo;

6	Conhecer qual a origem da governança (setor privado e/ou administração pública);	É uma organização civil de interesse público sem fins lucrativos criada em 30 de setembro de 2003 com o Programa de Regionalização do Turismo como OSCIP;	É uma organização fortalecida pelo setor privado juntamente com administração pública;
7	Conhecer quais projetos de cooperação regional;	Projetos Corredores do Ivaí (AMUNPAR) e Projeto da Costa Rica (AMUSEP);	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
8	Conhecer a existência de planejamento de desenvolvimento turístico integrado para a região;	Existe e está disponível o link para consulta no site;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
9	Conhecer as formas de monitoramento do plano;	Por meio inventários, elaboração de roteiros, plano de desenvolvimento local e regional e assembleias de gestão municipal;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
10	Roteirização	Turismo Cultural, Rural, Religioso, Negócios e Eventos, Ecoturismo, Pesca, Náutico, Gastronômico, Lazer, Sol e Praia, Esporte.	Aromas de café e seus sabores, sendo auto guiado.
11	Conhecer o uso das informações de inventários turísticos;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
12	Conhecer o estudo prévio e monitoramento de impactos;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
13	Conhecer a natureza dos participantes na elaboração dos roteiros;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
14	Conhecer se apresenta agências e/ou operadores (receptivo e emissor);	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Apresenta agências de viagens e turismo receptivo credenciadas: Bella Vita Turismo e KTS Turismo;
15	Conhecer o apoio do poder público;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
16	Conhecer a promoção e apoio à comercialização;	Por meio de projetos: agentes de desenvolvimento pelo turismo, agentes mirins-guias do amanhã, condutores de turismo em áreas naturais e hospitalidade, lazer e acolhida rural, trabalham o artesanato e os recursos turísticos;	Por meio de roteiros disponibilizados pelo site em que o turista pode fazer sua reserva antecipada.
17	Conhecer a participação conjunta em eventos considerando três níveis de abrangência (internacional, nacional e regional);	Não foi possível identificar por meio deste estudo;	Não foi possível identificar por meio deste estudo;
18	Conhecer se há existência de assessoria de comunicação para a organização conjunta de propagandas (fam-tours, Press Trips, captação de gravação de filmes, comerciais, novelas, mala direta, marketing eletrônico, folheteria e monitoramento).	Não se pode identificar por meio do estudo, apenas informações de direcionamento da página da região no site RETUR.	Não se pode identificar por meio do estudo, muito embora o site, o blog e fanpage estejam atualizados.

Fonte: As autoras (2018).

As políticas de desenvolvimento analisadas por meio de dimensões organizacionais permitem inferir que indicadores precisam de atenção e, que estes podem comprometer competitividade da região. As variáveis de item: 11, 12, 13, 15, 17 e 18 ainda são objetivos específicos que as regiões não divulgam de forma transparente. Em relação às regiões pode-se afirmar que o Norte Pioneiro está deficitário nos objetivos e, sua apresentação pública, comprometendo assim sua competitividade.

Quanto às políticas de desenvolvimento, cada região turística do PRT no Paraná, apresenta sua visão/missão e seus objetivos específicos a serem atingidos visando o propósito do programa nacional: aumentar a competitividade turística das regiões (SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO DO ESTADO DO PARANÁ, 2017).

Quanto aos sistemas de informação para conhecer a dinâmica do mercado turístico e seus avanços tecnológicos, compreensão do turista (demanda) e, aperfeiçoamento do produto (oferta), faz-se necessárias investigações para obtenção de dados direcionando ações da atividade turística local para desvendar este ambiente (SANCHO PEREZ, 2005). A Paraná Turismo é um exemplo desta ação disponibilizando dados, documentos, políticas e resultados de pesquisas turísticas, porém, as governanças das regiões turísticas do estado, ainda não o fazem, conseqüentemente, também, nenhuma das regiões estudadas.

Quanto ao monitoramento da população em relação ao turismo para entender a atividade como um fator de desenvolvimento regional, conceber que o crescimento da região turística é capaz de modificar a estrutura econômica do território possibilitando uma melhora na qualidade de vida local, integrando a população local, facilita o engajamento de ações compartilhadas (ACERENZA, 2002).

Assim, as políticas de desenvolvimento, os sistemas de informação e monitoramento da população, juntos, formam a compreensão desta análise macro do desenvolvimento regional que se inicia por meio de vocações turísticas e finaliza na competitividade.

4 Conclusões

O trabalho teve como objetivo compreender as vocações turísticas e competitividade das regiões turísticas do Corredores das Águas e do Norte Pioneiro do estado do Paraná por meio de características gerais, políticas de desenvolvimento, sistemas de informação e monitoramento da gestão. Assim, pode-se inferir que, mesmo que o estado do Paraná tenha trabalhado diretrizes que visem à ampliação da transparência das informações turísticas, nem

todas as governanças das regiões turísticas, bem como no caso das estudadas, por não serem exclusivamente de gestão pública, trabalham com transparência a informação.

Recomenda-se para estudos futuros direcionamento de pesquisa in loco por meio de metodologia qualitativa, quantitativa e/ou de métodos mistos por meio de aplicação de questionários aos responsáveis pela instância de governanças para que seja possível inferir todos os itens indicados nesta pesquisa, principalmente, sistemas de informação e monitoramento da população local em relação ao turismo complementando as informações coletadas.

Referências

ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

ATUNORPI - ASSOCIAÇÃO TURÍSTICA DO NORTE PIONEIRO. Disponível em: <<http://www.amunorpi.org.br/>>. Acesso em 03 julho de 2017.

BAHL, M. **Agrupamentos Turísticos municipais**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BOULLÓN, R. C. **Planificación del espacio turística**. 4. ed. México: Trillas, 2006.

CORREDOR DAS ÁGUAS. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=252>>. Acesso em 03 julho de 2017.

HAESBAERT, R. **Regional-Global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea**. Rio de Janeiro: Bertrand, Brasil, 2014.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 3 ed. São Paulo. Atlas, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em 07 julho de 2017.

PARANÁ TURISMO 2017. **Paraná – Encanto Inesperado**. Edição única. Curitiba, Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná, 2017.

PARANÁ TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/>>. Acesso em 03 julho de 2017.

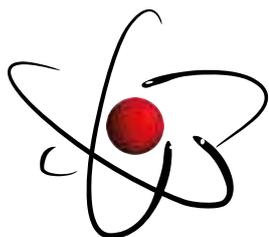
REDE DE TURISMO REGIONAL. Disponível em: <<http://www.turismoregional.com.br/regionalizacao>>. Acesso em 03 julho de 2017.

ROTA DO CAFÉ. Disponível em: <<http://www.rotadocafe.tur.br/>>. Acesso em 03 julho de 2017.

SANCHO PEREZ, A. **Introdução à metodologia de pesquisa em turismo**. São Paulo: Roca, 2005.

SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO ESTADO DO PARANÁ. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br>>. Acesso em 07 julho de 2017.

TOMAZONNI, L. E. **Turismo e desenvolvimento regional**: Dimensões, elementos e indicadores. Caxias do Sul, RS: Educs, 2009.



ECOTURISMO NO PARQUE NACIONAL SERRA DE ITABAIANA- SE: O OLHAR DO VISITANTE SOBRE A REALIDADE ATUAL E OS DESAFIOS PARA O TURISMO

Emanuella Santos de Carvalho⁷; José Wellington Carvalho Vilar⁸

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

A natureza é um importante elemento para o desenvolvimento da atividade turística. Nas Unidades de Conservação é encontrada em melhores condições de preservação e, os Parques Nacionais se destacam pelo potencial para visitação, atraindo diferentes públicos motivados por lazer, contemplação, educação ambiental e pesquisa. Em Sergipe está localizado o Parque Nacional Serra de Itabaiana (PARNASI), com relevantes atributos ecológicos, atraindo a visitação de moradores do entorno, turistas, pesquisadores e estudantes. O objetivo do trabalho é discutir perspectivas para o Ecoturismo no PARNASI, a partir da percepção dos visitantes sobre a realidade atual. As metodologias adotadas foram: pesquisa descritiva exploratória de fontes secundárias, observação dos fenômenos sociais e coleta de dados qualitativa. Os resultados contribuíram para compreender o perfil dos visitantes, a atual realidade turística no Parque e o futuro almejado pelos frequentadores. Por estar aliado à conservação e preservação da natureza, o Ecoturismo se apresenta como o mais adequado.

Palavras-chave: ecoturismo, PARNASI, planejamento turístico.

1 Introdução

O ambiente natural tem se apresentado como uma das principais matérias-primas para a criação de Unidades de Conservação (UC) e desenvolvimento da atividade turística. A relação da atividade turística com a natureza é estreita e, das UCs, os Parques Nacionais se destacam pelo potencial e por permitir visitação, fazendo-se necessário, entretanto, planejamento, com orientação das atividades baseadas nos princípios da sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional, divergindo do turismo convencional, bem como, intervenções

para facilitar o acesso e as condições do trajeto, instalações para garantir a segurança dos visitantes, meios interpretativos e sinalização, com construções simples e de fácil manutenção, aproveitando materiais do ambiente que causem o mínimo impacto ambiental e visual (ANDRADE, 2003; BRASIL, 2006; BRASIL, 2007).

Dos segmentos reconhecidos pelo Ministério do Turismo, as práticas relacionadas ao Ecoturismo são mais ligadas ao meio ambiente e seus princípios norteadores são compatíveis com os objetivos das UCs. Essas práticas seguem a tendência mundial de valorização da natureza,

7 Mestre em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe-IFS Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação e Cultura (GPTEC-IFS) e do Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros (GESTAC). E-mail: manucarvalho.ecoaventura@gmail.com

8 Professor Titular do IFS, Campus Aracaju Doutor em Análise Geográfica no Ordenamento Territorial pela Universidade de Granada, Espanha Líder do Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros (GESTAC- IFS). E-mail: wvilar@yahoo.com.br

que utilizam patrimônios natural e cultural de forma sustentável, incentiva a preservação e busca a formação de uma sensibilidade ambiental, através de atividades de interpretação ambiental, promovendo ainda bem-estar das populações (BRASIL, 2010).

Em Sergipe, está localizado um espaço importante para conservação da biodiversidade, que permite visitação: o Parque Nacional Serra de Itabaiana (PARNASI), que faz parte da rota do turismo do Estado, atraindo visitantes, sobretudo, para atividades de lazer.

Nessa direção, esta pesquisa, que é parte da dissertação de mestrado intitulada “Reestruturação ecoturística de trilhas no Parque Nacional Serra de Itabaiana, Sergipe”, objetivou discutir perspectivas para o Ecoturismo no Parque Nacional Serra de Itabaiana, Sergipe, a partir da percepção dos visitantes sobre a realidade atual. Os resultados obtidos puderam contribuir para compreensão do perfil dos visitantes do PARNASI, bem como, a atual realidade do turismo no Parque e o futuro almejado pelos frequentadores.

2 Metodologia

Para realização da pesquisa, foram adotadas as seguintes estratégias metodológicas: pesquisa descritiva exploratória de fontes secundárias, observação dos fenômenos sociais e coleta de dados quali-quantitativa. A pesquisa exploratória se refere à coleta de dados levantados anteriormente, que objetivou obter, analisar e selecionar informações complementadas mediante dados coletados na pesquisa de campo. A observação dos fenômenos sociais implicou a participação da pesquisadora no universo onde ocorrem as visitas, compreendendo uma metodologia do tipo qualitativo. Enquanto a pesquisa quantitativa foi realizada através da aplicação de questionários, buscando analisar o fenômeno em sua totalidade (DENCKER, 2001).

Foram realizadas consultas a bibliografias e documentos de reconhecida confiabilidade, a fim de construir um embasamento teórico. A coleta de dados foi realizada mediante questionários estruturados com a combinação de questões fechadas e abertas. Foram aplicados 50 questionários em pesquisa de campo e através de ferramentas digitais, entre dezembro de 2017 a março de 2018, a amostra não intencional de diferentes públicos.

Para tabulação dos resultados e ilustração em nuvem de palavras, foram utilizados os instrumentos metodológicos, software Excel da Microsoft Office e ferramenta online Word Cloud Generator, idealizado por Davies (2018), permitindo analisar os dados coletados e expressar os resultados através de nuvem de palavras, quadros e gráficos.

3 Resultados e Discussão

O objeto de estudo desta pesquisa foi o Parque Nacional Serra de Itabaiana, 56º PARNA criado no Brasil e a única UC no Estado Sergipe nesta categoria, ocupando uma área aproximada de 7.966ha. O PARNASI está inserido no Polo Turístico das Serras Sergipanas, abrangendo terras dos municípios de Areia Branca, Itabaiana, Laranjeiras, Campo do Brito, Itaporanga D’Ajuda e Malhador, que foi inserido por estar nos limites da UC. Distante aproximadamente 38km da capital, Aracaju, situado entre as coordenadas geográficas 10°42’36” e 10°50’16” sul, 37°16’42” e 37°25’14” oeste, com acesso à Sede pela BR-235, Km 37, Município de Areia Branca (BRASIL, 2005; BRASIL, 2008; BRASIL, 2016a).

O Parque (Figura 1) está situado na zona de transição do semiárido do Nordeste, apresentando relevo em forma de serras residuais, tabuleiros costeiros e pediplano sertanejo, o primeiro ocupando 75,15% da área, com altitude que varia de 60 a 659m, enquanto a segunda possui elevação inferior a 160m. Localizada entre as Bacias dos Rios Sergipe e Vaza-Barris, sua hidrografia é rica em nascentes, compondo importantes rios e riachos que abastecem os municípios de Laranjeiras, Nossa Senhora do Socorro e Aracaju (BRASIL, 2016a).

A Mata Atlântica do PARNASI possui aspectos paisagísticos definidos pela sua proximidade com o semi-árido, constituindo uma zona de transição com feições do cerrado, campos rupestres e restinga, com uma enorme riqueza de espécies da fauna e da flora, distribuídas em diferentes fitofisionomias. Muitas das espécies do Parque estão ameaçadas de extinção a nível local, nacional e/ou mundial, reforçando a importância da UC para resguardar espécies de interesse para conservação (BRASIL, 2016a; CARVALHO; VILAR, 2005).

Além das riquezas bióticas, abióticas e paisagísticas que o Parque abriga, justificando sua preservação, a Serra de Itabaiana compõe a História de Sergipe pelas buscas das minas de prata, lendas e mitos que permeiam o imaginário popular, compondo a identidade e a religiosidade que domina a cultura da região agreste (BRASIL, 2016a).

A Área do Poço das Moças, que foi definida durante a elaboração do Plano de Manejo para caracterização do uso público, agrupando atrativos de acordo com a consolidação do uso e ocupação do solo, acesso e aproximação entre eles, é a que recebe maior visitação, com acesso principal pela estrada de 2.400m, iniciando na portaria do Parque, conduzindo aos atrativos: Poço das Moças, Gruta da Serra,

Cachoeira Vêu de Noiva, Salão dos Negros, Trilha da Via Sacra, Riacho dos Negros, dentre outros potenciais (BRASIL, 2016a).

Figura 1. Localização do Parque Nacional Serra de Itabaiana



Elaboração: Emanuella Santos de Carvalho (2018).

Apesar do quadro de funcionários bastante reduzido, dificultando as ações de fiscalização das atividades conflitantes e de monitoria dos visitantes, o Parque possui infraestrutura básica para administração da unidade e atendimento a visitantes, como: portaria de acesso pela BR-235, base de apoio à Brigada contra Incêndios, anexo à portaria; escritório administrativo; centro de visitantes, que não apresenta boas condições, banheiros sem adaptação para pessoas com deficiência e área utilizada como estacionamento para visitantes, sem sinalização e ordenamento do espaço, por onde têm-se acesso às trilhas.

O Parque, principalmente, a Área do Poço das Moças, chegou a receber cerca de 30.000 visitantes, em 2009, período mais expressivo de visitação, mantendo uma frequência média de 23.000 visitantes nos anos seguintes. Entretanto, segundo levantamento realizado pela gestão do Parque, em 2017, a portaria registrou o acesso de 7.899 visitantes, apresentando uma redução de 74% (BRASIL, 2016a).

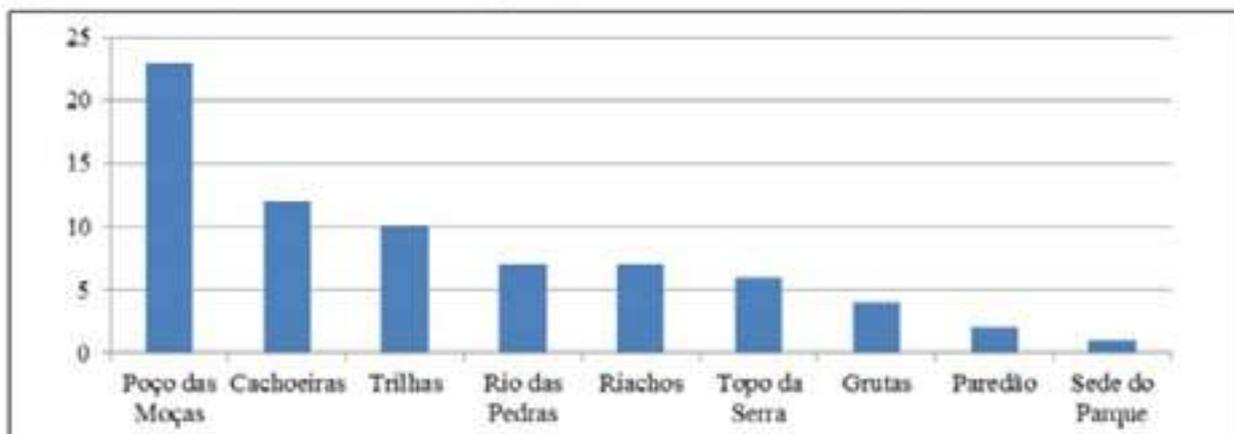
A apuração do controle de visitantes do ano de 2017 apontou que os meses com maior visitação estão inse-

ridos no período seco, com número mais expressivo no mês de setembro, havendo recebido 1.014 visitantes, enquanto junho, que faz parte do período chuvoso, recebeu 259 visitantes, correspondendo ao mês com menor fluxo. Quanto à origem dos visitantes que acessaram o PARNASI pela entrada principal, em 2017, foram identificados, predominantemente, procedentes dos municípios sergipanos Aracaju e Itabaiana, e apontaram o lazer como principal objetivo das visitas (ICMBIO, 2018).

De acordo com questionários aplicados, a faixa etária de maior representatividade foi dos visitantes que possuem idade entre 30 e 39 anos, apresentando um perfil escolarizado, solteiro(a), funcionário(a) público(a) e autônomo(a), que souberam do Parque por intermédio de amigos, com quem costumam frequentar até duas vezes ao ano.

O atrativo mais visitado é o Poço das Moças (Figura 2), com a justificativa de ser o mais conhecido, de fácil acesso e por ser agradável do ponto de vista paisagístico.

Figura 2. Atrativos visitados no Parque Nacional Serra de Itabaiana



Fonte: Questionários a Visitantes (2018). Organização: Emanuella Santos de Carvalho (2018).

Para os visitantes que responderam o questionário, a experiência da visita ao PARNASI representou “contato com a natureza”, “ambiente natural”, “local de lazer”,

“santuário natural”, dentre outros, representados na nuvem de palavras, onde receberam destaque os termos empregados com maior frequência (Figura 3).

Figura 3. Representatividade do PARNASI para os visitantes em nuvem de palavras



Fonte: Davies (2018). Organização: Emanuella Santos de Carvalho (2018).

O contato com a natureza promove sensações particulares, percebidas de diferentes formas pelos visitantes, a exemplo das sensações de paz, calma, tranquilidade, relaxamento e reconexão, que representaram 31%, contrapondo os sentimentos de insegurança e medo, com um percentual de 6%, possivelmente sendo reflexo das diversas ocorrências de assaltos.

Os aspectos mais agradáveis aos visitantes do PARNASI, de acordo com a percepção subjetiva de cada olhar, foram apresentados em respostas genéricas, a exemplo de “a natureza”, “o ambiente”, “o clima”, representando 29%,

apontando o contato com a natureza como uma necessidade do homem e uma das principais motivações para as visitas ao Parque. Também foram destacados elementos específicos, como as cachoeiras, os poços, os riachos, ocupando o segundo lugar, com representação de 25% na preferência dos visitantes.

Em contrapartida, os aspectos menos agradáveis evidenciaram possíveis problemas e deficiências, que poderão auxiliar no planejamento para mudança do cenário atual. Dentre os aspectos menos agradáveis, a falta de segurança assume destaque, com um percentual de 59%, o

segundo aspecto menos agradável se refere ao descarte inadequado dos resíduos sólidos, o terceiro aspecto apontado se refere a deficiências na estrutura do Parque e na manutenção das trilhas, representando 12% das respostas obtidas, e o quarto aspecto menos agradável, representado por 10% do total das respostas, se refere à má conduta de visitantes.

De acordo com o exposto pelos visitantes e constatado por observação em atividades de campo, a situação atual do turismo no PARNASI aponta aspectos relevantes que mantém a atratividade da Serra de Itabaiana, para visitaçãõ principalmente ao Poço das Moças, mas que merece atenção e busca por soluções para os aspectos negativos apontados.

Quanto ao futuro almejado, as sugestões apresentadas pelos frequentadores esboçaram um desenvolvimento viável para o Ecoturismo no Parque, apontando propostas relacionadas à estrutura do Parque, correspondendo ao percentual de 53%, revelando preocupações com o acesso de visitantes e grupos de excursão, sinalização, equipamentos recreacionais e de apoio a visitantes, acessibilidade, divulgação, presença de guias, ações de fiscalização ambiental e maior investimento do governo, que podem contribuir para o ordenamento da visitaçãõ.

Em seguida, foram mencionadas sugestões referentes à segurança, correspondendo a 40% das respostas, que apontaram o anseio por ações efetivas para proporcionar maior segurança aos visitantes. Em terceiro lugar, sugestões relacionadas a orientações aos visitantes, com 7% das respostas obtidas, apontando preocupações relevantes quanto às ações de Educação Ambiental para sensibilizaçãõ dos visitantes e orientações para boa conduta, estimulando o envolvimento dos ecoturistas na preservaçãõ do Parque.

Nesta perspectiva, o futuro almejado para o turismo no Parque Nacional Serra de Itabaiana é possível ser vislumbrado, mostrando-se coerente com a realidade e as necessidades para o desenvolvimento da atividade turística, bem como, para promover melhores condições para preservaçãõ da geobiodiversidade contando com o envolvimento dos visitantes.

4 Conclusões

No tocante aos elementos levantados nessa pesquisa, foi constatado que no Estado de Sergipe o Parque Nacional Serra de Itabaiana é uma importante Unidade de Conservação e apresenta relevante potencial para visitaçãõ, havendo atraído cerca de trinta mil visitantes apresentando uma reduçãõ para quase oito mil em 2017, que pode vir acontecendo em função das ocorrências de

assaltos aos frequentadores.

Contudo, considerando os aspectos apontados pelos visitantes, que são pertinentes e coerentes, é possível vislumbrar soluções que viabilizem melhores condições para a visitaçãõ, com ações pautadas em princípios de sustentabilidade e atividades de interpretação e sensibilizaçãõ ambiental dos visitantes, fazendo-se necessário, portanto, as intervenções na estrutura do Parque, de forma a garantir melhores condições para atender os diferentes públicos, efetiva segurança aos frequentadores, além da orientaçãõ aos visitantes, a fim de sensibilizá-los a adotar condutas responsáveis, contribuindo para o desenvolvimento do Ecoturismo, com mínimo impacto negativo e valorizaçãõ das potencialidades.

Referências

ANDRADE, W. J. Implantação e manejo de trilhas. In: MITRAUD, S. (Org.). **Manual de Ecoturismo de base comunitária: ferramentas para um planejamento**. Brasília, DF: WWF Brasil, 2003. p. 247-260.

BRASIL. Congresso. Decreto s/n de 2005. **Cria o Parque Nacional Serra de Itabaiana, localizado nos Municípios de Areia Branca, Itabaiana, Laranjeiras, Itaporanga D'ajuda e Campo do Brito, no Estado de Sergipe, e dá outras providências**. Brasília, DF, 15 jun. 2005. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Dnn/Dnn10557.htm>. Acesso em: 13 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Diretrizes para visitaçãõ em unidades de conservaçãõ**. Brasília, DF, 2006. p.72.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Informe nacional sobre áreas protegidas no Brasil**. Brasília, DF, 2007. p.124.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, Ministério do Turismo. **Programa de turismo nos parques**. Brasília, DF, 2008. p. 44.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, DF, 2010.

Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESS>

xO.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2017. p. 170.

BRASIL. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, Ministério do Meio Ambiente. **Plano de Manejo Parque Nacional Serra de Itabaiana**. Brasília, DF, jul. 2016a. p. 182.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Sistema Nacional de Unidades de Conservação**. Brasília,

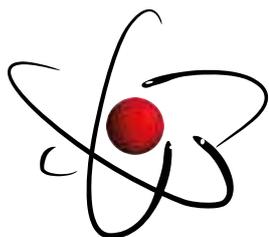
BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Sistema Nacional de Unidades de Conservação**. Brasília, DF, 2016b. Disponível em: < <http://www.florestal.gov.br/snif/recursos-florestais/sistema-nacionalde-unidades-de-conservacao?print=1&tmpl=component>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

CARVALHO, C. M.; VILAR, J. C. Introdução - Levantamento da biota do Parque Nacional Serra de Itabaiana. 2005. p. 9-14. In: CARVALHO, C. M.; VILAR, J. C. (coord). **Parque Nacional Serra de Itabaiana - Levantamento da Biota**. Aracaju, Ibama, Biologia Geral e Experimental - UFS.

DAVIES, J. **Word Cloud Generator**. 2018. Disponível em: <[https://www.jasondavies.com/wordcloud/#%2F%2Fwww.jasondavies.com%2Fwordcloud%](https://www.jasondavies.com/wordcloud/#%2F%2Fwww.jasondavies.com%2Fwordcloud%2F)>. Acesso em: 11 mar. 2018.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

ICMBIO. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. Chefia do Parque Nacional Serra de Itabaiana. **Dados de controle de visitantes do Parque Nacional Serra de Itabaiana**. 2018. Mensagem recebida de maria-lucia.carvalho@icmbio.com.br, em 06 mar. 2018.



EDUCAÇÃO TURÍSTICA: ESTRATÉGIA DE FOMENTO AO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO NA CIDADE DE SANTA LEOPOLDINA-ES

Aldo Rezende⁹; Bruno dos Santos Pardo Moura¹⁰; Maria José de Resende Ferreira¹¹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Ainda em fase de execução, o projeto de educação turística é uma das iniciativas compartilhadas voltadas para a promoção do turismo em Santa Leopoldina, município localizado no Estado do Espírito Santo. São iniciativas definidas pelos representantes da Prefeitura com a efetiva participação e colaboração de docentes e estudantes do curso técnico integrado em guia de turismo, oferecido pelo Ifes Campus Vitória, na modalidade de educação de jovens e adultos. O pretendido fortalecimento da proposta de turismo receptivo, se dará por meio de ações voltadas para a atualização do inventário turístico da cidade, concomitante com a instituição do programa de educação turística a ser implementado na rede municipal de ensino. Enquanto estratégia de fomento ao turismo, o principal objetivo da iniciativa de institucionalização da educação turística, coaduna com o propósito de fortalecer os laços de identidade e pertencimento, por meio do reconhecimento e valorização das potencialidades turísticas do município.

Palavras-chave: turismo, identidade, pertencimento.

1 Introdução

No campo das intervenções políticas e econômicas, inúmeras são as iniciativas que buscam potencializar e promover o desenvolvimento turístico de cidades. Em projetos e planos diversos, temos, na maioria das vezes, assistido um desfile deformado de intervenções que não se sustentam, incapazes, portanto, de promover o desenvolvimento em sua totalidade social, na perspectiva dos efetivos interesses socioeconômicos, políticos, culturais e ambientais da comunidade local. Muitas destas iniciativas têm seus objetivos e metas focados principalmente nos in-

teresses econômicos de setores que, no plano das relações verticalizadas, controlam de forma hegemônica a cadeia produtiva do turismo nas mais diferentes escalas, do local ao global.

Neste sentido, sob o controle proeminente de grupos de interesses hegemônicos, tais iniciativas camuflam o verdadeiro sentido do termo “desenvolvimento”, pensando e fazendo o turismo acontecer no plano da verticalidade, intervenções, assim, descomprometidas com a totalidade social em suas contradições históricas, políticas, sociais e culturais. A título de exemplo, cita-se os mirabolantes planos de marketing turístico, em muitos casos,

9 Doutor em Planejamento Urbano e Regional; Docente EBTT do Instituto Federal do Espírito Santo; Coordenador do Grupo de Pesquisa Turismo, território, cultura e cidadania. Coordenador do Programa de Extensão: Coletivo pela base. E-mail: aldo.rezende@ifes.edu.br

10 Mestre em Educação. Docente EBTT e Coordenador do Curso Técnico Integrado em Guia de Turismo. Projeja, Ifes campus Vitoria. Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, território, cultura e cidadania. E-mail: bruno.moura@ifes.edu.br

11 Doutora em Educação; Docente EBTT do Instituto Federal do Espírito Santo e Coordenadora do Projeja Campus Vitória. Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, território, cultura e cidadania. E-mail: mariaresende@ifes.edu.br

descomprometidos com a promoção efetiva do desenvolvimento social, econômico, político e cultural no viés da promoção e emancipação dos lugares turísticos. Não raros, são os casos em que os planos contratados, oneram os cofres públicos e acabam nas gavetas de algum burocrata do serviço público.

Compreender a complexidade da atividade turística é dar conta de que,

[...] Muito mais que uma indústria de serviços, o turismo é um fenômeno com base cultural, com herança histórica, meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório que esta dinâmica sociocultural gera parte de um fenômeno recheado de objetividade-subjetividade, que vem a ser consumido por milhões de pessoas (MOESCH, 2000, p.20).

No contraponto à unilateral forma de compreensão do turismo no viés da visão economicista em muitos casos ancoradas em iniciativas de planejamento verticalizado, o turismo é um fenômeno espacial, portanto social, complexo que atravessa a pluralidade dos mais diversos campos de conhecimentos e saberes. Nesta perspectiva, em sua totalidade, promover o turismo de lugares é permitir a afirmação da identidade e do sentimento de pertencimento da população autóctone e desta forma, afirmar o capital social do lugar, desde que também assegurada a oportunidade de efetiva participação e protagonismo da população residente, em suas mais diversas formas de organização e de representação.

Conforme apontado por Milani (2005, p. 21), o “sentimento de pertencer ao grupo [...] é fundamental na definição do capital social”. Nesse sentido, criar condições e canais para a efetiva tomada de consciência pressupõem condições indispensáveis, capazes então, de fomentar o desenvolvimento turístico de forma ética e responsável. Ética no sentido dos princípios da hospitalidade pautados por relações de alteridade: respeito às diferenças, à diversidade e responsável no que diz respeito à promoção e emancipação do lugar no plano das relações socioeconômicas, política, culturais e socioambientais.

Com efeito, na perspectiva horizontal de iniciativas comprometidas com a afirmação da identidade e do sentimento de pertencimento dos residentes, o pensar e o fazer acontecer o turismo subvertem a lógica do mero consumo do lugar e por consequência, reduz ou evita os impactos decorrentes na medida que promove o reconhecimento e

valorização do potencial turístico da cidade,

Neste particular, a centenária cidade de Santa Leopoldina, localizada no Estado do Espírito Santo, em sua reconhecida potencialidade turística, pautada notadamente pelos atrativos históricos, culturais e naturais, apresenta-se enquanto objeto de referência do presente estudo, oportunidade em que, por meio de projeto de extensão, buscar-se-á promover a horizontalidade na discussão e definição de iniciativas voltadas para a promoção do turismo local.

O trabalho em pauta, faz menção à iniciativa dos membros do Colegiado do curso técnico integrado em guia de turismo do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes) Campus Vitória, lotados na Coordenadoria do Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (Proeja), no atendimento às demandas apresentadas por segmentos turísticos da cidade de Santa Leopoldina, optaram por meio de projetos de extensão, promover ações comprometidas com o pensar e o fazer o turismo local, de forma participativa e colaborativa.

Inicialmente, a abordagem estará voltada para a apresentação da síntese do Termo de Cooperação Técnica, assinado pelos representantes da prefeitura de Santa Leopoldina e do Ifes, Proeja, Campus Vitória. Na horizontalidade das relações estabelecidas entre os entes cooperados, a proposta de educação turística nas escolas municipais, surgiu enquanto possibilidade para promover a afirmação da identidade e do sentido de pertencimento dos moradores locais.

Outrossim, na esfera da iniciativa relacionada à proposta de institucionalização do programa de educação turística na rede municipal de ensino de Santa Leopoldina, pensar a formação dos educadores passou a merecer a atenção dos educadores do Ifes e dos dirigentes das Secretarias Municipais de Educação, Turismo e Cultura.

A partir dos esclarecimentos iniciais dessa proposta de trabalho, intenta-se como objetivo principal, apresentar as diretrizes do plano de cooperação, instrumento indutor da proposta de educação turística, pautada na horizontalidade do processo de construção e de implementação de metodologias participativas envolvendo educadores, educandos e comunidade, para assim, de forma ética e responsável, contribuir com o desenvolvimento turístico da cidade.

2 Metodologia

Opera-se, metodologicamente, por meio da pesquisa

bibliográfica e virtual, além do referencial teórico relacionado com as abordagens e considerações referentes à proposta de planejamento turístico participativo, sendo este, um estudo descritivo de natureza qualitativa com abordagens da pesquisa participante (BRANDÃO, 2006).

Assim, em busca da horizontalidade enquanto princípio democrático nos processos relacionados ao pensar e ao fazer, o ponto de partida diz respeito às diretrizes do Termo de Cooperação Técnica, assinado entre representantes do Ifes Campus Vitória e da prefeitura de Santa Leopoldina, com vistas ao atendimento das demandas de setores relacionados à promoção e desenvolvimento da atividade turística local. Tratou-se, portanto, de uma iniciativa consubstanciada às estratégias do programa de extensão denominado “Coletivo Pela Base: Educação e mobilização para o exercício da cidadania”, por sua vez, integrado ao curso técnico integrado em guia de turismo, ofertado pelo Ifes Campus Vitória na modalidade de educação de jovens e adultos.

Essa proposta de cooperação técnica mútua, sem repasse de recursos financeiros, se consubstancia por meio de projetos comprometidos com ações voltadas para o desenvolvimento da atividade turística no município de Santa Leopoldina. Concomitante, buscar-se-á também promover o protagonismo social dos estudantes do curso técnico integrado em guia de turismo do Ifes Campus Vitória, buscando reafirmar os princípios éticos e políticos de processos educativo, social, cultural, científico e tecnológico, para a formação socioeducativa, cultural e profissional desses discentes.

Na sequência do ato institucional da assinatura do referido termo de Cooperação Técnica, diversas visitas técnicas e reuniões entre representantes do Ifes Campus Vitória e a prefeitura de Santa Leopoldina foram empreendidas para melhor compreensão da realidade local e definição de diretrizes e estratégias de atuação no âmbito de ações voltadas para a atualização do inventário turístico, a institucionalização da proposta de educação turística nas escolas municipais, dentre outras ações.

Outrossim, cabe destacar a iniciativa de realização do workshop “Santa Leopoldina: um destino turístico em discussão”, cujo principal objetivo foi dar visibilidade às propostas de intervenções a serem implementadas, a partir da parceria estabelecida, com foco na promoção do turismo receptivo de Santa Leopoldina, de forma planejada, ética, responsável e colaborativa.

3 Resultados e discussões

Como apontado por Cruz (2006, p.05), planejar é “sempre, projetar o futuro que se deseja. Mas para projetar o futuro é preciso olhar para o passado e identificar os erros que não se deseja voltar a cometer”.

Nestes termos, após a realização de diversas visitas técnicas, entrevistas e estudos, envolvendo a observação participante, assim como a realização de vários encontros e reuniões, constatou-se que, uma das questões centrais e indispensáveis para repensar a atividade turística local, diz respeito ao necessário movimento de fortalecer a identidade e o sentido de pertencimento dos munícipes por meio do reconhecimento e valorização do potencial turístico do lugar.

Neste sentido, necessário se fez considerar a importância de ações voltadas para promover o desenvolvimento de estudos, diagnósticos, levantamentos e pesquisas relacionadas à identificação, reconhecimento e caracterização das potencialidades turísticas do município de Santa Leopoldina. Importa ressaltar que esta parceria traduz uma oportunidade ímpar para os estudantes do Ifes, em especial, do curso técnico integrado em guia de turismo do Campus Vitória, mediante a possibilidade efetiva de novas vivências e experiências no campo das atividades de ensino-aprendizagem e de estágio orientado, assim como de publicações científicas, além de sinalizar para a possibilidade do desenvolvimento profissional futuro.

Ao município de Santa Leopoldina, na atuação conjunta e compartilhada dos servidores e estudantes do curso técnico integrado em guia de turismo do Ifes Campus Vitória, estão previstas atividades comprometidas com o desenvolvimento do turismo e fortalecimento da economia local.

A partir da atualização do inventário turístico, a elaboração de manuais, rotas, circuitos e roteiros turísticos, as publicações em geral e a realização de eventos relacionados à promoção do turismo local, são algumas das iniciativas possíveis de serem concretizados com base nos pressupostos do plano de trabalho, objeto do Termo de Cooperação assinado entre a Prefeitura de Santa Leopoldina e o Ifes Campus Vitória.

Portanto, no conjunto dos encaminhamentos democraticamente deliberados, além da atualização do inventário turístico por meio de metodologias participativas, envolvendo estudantes do curso técnico integrado em guia de turismo do Ifes campus Vitória e a comunidade local, concomitante, optou-se pela instituição de um programa municipal de educação turística, a ser implementado

junto às escolas e comunidades.

Com a participação dos educadores do Ifes, de representantes da prefeitura e da comunidade local, foi elaborado a minuta do projeto de lei municipal, em seguida, encaminhado para a devida discussão e aprovação pelo Poder Público local, com o objetivo de instituir o Programa Municipal de Educação Turística a ser implementado nas escolas da rede municipal de ensino.

O processo de discussão e de elaboração da minuta do projeto de lei permitiu sedimentar o movimento horizontal das relações estabelecidas no âmbito da interlocução e compromissos compartilhados entre os representantes da prefeitura e do Instituto Federal.

A proposta de inserção da educação turística como tema transversal no ensino fundamental fez prevalecer a compreensão sobre o turismo na perspectiva do efetivo desenvolvimento social emancipatório, pautado pelos princípios da ética e da responsabilidade cidadã. Ético, mediante a possibilidade de reduzir ou mesmo, pôr fim aos impactos ambientais e socioculturais até então verificados. Emancipatório, no sentido de assegurar o protagonismo da comunidade local, com destaque para a formação dos estudantes da rede municipal com a participação da comunidade, em atividades orientadas para o reconhecimento e valorização das potencialidades turísticas e, por conseguinte, a tomada de consciência para a efetiva participação na definição dos planos e projetos no âmbito do repensar a atividade turística local.

Mediante, então, a proposta de institucionalização da educação turística, uma outra demanda precisou ser respondida por meio de um projeto específico voltado para a formação dos trabalhadores(as), em especial, professores(as) e especialistas da rede municipal de ensino no âmbito da proposta de implementação da educação turística junto aos estudantes do ensino fundamental.

Assim, na metodologia proposta para as oficinas temáticas de formação dos educadores da rede municipal, os profissionais envolvidos, após participação, terão como atribuições para a finalização do curso de formação, a elaboração e a desenvolvimento de seus próprios projetos de educação turística, junto aos estudantes e a comunidade escolar envolvida.

A iniciativa, portanto, de promover a formação inicial dos educadores, partiu-se da compreensão sobre o turismo na condição de fenômeno sociocultural, considerado em sua complexidade de relações no campo da totalidade do pensar a sociedade, a cultura, a ética, a estética e a política. Assim, buscou-se por meio da proposta de educação

turística, levar os envolvidos a reconhecer e valorizar o potencial turístico da cidade, e de,

[...] não só pensem a respeito do turismo no município, mas sintam-se tanto agentes como sujeitos do seu desenvolvimento turístico e mais, de agirem com a maior eficiência possível em função da complexidade de seus pensamentos (conhecimentos) e de quanto internalizaram a questão da educação turística, rumo à caracterização de novos valores ou mudança de vida (REBELO, 1998, p.9).

Dessa forma, por meio da educação turística ou educação para o turismo, buscou-se reconhecer o turismo na condição de fenômeno sociocultural, em sua ampla capacidade de diálogo e interpelação entre as mais diversas áreas do conhecimento científico. Tratou-se, portanto, de fazer compreender o turismo enquanto fenômeno complexo para, a partir de sua complexidade apreendida, permitir aos sujeitos envolvidos, alcançar o sentido da proposta de educação turística em sua totalidade de significados para a formação integral pretendida.

Conforme apontado por Ansarah (2002, p.23), é importante sempre considerar e entender que “a educação em turismo deve estar direcionada para uma reflexão multidisciplinar e para o trabalho em equipe, contemplando contextos multiculturais em que a criatividade combine o saber tradicional ou local e o conhecimento aplicado da ciência avançada e da tecnologia”.

Tal assertiva permitiu reconhecer que para trabalhar o tema “educação turística” no ensino fundamental, necessário se fez romper com a visão míope do turismo na reducionista relação de mercado: oferta-demanda e mais-valia, para desta forma, afirmar outra possibilidade de compreensão e de apreensão de conhecimentos inter e multidisciplinar do fenômeno turístico, em sua complexidade.

Na condição de tema transversal, a proposta de educação turística buscou a integração dos mais diversos campos do conhecimento por meio dos mais variados componentes curriculares do ensino fundamental, sem no entanto, perder de vista a importância dos princípios filosóficos da pretendida formação ética, estética e política de educandos e educadores: expressão do sentido da práxis, para além da relação mecânica e linear: teoria e prática.

Outrossim, no escopo do projeto para atender a formação inicial de educadores da rede municipal em educação turística, buscou-se contemplar os seguintes aspectos: metodologia de desenvolvimento do curso, carga horária,

processo de inscrição, participação, avaliação e certificação. Nesta lógica, foi possível atender às demandas apontadas pelos representantes do poder público municipal, em especial, a equipe pedagógica da Secretaria de Educação.

O curso de extensão de formação inicial foi estruturado em quatro módulos a partir dos seguintes eixos temáticos: Fundamentos da proposta de formação omnilateral: uma estratégia para a reafirmação da identidade e sentimento de pertencimento na perspectiva da educação para o turismo; Ética e turismo: alteridade, diversidade e cidadania; História, memória e identidade na expressão do potencial turístico do lugar; Geografia do turismo: o espaço de relações sociais, econômicas, políticas, ambientais e culturais estabelecidas.

4 Conclusões

Inicialmente, faz-se importante ressaltar sobre a oportuna experiência em dar concretude a função social, política e cultural da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, em específico, o Ifes Campus Vitória. O Termo de Cooperação abriu a possibilidade de efetiva articulação entre escola e comunidade externa.

Não obstante, no conjunto das relações estabelecidas entre os parceiros, a horizontalidade dos processos de discussão e definição das propostas de trabalho, seguida da formulação, discussão e aprovação de projetos a serem executados, confirma os compromissos assumidos de forma compartilhada em busca da promoção do turismo local.

Dessa forma, na esfera dos compromissos firmado no Termo de Cooperação, concretizados por meio do programa de extensão e seus respectivos projetos vinculados, torna-se importante destacar a iniciativa de institucionalizar o ensino de educação turística e de promover a formação dos educadores da rede municipal de ensino. Neste interm, a atuação dos educadores do Ifes, Proeja, campus Vitória, remete ao reconhecimento do compromisso ético e político do processo de construção e socialização de conhecimentos e saberes de forma compartilhada, democrática e comprometida com a transformação social.

Com notoriedade, o Ifes, em especial por meio do Proeja, inaugura um novo modelo de interlocução e apoio amplo e irrestrito à rede municipal de ensino de Santa Leopoldina, iniciativa que prenuncia um novo e possível formato de articulação entre os sistemas de ensino, federal e municipal, com o objetivo exclusivo de busca pela qualidade do ensino, ampliação dos horizontes de pesquisa e fortalecimento de atividades de extensão.

A proposta de discussão e implementação do programa de educação turística, enquanto política municipal

consubstanciado ao projeto de curso de extensão de formação inicial dos educadores da rede municipal, abre a possibilidade de emancipação dos educadores, educandos e comunidade envolvidos, promovendo a atividade turística a partir do reconhecimento e da valorização do patrimônio natural, histórico e cultural local.

No âmbito do curso de formação inicial dos educadores, as abordagens nos mais diversos campos do conhecimento fundamentam-se no conhecimento filosófico para a efetiva compreensão e apreensão dos conhecimentos, no alcance do sentido exato das práxis enquanto mecanismo possível de reflexão crítica para a transformação da realidade.

Neste sentido, por meio do projeto de extensão voltado inicialmente para o curso de formação inicial dos educadores da rede municipal, outras possibilidades de intervenção abrem novas frentes de articulação e atuação de forma compartilhada, horizontal e comprometida com aos princípios da ética, do respeito e da responsabilidade na promoção e emancipação cidadã dos sujeitos envolvidos.

Referências

ANSARAH, M.G.R. **Formação e Capacitação do profissional em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2002.

ARAÚJO, C. M. **Ética e qualidade no turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

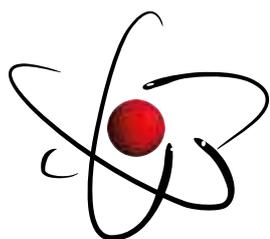
BRANDÃO, Carlos R. (Org.). **Pesquisa Participante**. SP: Brasiliense, 2006.

CRUZ, Rita de Cássia A. **Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço**, San Pablo. Diciembre 2006.

MILANI, C. **Teoria do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)**. Relatório do Projeto de Pesquisa, financiado pela Fapesb. UFBA: 2002 – 2005. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/capitalsocial/> Acesso em 01/09/2018.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

REBELO, Salete M. **Plano Municipal de Educação Turística – P.M.E.T. – Um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico**. Universidad Pontificia de Salamanca. Extracto de la Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Educación. Salamanca, 1998.



ESTUDO SOBRE A ACESSIBILIDADE NOS MONUMENTOS CÍVICOS DA CAPITAL FEDERAL

Donária Coelho Duarte¹²; Anna Beatriz De Lima Vieira¹³; Laís Andrade Batista Cavalcanti¹⁴; Wallacy Lopes Pereira Moura¹⁵

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Atualmente o acesso ao turismo permanece como um desafio para o usufruto das pessoas com deficiência. O presente trabalho tem por objetivo averiguar se sete monumentos cívicos de Brasília escolhidos na rota de visitação para este estudo estão adaptados para receber pessoas com deficiência motora, visual e auditiva. O estudo de caráter exploratório, descritivo e qualitativo, foi realizado com aplica o de roteiro de observa o e roteiro de entrevista semiestruturado, tendo como base a norma 9050 da ABNT. Constata-se que o Turismo Cívico   um dos pontos fortes do turismo na Capital Federal e, portanto, a finalidade dessa interven o   contribuir para a divulga o dos lugares que já se encontram adaptados e, ao mesmo tempo, expor as problemáticas quando encontradas, sensibilizando os gestores dos locais investigados quanto a importância desse segmento.

Palavras-chaves: turismo cívico, Brasília, turismo acessível.

1 Introdu o

Levando em considera o o número de pessoas com deficiência e uma sociedade que não   adaptada para tais necessidades, observa-se a carência com rela o   implementa o de infraestrutura em locais públicos e turísticos, como também a cria o de políticas públicas que possibilitem a inclusão dessas pessoas nesses ambientes e nas atividades ali desenvolvidas.

De acordo com dados da Organiza o Mundial de Saúde (OMS, 2011), em todo o mundo 1 bilhão de pessoas vivem com algum tipo de deficiência. No Brasil, segundo o último censo realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 24% da popula-

 o brasileira, ou seja, 45 milhões de pessoas, declararam ter algum tipo de deficiência, seja ela visual, auditiva, motora ou mental/intelectual.

Esta parcela de cidadãos está amparada pela Lei n 13.146, de julho de 2015, na qual assegura e promove, em condi es de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando   sua inclusão social e cidadania. Assim, considera-se em seu Art.3 , inciso I, a acessibilidade como a possibilidade e condi o de alcance para utiliza o, com segurança e autonomia, em serviços e instala es abertos ao público de uso coletivo por pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida.

12 Doutora em Engenharia de Produ o; Membro do Laboratório de Estudos em Turismo Sustentável – LETS/UnB; Professora do Curso de Gestão do Agronegócios da Universidade de Brasília – Campus Planaltina. E-mail: donaria@unb.br

13 Graduanda em Gestão do Agronegócio - Universidade de Brasília - Campus Planaltina. E-mail: annab.lima97@gmail.com

14 Graduanda em Gestão do Agronegócio - Universidade de Brasília - Campus Planaltina. E-mail: lais.cavalcanti@gmail.com

15 Graduando em Gestão do Agronegócio - Universidade de Brasília - Campus Planaltina. E-mail: wallacylm@hotmail.com

Partindo deste ponto e levando em consideração o potencial de Brasília para o Turismo Cívico, a presente pesquisa tem como objetivo averiguar a acessibilidade para pessoas com deficiência motora, visual e auditiva nos principais monumentos e prédios cívicos da capital federal. De acordo com o Manual de Comunicação da Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM), publicado pelo Senado Federal em 2012, Turismo Cívico é definido como “Modalidade de turismo cultural cujo foco principal de interesse é conhecer a organização constitucional e política de um país, estado ou município[...]”. Este mesmo trabalho argumenta o objetivo das visitas: “[...] O turista visita instituições de governo, monumentos e outros locais de relevância histórica e estrutural para a compreensão da construção política e de seus fatos e personagens do passado e do presente” (SECOM, 2012, p. 12).

Ao todo foi investigada a acessibilidade de sete destes monumentos: o Congresso Nacional, o Palácio do Itamaraty, o Museu Nacional, a Biblioteca Nacional, o Superior Tribunal Federal, a Praça dos Três Poderes e o Memorial Juscelino Kubitschek (JK).

2 Metodologia

O estudo em questão é de caráter qualitativo, com utilização de pesquisa bibliográfica e documental. Para a pesquisa bibliográfica foram trabalhados os temas: a pessoa com deficiência; turismo acessível e turismo cívico. Já a pesquisa documental se baseou na legislação pertinente ao tema e nas normas regulatórias da ABNT, como é o caso da norma 9050, que aborda a acessibilidade em edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos.

O trabalho também apresenta caráter exploratório e descritivo ao explorar informações coletadas por meio de estudos de campo feitos na etapa de visitação aos 7 (sete) monumentos cívicos escolhidos, tendo como base um roteiro de observação estruturado previamente. Além do roteiro de observação, elaborou-se um roteiro de entrevista semiestruturado que foi aplicado com os funcionários responsáveis pelos locais visitados. Vale ressaltar que para a concepção de ambos os roteiros a norma 9050 da ABNT foi utilizada como base regulatória.

Na estruturação do roteiro de visitação houve a demarcação da área entre os Eixos Monumentais que cortam a Capital Brasília nas asas norte e sul. Dentro deste perímetro optou-se pela escolha dos monumentos mais próximos à Rodoviária do Plano Piloto, ponto central da cidade, na qual muitos turistas optam pela utilização dos meios de transportes ali presentes. Sendo assim, foram

escolhidos o Congresso Nacional, o Palácio do Itamaraty, o Museu Nacional, a Biblioteca Nacional, o Superior Tribunal Federal, a Praça dos Três Poderes e o Memorial JK para análise neste trabalho.

3 Resultados e Discussão

No Congresso Nacional as calçadas que permitem acesso ao prédio apresentam algumas irregularidades, como desníveis e rachaduras. Porém, não apresentam obstáculos que impeçam totalmente a livre circulação de pessoas, como por exemplo: caixas de coleta de lixo; telefones públicos; elementos suspensos; etc. Destaca-se que o percurso externo não possui piso sinalização tátil.

No estacionamento pode-se considerar que o Congresso Nacional não possui estacionamento para visitantes, já que o estacionamento do prédio é apenas para servidores. Os visitantes estacionam os carros no eixo monumental, ou no estacionamento dos edifícios vizinhos. Isso pode ser um entrave para pessoas com deficiência motora e visual, tendo em vista a distância.

No caso da circulação interna do prédio, na presença de escadas, como forma alternativa, utilizam-se apenas elevadores. Ressalta-se ainda que a cada dois elevadores um é adaptado para pessoas com deficiência motora. O prédio não possui sinalização tátil e/ou piso alerta indicando a existência de objetos suspensos, móveis ou obras. No entanto, em caso de visitantes com deficiência visual ou auditiva, um guia com conhecimentos em acessibilidade e/ou em libras irá guiar esse visitante por todo o percurso e relatar tudo que está acontecendo. No caso de visitantes deficientes visuais, não existe mapa tátil e nenhuma das obras ou pinturas podem ser tocadas. Existe apenas uma maquete do Congresso Nacional que pode ser tocada e feita especialmente para isso.

O prédio possui banheiros acessíveis e garante um para cada sexo em cada pavimento onde há banheiros, uma vez que os banheiros masculinos e femininos não ficam localizados no mesmo local/pavimento. O banheiro é acessível e devidamente sinalizado com o símbolo internacional de acesso, mas não é sinalizado com o símbolo feminino, masculino ou unissex, o que pode confundir os visitantes.

No Palácio do Itamaraty as vias de circulação que levam ao edifício foram consideradas ruins, pois apresentam irregularidades, desníveis e degraus que dificultam sobretudo a locomoção de pessoas com deficiência motora. Quanto ao estacionamento, o Palácio do Itamaraty dispõe de quatro vagas para pessoas com deficiência, com

sinalização na horizontal e vertical com o símbolo internacional de acesso. Além disso, estão próximas ao acesso principal de circulação de pessoas. O caminho a ser percorrido do carro até o edifício também é acessível, por não possuir elementos que dificultem a livre circulação de pessoas, mas não possui piso tátil.

O hall de entrada é amplo e sem muitos elementos que possam dificultar a livre circulação das pessoas. Não se utiliza catracas ou portas giratórias, o que facilita o acesso aos deficientes motores. Na circulação interna, além das escadas, uma outra forma de locomoção são os elevadores, não havendo a existência de rampas. Vale destacar que o edifício não possui mapa tátil, nem informações e/ou placas informativas em braile, assim como também não possui piso tátil ou piso alerta. Assim como no Congresso Nacional, as obras e pinturas não podem ser tocadas, mesmo por visitantes com deficiência visual. No caso de deficiente motor, o guarda que acompanha o grupo de visitantes auxilia na locomoção deste, levando aos elevadores em cada andar onde as visitas acontecem.

A respeito dos sanitários, estes são adaptados e localizados apenas no terceiro andar, desta forma pode-se dizer que não se encontram em local adequado e nem estão próximos a circulação principal.

Já o Museu Nacional o percurso exterior foi considerado acessível, visto que não apresenta elementos ou objetos que interfiram na circulação de pessoas, também não apresenta grandes desníveis, degraus ou buracos. As mediações próximas ao edifício apresentam piso tátil, levando as entradas principais localizadas no térreo e no primeiro andar. No caso de deficiente motor, recomenda-se que este se dirija ao térreo, pois é onde estão localizados os elevadores.

O Museu oferece duas vagas para pessoas deficientes, porém elas estão apenas sinalizadas com a placa vertical com o símbolo internacional de acesso e não apresenta nenhuma demarcação no chão. Além disso, o estacionamento não está localizado próximo a via principal de circulação.

O visitante pode entrar no Museu de duas formas: pela rampa principal, que leva ao primeiro piso ou pelo térreo. O térreo geralmente fica aberto apenas quando ocorre exposições no mesmo. Destaca-se que a rampa principal já pode ser considerada um obstáculo, principalmente para o deficiente motor, por ser muito inclinada. Porém, como já citado anteriormente, essas pessoas podem utilizar o elevador.

O Museu não possui mapa tátil, mas já possui algumas placas informativas em braile nos elevadores, indicando a direção dos banheiros e nos próprios banheiros. Vale res-

saltar que a quantidade de placas informativas ainda não é o ideal e algumas encontram-se em altura não acessível. Assim como nos outros monumentos apresentados anteriormente, os visitantes com deficiência visual não podem tocar nas obras e pinturas.

Quanto aos sanitários, o Museu possui banheiros acessíveis e garante um banheiro adaptado para cada sexo. Apesar dos banheiros não estarem próximos a circulação principal de pessoas, o elevador leva diretamente aos sanitários. Na circulação interna, só existe piso tátil no andar onde estão localizados os banheiros, no restante da edificação não foi identificado piso tátil ou piso alerta. Os banheiros apresentam sinalização identificando o gênero de cada banheiro em braile e sinalização com símbolo internacional de acesso no banheiro acessível.

Assim como no Museu, o percurso exterior ao prédio da Biblioteca Nacional é bastante amplo, sem elementos que possam ser configurados como obstáculos, ou ressaltos e buracos, sendo considerado desta forma acessível. Vale ressaltar que o percurso externo possui piso tátil que leva em direção a entrada principal da Biblioteca.

No estacionamento não foi possível identificar vagas acessíveis, pois não estavam sinalizadas com placas ou demarcações no chão. Desta forma, o estacionamento não atende aos requisitos estabelecidos pela ABNT, uma vez que não possui sinalização com o símbolo internacional de acesso, nem na horizontal e nem na vertical e não possui espaço lateral demarcado com linhas amarelas.

A entrada principal é de fácil identificação e sem obstáculos que dificultem a entrada de pessoas. Utilizam-se catracas na entrada do edifício, porém existe uma entrada alternativa para a pessoa com deficiência motora, além disso todos os andares apresentam piso tátil. A biblioteca possui quatro andares e todos eles podem ser acessados por elevadores. Os elevadores não são totalmente adaptados por serem considerados pequenos (limite de capacidade para 4 pessoas), o que pode dificultar o acesso de um visitante que utilize uma cadeira de rodas, porém segundo a administradora da Biblioteca, nunca foram um empecilho para locomoção de pessoas com deficiência motora ou visual. Os elevadores possuem identificação em braile, tanto na parte externa, como na parte interna, identificando os andares.

Existem banheiros acessíveis em todos os andares, mas não estão localizados próximos a circulação principal. É garantido apenas um banheiro acessível para ambos os sexos, desta forma não atende a normas estabelecida pela ABNT, que determina no mínimo um banheiro acessível para cada sexo em cada complexo onde houver banheiros. O banheiro é identificado com o símbolo internacional

de acesso, porém o símbolo de acessibilidade não está sinalizado com o símbolo de uso unissex.

No Superior Tribunal Federal (STF) existem duas entradas e em uma delas não existe rampa para vencer a diferença entre o piso e a calçada, dificultando, por exemplo, o acesso de pessoas com deficiência motora que devem buscar uma outra forma de acesso ao prédio, percorso este mais demorado.

No estacionamento não foram identificadas vagas acessíveis. As vagas próximas as rampas de acesso também não estavam reservadas ou sinalizadas com o uso de cones. Ressalta-se que existe uma vaga acessível localizada a frente do Anexo I, porém é possível identificar que apesar da existência da vaga, não existe rampa entre a diferença do piso e o degrau, existindo apenas na lateral esquerda que dá acesso ao prédio sede do STF.

A entrada do edifício é de fácil identificação e para entrar no prédio pode-se fazer uso de rampa ou escadas. Não se utiliza catracas na entrada do edifício, mas é necessário passar pelo detector de metais. Na circulação interna, além das escadas existem elevadores para auxiliar na locomoção entre os andares. Existem algumas informações em braille como nos elevadores, banheiros e na entrada do edifício com a missão do STF. No plenário, onde ocorrem sessões de julgamento, foram feitas adaptações, como a colocação de rampas e construção de banheiro acessível, visto que na construção original estes não existiam. Destaca-se que não existe piso tátil na parte interna e nem na parte externa do edifício e a parte interna em sua maioria não dispõe de informações em braille. Para visitantes com deficiência auditiva, recomenda-se que a visita seja agendada com 2 (dois) dias de antecedência, para que um profissional em língua de sinais seja contratado para acompanhar o visitante.

Em relação aos sanitários, estes possuem sinalização com o símbolo internacional de acesso e possui informações em braille, além da sinalização de uso unissex e estão disponíveis em todos os andares. Como o edifício só garante um banheiro adaptado para ambos os sexos, entende-se que o mesmo não atende a norma da ABNT, que determina um banheiro para cada sexo.

O percurso exterior à Praça dos Três Poderes não foi considerado acessível, uma vez que não existe rampas de acesso para vencer a diferença entre a via e a calçada. Aliás, em nenhum dos lados da Praça foi possível identificar rampas de acesso. A Praça também não possui piso tátil.

No estacionamento mais próximo da Praça só foi identificado uma vaga reservada para pessoas com deficiência, porém não era acessível, uma vez que não possui

rampas de acesso para praça e não possui demarcação no chão, dificultando principalmente a circulação de pessoas com deficiência motora.

A Praça não possui piso tátil e o calçamento é bastante trepidante e possui irregularidades e desníveis. Na Praça ainda está localizado o espaço Lúcio Costa, mas o único acesso ao espaço é por meio de escadas, o que por si só já é um obstáculo, essencialmente para deficientes motores e visuais.

O percurso exterior ao Memorial JK foi considerado acessível, visto que não apresenta elementos ou objetos que interfiram na circulação de pessoas, também não apresenta desníveis, degraus ou buracos. Porém, ressalta-se que não possui piso tátil nas mediações externas ao prédio.

O Memorial dispõe de duas entradas: uma com escadas e outra com rampa. Próximo a entrada com escadas, o estacionamento dispõe de uma vaga para pessoas com deficiência, esta por sua vez fica mais distante da entrada acessível. Já na entrada que dispõe de rampa, existem vagas apenas para deficientes, tendo em vista que esta entrada é destinada especificamente para eles. São duas vagas que estão devidamente sinalizadas, com o símbolo internacional de acesso tanto na horizontal como na vertical, possuem faixa lateral de circulação e estão próximas a entrada principal. Todas as vagas acessíveis estão corretamente sinalizadas.

Destaca-se que existe ausência de piso tátil no decorrer do edifício. Foi possível identificar piso tátil apenas nos locais mais necessários, como por exemplo, no início e no fim de escadas. Não existem rampas, mas como alternativa para as escadas o Memorial dispõe de um elevador específico para pessoas com deficiência motora.

Existe maquete tátil do Memorial na entrada, contendo informações em braille. Todas as fotos, figuras e esculturas possuem descrição em braille. Destaca-se que todos os vídeos informativos que contam a história de Juscelino Kubitschek e de Brasília possuem tradução simultânea em libras. Para pessoas com deficiência visual existem vídeos auto descritivos e, segundo um dos cerimonialistas, esses visitantes podem tocar as obras e é permitido a presença de cão guia. O Memorial possui banheiros acessíveis e estes estão localizados em local de fácil acesso e atendem as especificações de acessibilidade.

4 Conclusões

Pôde-se constatar que os 7 (sete) monumentos cívicos analisados na capital federal possuem uma infraestrutura

ra muito incipiente com relação à recepção de visitantes que possuem deficiência motora, auditiva ou visual. Dos locais estudados, vale ressaltar que o Memorial JK foi o que apresentou melhores condições para receber pessoas com deficiência motora, visual ou auditiva, sendo este o único local que consegue atender de forma satisfatória essas três deficiências.

Destaca-se que um dos grandes entraves que dificultam a melhoria da acessibilidade nos prédios e monumentos cívicos é o fato de que a maioria deles são tombados, fazendo com que qualquer modificação na estrutura do edifício seja bastante demorada e burocrática.

Dentre os três tipos de deficiência analisadas, observou-se que pessoas com deficiência motora são as mais atendidas nos locais visitados, levando em consideração a existência de rampas, elevadores e pessoas para auxiliar na locomoção, logo em seguida, pessoas com deficiência auditiva, pois a maioria dos monumentos possui disponibilidade de intérprete em língua de sinais, contanto que seja feito o agendamento da visita com pelo menos dois dias de antecedência. Por fim, foi possível observar que pessoas com deficiência visual tem uma maior dificuldade em visitar esses locais, devido a inexistência de materiais, informações e sinalizações em braile e pelo fato de não poderem tocar nas obras e esculturas, ficando dependentes apenas da descrição do guia.

Desta forma, constatou-se que a maioria dos monumentos e prédios cívicos de Brasília pesquisados não podem ser considerados totalmente acessíveis, uma vez que não atendem de forma plena visitantes com deficiência motora, auditiva ou visual.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT) 9050: **Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, Espaços e Equipamentos Urbanos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Adjunta de Turismo-SETUL. **Turismo Cívico**. 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.df.gov.br/turismo-civico/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. **Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa Com Deficiência**: Estatuto da Pessoa com Deficiência. Brasília, 2015.

IBGE. **Cartilha do Censo 2010**. Disponível em: < <http://>

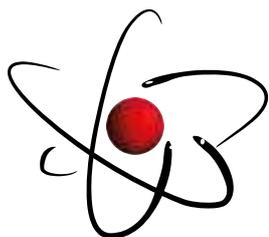
www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/cartilha-censo-2010-pessoas-com-deficiencia-reduzido.pdf >. Acesso em: 13 set. 2018.

GAETANI, Francisco. **Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência**. Escola Nacional de Administração Pública (ENAP). Brasília, 2017.

ONUBR. Nações Unidas do Brasil. **A ONU e as pessoas com deficiência**. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acao/pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Relatório Mundial sobre a Deficiência**. São Paulo: Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa Com Deficiência de São Paulo, 2011.

SENADO FEDERAL. **Manual de Comunicação da Se-com**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao>>. Acesso em: 13 set. 2018.



GASTRONOMIA SERGIPANA: POTENCIAL ELEMENTO COMPETITIVO PARA O SETOR HOTELEIRO ARACAJUANO

Dayseanne Teles Lima¹⁶; Denio Santos Azevedo¹⁷

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

A interdependência entre os meios de hospedagem e seu entorno faz parte do sistema turístico. Daí a importância de o setor participar ativamente do planejamento turístico. A alimentação tem sua relevância nos processos de construção da sociedade. São os modos de fazer que contam uma história, refletem a construção das identidades locais, representam, estimulam a participação local e atraem o turista. Esta pesquisa traz como objetivo principal analisar o potencial atrativo da gastronomia sergipana enquanto fator competitivo aos meios de hospedagem de Aracaju/SE. Do tipo exploratório descritiva, têm-se a pesquisa bibliográfica fundamentando toda a construção deste estudo, por meio de dados secundários. Quando percebida sob a ótica do fenômeno turístico, a gastronomia vislumbra um horizonte de possibilidades, seja enquanto complementar da oferta turística, valorização da cultura local ou como motivador exclusivo na decisão do turista.

Palavras-chave: turismo, meios de hospedagem, sergipanidades.

1 Introdução

A alimentação tem sua relevância nos processos de construção da sociedade e a gastronomia regional se torna um dos elementos representativos das práticas culturais de uma comunidade. Schlüter (2003) aponta que a busca pelas raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio de sua gastronomia, está adquirindo importância cada vez maior. São os modos de fazer que contam uma história, que refletem a construção das identidades locais, que representam, estimulam a participação local e atraem o turista.

De acordo com Coelho Neto e Azevedo (2010) os valores da gastronomia atualmente estão fundamentados em

pontos que vão além da necessidade de sobrevivência. É o vínculo emocional e identitário dos indivíduos, tal como oportunidade para reconhecimento público e distinção social. Estando diretamente ligada ao turismo, seja por atender a uma necessidade básica, ou enquanto “fator determinante e viabilizador do turismo” (KRAUSE E BAHLS, 2016, p. 435), a prática gastronômica encontra-se intrinsecamente ligada à hospitalidade, ao ato de bem receber, seja em âmbito privado ou comercial.

De acordo com Petrocchi (2007), os meios de hospedagem não devem se preocupar apenas com os aspectos internos da organização, mas em evoluir junto ao meio. A interdependência entre os meios de hospedagem e seu entorno faz parte do sistema turístico. Daí a importância de

16 Mestre em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe - IFS. E-mail: daysetlima@gmail.com

17 Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de Sergipe - UFS; Professor adjunto do curso de Turismo – Universidade Federal de Sergipe. E-mail: denio_azevedo@yahoo.com.br

o setor participar ativamente do planejamento turístico, levando em consideração os impactos ambientais, culturais, sociais para o destino. Além disso, para os meios de hospedagem, o objetivo é conhecer o turista e garantir sua satisfação durante sua permanência.

Da preocupação pelo entorno mencionado por Petrocchi (2007), o sentido hospitaleiro se faz presente, inclusive muitas vezes com conceitos que se confundem à hotelaria. Entretanto, é preciso apontar que a hospitalidade, que aborda também as hospedagens, traz uma perspectiva histórica cultural muito mais complexa. E, entendendo a complexidade dos conceitos acerca da hospitalidade, este trabalho se limita a percebê-la enquanto fato social, as implicações de sua relação com o turismo e como é percebido junto aos meios de hospedagem e na gastronomia.

Neste sentido, esta pesquisa traz como objetivo principal analisar o potencial atrativo da gastronomia sergipana enquanto fator competitivo aos meios de hospedagem de Aracaju/SE. A perspectiva é discutir as relações entre hospitalidade e alimentação, enquanto apropriação da atividade turística e visibilidade identitária.

2 Metodologia

Para atingir os objetivos aqui propostos, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, do tipo exploratória-descritiva (LAKATOS E MARCONI, 2008; GIL, 2009), neste caso, caracterizada pela perspectiva de aprofundar as discussões a respeito das relações entre gastronomia, sergipanidades e meios de hospedagem. Como também apontar possibilidades que possam vir a contribuir para estimular a visibilidade de elementos identitários, seja enquanto atrativo ao mercado turístico, seja para o fortalecimento das sergipanidades.

Desta maneira, adotou-se a pesquisa bibliográfica como método principal de pesquisa. A pesquisa bibliográfica fundamenta toda a construção deste estudo, apresentando discussões a respeito da hospitalidade, da gastronomia, meios de hospedagens e sergipanidades, por meio de dados secundários, a saber: livros, artigos científicos, teses, monografias, guias turísticos e notícias.

3 Resultados e Discussões

Pensando na perspectiva de que a gastronomia regional pode se tornar potencial motivador na escolha de um destino, há de se pensar que os empreendimentos de hospedagem podem se tornar colaboradores no reforço desta representação. Buscando compreender esta relação entre gastronomia e meios de hospedagem, que se fez necessário encontrar outras pesquisas que discutam este assunto.

O primeiro exemplo se insere no contexto da cidade de Manaus-AM, numa pesquisa realizada por Brito et al. (2015) com gestores e colaboradores de uma rede hoteleira a respeito dos usos e importância da gastronomia na promoção da atividade turística. Brito et al. (2015) tinham como discussão central a falta de incentivo à identidade gastronômica de Manaus em restaurantes e hotéis da cidade. Os estudos destes autores também buscavam refletir sobre as possibilidades da inserção da gastronomia como valorização cultural pela rede hoteleira. Sendo assim, a problemática do estudo concentrava-se na dificuldade da inserção de itens regionais, mesmo diante da variedade e forte identidade cultural de Manaus. O hóspede que ali se encontrava, pouco poderia conhecer da gastronomia local, seja por “falta de costume” ou pela padronização dos pratos a nível internacional. Uma possível explicação para este cenário seria o grau de familiaridade e o poder de atração que as práticas culinárias conseguem ter para motivar a escolha dos turistas. “Mesmo quando as tradições culinárias de um destino são ricas e singulares, não necessariamente estarão adequadas às preferências e aos gostos dos públicos priorizados pela estratégia turística do local” (COELHO NETO E AZEVEDO, 2010, p. 6).

Em estudo realizado em outra cidade brasileira, Nova Hamburgo-RS, o cenário apresentado não é tão divergente do primeiro exemplo. Cidade de fundação predominantemente alemã, a cultura, rituais e características estão bastante entrelaçadas aos costumes germânicos. A gastronomia local reflete esta influência, não só na cidade apresentada, mas em várias cidades de colonização alemã, na região sul, é possível perceber caracterizações semelhantes (ASHTON E MULLER, 2013).

A pesquisa abordou o emprego de pratos característicos em hotéis da rede local. Foram realizadas entrevistas com dois grupos: os moradores locais, para perceber como as influências alemãs ainda se faziam presentes em seus hábitos; e com os gestores, para perceber como as características alemãs estavam integradas em seus cardápios. Como resultado, as autoras perceberam que dentre os pratos oferecidos nos hotéis, alguns traziam características da colonização alemã. Por outro lado, os gestores preferiam juntar os pratos ou itens característicos a outros pratos que pudessem atender às necessidades dos clientes.

Outro exemplo a ser utilizado é a pesquisa de Silva (2013), quando a autora buscou analisar a utilização da gastronomia regional pelos chefs dos hotéis 5 (cinco) estrelas da região turística do Algarve, em Portugal. Numa região que tem o segmento de sol e praia já consolidado, Silva (2013) objetivou determinar o papel desempenhado

pelos chefs dos restaurantes dos meios de hospedagem de cinco estrelas. O estudo se desenvolveu a partir da identificação da gastronomia regional, da utilização dos produtos e ingredientes locais e da percepção destes sobre a importância da gastronomia algarviana para o desenvolvimento da atividade turística.

Dos empreendimentos pesquisados, observou-se que 73% possuíam dois ou mais restaurantes, e mesmo com uma predominância da cozinha internacional, a autora percebeu uma presença significativa da cozinha tradicional portuguesa e regional algarvia (SILVA, 2013). Outro fator significativo é que maioria dos chefs entrevistados (67%) considerou importante a oferta da gastronomia tradicional nos hotéis, porém apenas 7% declarou produzir receitas da região com muita frequência. “Tal cruzamento de resultados deixa subjacente a ideia de que apesar da importância que os Chefs dão à oferta de receitas tradicionais talvez não o tenham oportunidade de o fazer tanto quanto gostariam nos hotéis onde trabalham” (SILVA, 2013, p.70).

A apresentação dos exemplos acima, torna-se interessante neste trabalho como parte da compreensão das metodologias por eles utilizados (sujeitos contemplados, pontos observados) e para perceber que o tema ainda é pouco abordado entre as pesquisas científicas e que muitos fatores ainda carecem de ser percebidos. É preciso ter os objetivos e estratégias bem formatados, conhecer as potencialidades locais e os novos perfis da demanda. E, assim, estabelecer as ferramentas ideais para trabalhar a valorização cultural local, atrair o público e gerar receitas.

A identidade é desejável ao consumo, a gastronomia reforça novas estruturas sociais e culturais, o turismo gastronômico se comporta enquanto oportunidade ao desenvolvimento local.

Desta maneira, a riqueza de elementos característicos à região Nordeste consolida “seu chamado turístico e explora com originalidade suas tradições e produtos típicos” (HOFFMAN, 2012, p.29). Desta forma, cabe a reflexão acerca da relação entre a gastronomia local e os meios de hospedagem do destino Sergipe.

Numa breve contextualização histórica acerca dos meios de hospedagem em Sergipe, é possível destacar alguns momentos. Utilizando o registro do guia “*Roteiro de Aracaju*”, publicado em 1948, é possível verificar a divulgação de hotéis existentes na capital, localizados no centro da cidade: “estes além dos serviços de hospedagem ofereciam serviços de alimentos e bebidas e eram espaços de sociabilidade dos sergipanos, já que eventos, reuniões, jantares e almoços eram realizados nesses meios de hospedagem” (AZEVEDO, 2014, p. 128). A hospitalidade se dá

na indicação do uso deste espaço pelos sergipanos.

Em 1964, período marcado pelo golpe militar, o poder público estabelece iniciativas para promover o turismo, inclusive estimulando a construção de hotéis. Para Sergipe, a década de 60 se caracteriza como período de aceleração do desenvolvimento urbano e econômico, graças ao seu potencial petrolífero. Como consequência, implica na “necessidade de meios de hospedagem para abrigar principalmente a mão-de-obra envolvida com a indústria do petróleo direta ou indiretamente” (AZEVEDO, 2014, p. 138). Inclusive, o Departamento de Turismo de Aracaju, órgão responsável pela promoção turística à época, conseguiu implantar arrecadação de taxa de turismo aos meios de hospedagem.

Na década de 1970 as primeiras redes internacionais surgem no país, ao mesmo tempo que é perceptível a formação de cadeias hoteleiras nacionais e os hotéis independentes (MIGUEL, 2001).

Em 1972, é criada a Empresa Sergipana de Turismo – EMSETUR e extinto o Departamento de Turismo. Como uma de suas primeiras ações, a EMSETUR passou a incorporar empreendimentos turísticos (principalmente meios de hospedagem) em sua gestão, como forma de estimular a entrada de investimentos para o mercado turístico e auxiliar as empresas que já existiam na capital e no interior. Contudo, com o país imerso no processo de redemocratização e instabilidade econômica, o setor hoteleiro passa por período de estagnação durante os anos 80. E é só em meados dos anos 90 que o mercado hoteleiro sergipano começa a receber investimento de grupos internacionais (AZEVEDO, 2014). O processo de reorganização econômica, a partir de 1994, reascendeu as oportunidades do mercado, marcando “o início de um novo ciclo de investimentos em modernização e ampliação do parque hoteleiro no Brasil” (PROSERPIO, 2007, p. 76).

E, na leitura sobre as características gastronômicas das regiões sergipanas, vem o questionamento: o que é tratado como referência gastronômica para Sergipe, pelo turismo? E a partir deste questionamento, uma outra reflexão é feita através de alguns materiais de divulgação, textos científicos e o Guia Sergipe Trade Tour. Organizado e comercializado pelo grupo S&Z Comunicação, na responsabilidade de Waldete Zampieri (LIMA E AZEVEDO, 2012a), o guia é lançado em edições bianuais, reunindo informações turísticas sobre Sergipe em dois idiomas (português e inglês). “Além de dados a respeito dos atrativos culturais e naturais, faz divulgação de serviços turísticos como: hotéis, pousadas, bares, restaurantes, empresas de receptivo e etc.” (LIMA E AZEVEDO, 2012b, p. 11).

Capital sergipana, porta de entrada dos turistas e destaque no guia Sergipe Trade Tour, Aracaju é o município com maior destaque do guia. A seção que trata da capital faz uma significativa referência a elementos da gastronomia sergipana, com duas páginas dedicadas ao assunto, além de dez páginas (na seção de classificados) direcionadas à divulgação de bares e restaurantes localizados na região da Orla de Atalaia. É interessante perceber a diversidade de ofertas nesta seção, são empreendimentos que apresentam pizzas, açaí, churrasco gaúcho, cozinha oriental, peruana, espanhola, junto ao caranguejo, aos pescados e mariscos; e que voltam a indicar a dinâmica cultural em que se comporta Aracaju, inclusive para o turismo.

Nas informações do guia sobre a gastronomia do município, tem-se em destaque: caranguejo, pirão de peixe, pirão de pitu, café nordestino, sucos e sorvetes. Entretanto, o discurso neste material não é de uma “gastronomia aracajuana”, mas da “cultura do sergipano” (ao falar do caranguejo), de “uma combinação de diversas e deliciosas opções da gastronomia nordestina” (sobre o café nordestino), dos elementos encontrados “nas águas dos rios que cortam Sergipe” (sobre o pirão de pitu), das frutas “tipicamente nordestinas” (sobre a mangaba) (ZAMPIERI, 2017-2018, p. 43-44), que difere do que é apresentado nos outros municípios, utilizando o termo “culinária local ou típica”.

4 Conclusões

As mudanças no comportamento de grupos sociais, os discursos de sustentabilidade ambiental e cultural e a preocupação com a qualidade de vida, implicam mudanças na percepção da gastronomia e de como ela é apropriada pela atividade turística. Enquanto identidade cultural, apresenta códigos culturais, carregados de significados relacionados às estruturas territoriais e refletindo sua diversidade nos hábitos, consumos, estruturas de poder e modos de produção de seus grupos, e que vem se transformando nestas múltiplas relações entre o global e o local. Quando percebida sob a ótica do fenômeno turístico, a gastronomia vislumbra um horizonte de possibilidades, seja enquanto complementar da oferta turística, valorização da cultura local ou como motivador exclusivo na decisão do turista.

Atualmente, a diversidade de redes hoteleiras nacionais, internacionais, hotéis independentes, pousadas, *hostels* e a eminência do *AirBnB*, estimulam os empreendimentos a repensar estratégias que possam garantir sua permanência no mercado. A complexa relação entre diferenciação e homogeneização exige do mercado turístico estratégias que possam proporcionar uma relação

mais ativa com o seu entorno, ao mesmo tempo em que garantem diferenciais competitivos. É preciso ir além do “bom atendimento” e utilizar de outras ferramentas que possam assegurar qualidade nos serviços prestados, no relacionamento com fornecedores e comunidades e a fidelização do cliente, inclusive para o mercado hoteleiro. E a gastronomia local se mostra potencial à perspectiva da hospitalidade e atrativo ao turista, possibilitando o desenvolvimento socioeconômico local.

Na pesquisa referente à uma atualização sobre a relação dos meios de hospedagem de Aracaju e a gastronomia sergipana, é importante destacar a escassez de informações. Indicando assim, que esta temática carece de mais estudos, inclusive indicando a percepção dos gestores, comunidade e produtores agrícolas que podem (e devem) estar integrados à atividade.

Referências

ASHTON, M. S. G.; MULLER, A. C. A presença da gastronomia alemã na Hotelaria de Novo Hamburgo, RS. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 5, n. 2, p. 319- 332, 2013.

AZEVEDO, D. **Turismo, Patrimônio Cultural e Identidades Consumo**: construindo sergipanidades. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.

AZEVEDO, M.; COELHO NETO, E. Turismo, Imagem Territorial e Gastronomia: o valor simbólico da culinária na atratividade de destinos turísticos brasileiros. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 5, n. 2, p.1-13, 2010.

BRITO, C. C.; COSTA, H. M. F.; SANTOS, M. L.; COSTA, S. A. A identidade gastronômica em uma rede hoteleira da cidade de Manaus. **IX Fórum internacional de turismo do Iguassu**. Foz do Iguazu/PR – 2015. Disponível em: <http://festivaldeturismodascataratas.com/wpcontent/uploads/2015/12/2.-A-IdentidadeGastron%C3%B4mica-em-uma-Rede-Hoteleira-daCidade-de-Manaus.pdf>. Acesso em 03 Set 2016. (Documento sem paginação)

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HOFFMAN, P. G. P. Brazil and its paths of flavor. In: UNWTO. **Global Report on Food Tourism**. World Tourism Or-

ganization, Madrid: UNWTO, 2012.

KRAUSE, R. W.; BAHLS, Á. A. A gastronomia como fator de influência na escolha de destinos turísticos–base de estudo balneário Camboriú (SC-Brasil). **PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 14, n. 2, p. 433-445, 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LIMA, D. T.; AZEVEDO, D. S. A gastronomia do polo Costa dos Coqueirais como ferramenta do marketing turístico: uma análise do guia Sergipe Trade Tour entre os anos 2007 – 2012. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2012, Recife. **Anais...** Recife: INTERCOM, p. 1-13, 2012a.

_____. Viagem gastronômica no Sergipe Trade Tour. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: INTERCOM, p.1-15, 2012b.

MIGUEL, I. C. **Uma análise do diferencial competitivo de hotéis associados a cadeias hoteleiras internacionais**. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro, 2011.

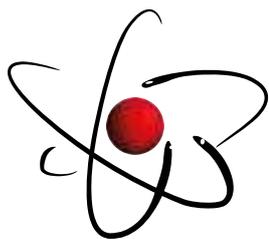
PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PROSERPIO, R. **O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

SILVA, S. R. L. B. **O património gastronómico regional enquanto fator de valorização da experiência turística: o caso da indústria hoteleira de cinco estrelas no Algarve**. 2013. Dissertação (Mestrado em Turismo e Culturas urbanas) Universidade do Algarve – Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo, 2013.

ZAMPIERI, W. **Guia Sergipe Trade Tour: turismo, cultura e lazer**. ed. 14. Aracaju: S&Z Comunicação, 2017/2018.



GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS COSTEIROS: ORDENAMENTO TERRITORIAL DO TURISMO EM CORURIFE-ALAGOAS

Jucileide da Silva Sobreira¹⁸ ; José Wellington Carvalho Vilar¹⁹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O presente trabalho tem como objetivo identificar os instrumentos de gestão para o desenvolvimento do segmento turístico de sol e praia na Orla Marítima de Corurife-Alagoas. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica, sobretudo as bases legais que orientam o segmento; entrevistas com representantes da gestão municipal; pesquisa de campo em quatro povoados - Pontal de Corurife, Lagoa do Pau, Miaí de Cima e de Baixo para realização de entrevista com representantes das associações comunitárias; e entrevistas com quatro representantes do setor privado associado ao turismo, dois do Pontal de Corurife e dois da Lagoa do Pau. Conclui-se que a prefeitura não possui instrumentos que possibilitem um desenvolvimento turístico sustentável, como previsto na legislação vigente do Brasil.

Palavras-chave: ordenamento territorial, turismo sol e praia, gestão integrada.

1 Introdução

O processo de valorização do litoral tem seu início com maior magnitude a partir do século XIX e resultou em expressivos fatores que impactam a Orla Marítima e seus espaços adjacentes. Entre os fatores de valorização territorial, destaca-se o turismo, por meio das atividades de lazer, construções de infraestrutura, residências secundárias e conseqüentemente, gerando especulação imobiliária nos espaços receptores.

Nesse sentido, o turismo é considerado uma importante atividade econômica e social que impacta o espaço receptor de forma dual. A literatura especializada indica uma variedade de impactos negativos, resultado de uma ocupação urbana e turística desordenada, e impactos positivos, em termos de infraestrutura implementada pelo Estado e de aspectos econômicos (VASCONCELOS e CO-

RIOLANO, 2008; DINIZ e VASCONCELOS. 2012). Em termos de impactos socioambientais, ressalta-se a contaminação das águas devido a deficiências e/ou ausência de sistemas de saneamento básico; descaracterização dos valores culturais das comunidades autóctones; forte sazonalidade das atividades econômicas; declínio das atividades tradicionais; destruição de ecossistemas importantes; entre outros (DIAS, 2003). É nesse contexto que justifica a importância de estabelecer uma gestão que vise à preservação dos espaços litorâneos.

Nesse viés, planejar os destinos turísticos é salutar, e as políticas de ordenamento tem como premissa o desenvolvimento sustentável dos espaços litorâneos, pois tem como base a preservação do meio ambiente e o uso adequado dos recursos, uma vez que busca conciliar a proteção ambiental e as atividades humanas. Nesse sentido,

18 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe (PPGEO/UFS); Membro do Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros do Instituto Federal de Sergipe (GESTAC/IFS) e do Grupo de Estudos e Pesquisas em Análise Regional da Universidade Federal de Alagoas (GEPAR/UFAL). E-mail: jucisobreira@gmail.com.

19 Professor Titular do Instituto Federal de Sergipe (IFS); Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe (PPGEO/UFS); Líder do Grupo de Pesquisa Gestão Territorial de Ambientes Costeiros (GESTAC/IFS). E-mail: wvilar@yahoo.com.br.

o presente trabalho tem como objetivo identificar os instrumentos de gestão turística do município alagoano de Coruripe, tendo como referência empírica as localidades de Pontal do Coruripe, Lagoa do Pau, Miaí de Cima e Miaí de Baixo.

2 Metodologia

Coruripe é um município alagoano, localizado no Litoral Sul do referido Estado. Possui aproximadamente 54 km de linha de costa com belezas singulares e características naturais e de ocupação diversificada. Quanto ao turismo, o litoral coruripense se destaca no desenvolvimento do veraneio, com ênfase nos povoados Pontal do Coruripe, Lagoa do Pau, Miaí de Baixo e de Cima.

Para a realização deste artigo foram utilizados dados qualitativos. Inicialmente, foi realizado levantamento bibliográfico acerca da temática abordada e pesquisa de campo. Na pesquisa de campo foram utilizados os seguintes instrumentos para coleta de dados: observação direta e entrevista semiestruturada com dois atores sociais, a saber: um representante da Secretaria Municipal de Turismo e um representante da Secretaria Municipal de Meio Ambiente.

A entrevista com um representante da Secretaria Municipal de Turismo buscou identificar os instrumentos normativos utilizados pela prefeitura para regulamentar o turismo de sol e praia. E com o representante da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, buscou identificar quais os instrumentos de gerenciamento costeiro presentes no município. Igualmente, realizou-se entrevistas com um representante de cada associação comunitárias dos seguintes povoados: Pontal de Coruripe (Associação dos Moradores e Amigos do Pontal de Coruripe), Lagoa do Pau (Associação Comunitária do povoado Lagoa do Pau), Miaí de Cima (Associação Comunitária dos Moradores e Amigos do Povoado Miaí de Cima- ASCOMIC) e Miaí de Baixo (Associação Comunitária dos Pescadores, Artesãos, Moradores e Amigos do Povoado Miaí de Baixo – ACOPIAMB) para identificar a participação da comunidade nos fóruns municipais que discutem o turismo e a gestão da Orla Marítima. Foram também entrevistados representantes do setor privado associado ao setor do turismo, dois do Pontal de Coruripe e dois da Lagoa do Pau.

3 Resultados e Discussões

A gestão se desenvolve por meio de instrumentos e medidas normativas, institucionais e legais. A base legal que vai subsidiar o turismo de sol e praia envolve a le-

gislação turística, políticas nacionais da zona costeira, da Orla Marítima, dos recursos hídricos, patrimoniais e ambientais (BRASIL, 2010). A integração dessas políticas visa ao ordenamento territorial do espaço litorâneo, integrando interesses econômicos e sociais

O modelo de gestão adotado pelo Ministério do Turismo é descentralizado, formado por canais de interlocução a partir de instâncias de governança representada pelo poder público, setor privado, associações e sociedade civil organizada (BRASIL, 2013). Para efetivação de uma gestão descentralizada formaram-se grupos de gestão em escala estadual, regional e municipal. Em Alagoas são representados respectivamente pela Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR), pelo Fórum Estadual de Turismo, pelas Instâncias de Governanças Regionais, e pelos Grupos Gestores Municipais (GOMES, 2015). O município deve instituir o Órgão Oficial de Turismo do Município, o Conselho/Fórum Municipal e o Interlocutor Municipal (BRASIL, 2013).

Em termos de gestão costeira, o Artigo 14 da Lei nº 13.240, de 30 de dezembro de 2015, autoriza a transferência de gestão das praias marítimas urbanas, estabelecendo uma gestão compartilhada entre a União e município. Este último assina o termo de adesão que será analisado pela Secretaria do Patrimônio da União (SPU), e, igualmente, são estabelecidos critérios de garantia da equidade socioambiental das praias, como o uso e ocupação de acordo com o suporte do meio físico, ou seja, estabelecendo os critérios de Ordenamento Territorial e Turístico desses espaços.

Entre os instrumentos estabelecidos pelo SPU se destaca o Projeto de Gestão Integrada da Orla Marítima - Projeto Orla - regulamentado Decreto nº 5.300, de 2004, que tem o prazo de três anos para sua execução, após assinatura do termo. O Projeto Orla é executado pela ação conjunta entre o ministério do Meio Ambiente e o Ministério do Planejamento, busca uma integração entre as políticas ambientais e patrimoniais visando o ordenamento do uso e ocupação da Orla Marítima (MMA, 2006). Nesse contexto, a gestão turística integra as políticas de turismo e as diretrizes de uso e ocupação da Orla Marítima.

Com base no exposto, buscou-se identificar quais os instrumentos de ordenamento territorial utilizado pelo município de Coruripe para a gestão do segmento turístico de sol e praia. Foi identificado que o município possui um Plano Diretor instituído pela Lei 1.276, de 03 de fevereiro de 2014, considerado o principal instrumento da política de Ordenamento Territorial, que tem como objetivo orientar a atuação do poder público municipal e a ini-

ciativa privada. Vale ressaltar as premissas básicas dessa política: inclusão social, proteção ambiental, integração territorial e a gestão compartilhada.

Ao ser realizado entrevista com os sujeitos sociais que representam as associações comunitárias e representantes do setor privado associado ao turismo em Coruripe foi identificado que a prefeitura não vem realizando fóruns para discutir o turismo e o ordenamento territorial da Orla Marítima, e não foram identificados representantes que componham o Conselho Municipal de Turismo. Informação reforçada na entrevista com os dois representantes das Secretarias, Turismo e do Meio Ambiente. Assim, os órgãos municipais de turismo são formados pela Secretaria Municipal de Turismo e o Interlocutor Municipal, entrevistado enquanto representante da secretaria supracitada. Outro instrumento identificado na gestão territorial de Coruripe foi o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo, no entanto, o representante da Secretaria de Turismo reconhece que não se põe em prática, visto que a prefeitura não prioriza esse setor.

A ausência de investimentos e de instrumentos de gestão ou sua falta de efetividade dificulta o desenvolvimento do turismo no município. Foi identificado a partir das entrevistas que não há qualificação profissional para os gestores nos respectivos órgãos. Os investimentos são insuficientes e, ademais, o entrevistado da Secretaria de Turismo ressaltou que as reuniões promovidas pelo Estado de Alagoas pouco ou nada impactam no desenvolvimento do turismo local. Assim, a referida Secretaria não vem executando ações que promovam o desenvolvimento do turismo no município. O mesmo vem se desenvolvendo de forma desordenada na Orla e espaços territoriais adjacentes.

Quanto à gestão da Orla de Coruripe, segundo informações do site da Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMARH) a prefeitura demonstrou interesse em assinar o termo de adesão para a gestão integrada da Orla Marítima, no entanto na entrevista realizada com o representante da gestão municipal não houve informação nesse sentido de implementação de ações práticas e efetivas.

Na Orla Marítima de Coruripe, principalmente nas localidades praianas e turísticas, não foram identificados os instrumentos de gerenciamento costeiro instituído pelo PNGC II e nem ações desenvolvidas para implementação do Projeto Orla. Somente em 2015 o município demonstrou interesse em assinar o termo de adesão ao referido projeto de intervenção. Cabe ressaltar que a prefeitura não tem autorização para conceder licenciamento ambiental.

Na pesquisa de campo foram identificadas obras irregulares, por exemplo, as barracas a beira mar no Povoado Lagoa do Pau e várias casas construídas em terras da União no Pontal de Coruripe. O representante da Secretaria não soube informar sobre o interesse da prefeitura em aderir ao Projeto Orla e construir seu Plano de Gestão da Orla Marítima.

4 Conclusões

O município de Coruripe não possui instrumentos que possibilitem uma gestão integrada e o desenvolvimento sustentável do turismo em seu litoral. O segmento turístico desenvolve-se sem bases legais necessárias para um desenvolvimento sustentável, ou seja, socialmente viável e ambientalmente duradouro.

Os povoados Miaí de Cima e Miaí de Baixo já se apresenta uma crescente especulação imobiliária, ocupando principalmente o cordão litorâneo. Problema já relatado em pesquisa desenvolvida por Lima et al (2004), que resalta a necessidade de preservação das praias dos dois povoados, por serem protegidas por várias linhas de recifes que fazem com que a dinâmica costeira atue de maneira menos intensa, e destaca a ocupação da linha de Costa pelas casas de veraneio.

E nas praias do Pontal e Lagoa do Pau, encontra-se um processo de urbanização nas orlas associados ao veraneio e infraestrutura de serviços receptivos. No Pontal a se destaca a construção do cais sem estudo ambiental e às casas de veraneio diretamente na Orla. Na Lagoa do Pau, encontram-se as barracas a beira mar construídas em área de uso comum.

Referências

BRASIL. **Decreto Nº 5.300, de 7 de dezembro de 2004.** Acesso: 22/01/2018. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

_____. **Turismo de sol e praia:** orientações básicas. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010.

_____. **Política e Plano Nacional do Turismo:** Gestão Descentralizada Territórios e Instituições. 2013. Disponível em:< <http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

_____. **Lei nº 13.240, de 30 de dezembro de 2015.** Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

DIAS, João Manoel Alveirinho. **Gestão Integrada das Zonas Costeiras: Mito ou Realidade?**. In: 2º Congresso do Quaternário dos Países de Línguas Ibéricas, 9º Congresso da Associação Brasileira de Estudos do Quaternário e 2º Congresso sobre Planejamento e Gestão da Zona Costeira dos Países de Expressão Portuguesa: Livro de Resumos, (CD-ROM), 2003.

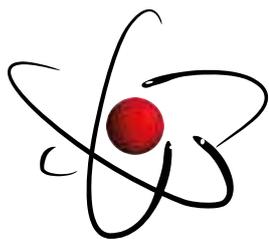
DINIZ, Marco Túlio Mendonça; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. Turismo, territórios e conflitos de uso do solo no Distrito de Jacaúna, Aquiraz-CE. In: Luzia Neide Coriolano; Fábio Perdigão Vasconcelos. (Org.). **Turismo, Território e Conflitos Imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012, p. 1-432.

GOMES, Wanderson Jose Francisco. **A construção do destino turístico Alagoas: a tradução das políticas contemporâneas de turismo**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Sociais. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Maceió, 2015.

LIMA, Rochana Campos de Andrade; BARBOSA, Liana Maria; ALBUQUERQUE, André Luiz dos Santos. **Morfologia, Uso e Riscos de Ocupação no Litoral Sul Alagoano: implicações ao gerenciamento costeiro**. In: I Congresso Acadêmico, 2004. I Congresso Acadêmico da UFAL. Maceió, 2004.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). **Projeto orla: fundamentos para gestão integrada**. Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MMA). Brasília: 2006. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/>>. Acesso: 20 jun 2017.

VASCONCELOS, Fábio Perdigão; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. Impactos SócioAmbientais no Litoral: Um Foco no Turismo e na Gestão Integrada da Zona Costeira no Estado do Ceará/Brasil. **Revista da Gestão Costeira Integrada** 8(2): 259-275. 2008.



GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE PEDRO II – PIAUÍ

Ângela Araújo Gomes²⁰; Elissélia Keila Ramos Paes²¹; Fabio de Sousa Teixeira²²

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O artigo tem como objetivo geral analisar a gestão pública de Turismo no município de Pedro II, Piauí; identificar os principais atrativos turísticos existentes no destino; verificar quais os segmentos turísticos que podem ser desenvolvidos e propor sugestões para melhoria da gestão pública de Turismo. Para o desenvolvimento da atividade em qualquer localidade, a esfera pública tem a responsabilidade da elaboração da política de turismo. A metodologia utilizada foi exploratória, descritiva com levantamento teórico e documental sobre gestão pública de turismo e uma entrevista com a secretaria de Turismo de Pedro II. O município não possui um Plano Municipal de Turismo, mas possui o inventário da oferta turística devido à realização do Festival de Inverno a 15 anos. Sugere-se a formalização da política municipal de Turismo, a realização de outros eventos ao longo do ano e trabalhar segmentos como o Eco-turismo e Turismo de Aventura para reduzir a sazonalidade.

Palavras-chave: gestão pública, atrativos turísticos.

1 Introdução

O Turismo tem alcançado taxa anual de crescimento de 7% segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2018), somando 1.323 milhões de viajantes em todo mundo. No Brasil, o cenário aponta também uma realidade de crescimento, é o país que mais recebe turistas na América Latina, com uma taxa anual de crescimento do 5%. Em 2016 foram 6,6 milhões turistas visitando o país (MTur, 2017).

Ruschmann (1997) ressalta que para o desenvolvimento da atividade turística em qualquer localidade, o governo tem importante participação no planejamento com a responsabilidade da criação de uma política pública de

turismo. Para Beni (2003, p.111) “política de turismo é um o conjunto e fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo do país, determinando as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado.”

Corroborando com autor, este trabalho tem como objetivo geral analisar a gestão pública de Turismo no município de Pedro II, Piauí; identificar os principais atrativos turísticos existentes no destino; verificar quais os segmentos turísticos que podem ser desenvolvidos e propor sugestões para melhoria da gestão pública de Turismo.

No Brasil, o princípio norteador da gestão de turismo

20 Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília; Docente do Curso Técnico em Eventos do Instituto Federal do Piauí; Docente do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual do Piauí; Membro do Núcleo de Estudos e Projetos Turísticos – NETUR da Universidade Estadual do Piauí. E-mail: angela.gomes@ifpi.edu.br

21 Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília; Docente do Curso Técnico em Eventos do Instituto Federal de Brasília. E-mail: elisselia.paes@ifb.edu.br

22 Discente do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual do Piauí; Membro do Núcleo de Estudos e Projetos Turísticos – NETUR da Universidade Estadual do Piauí. E-mail: fabiosousa64@gmail.com

municipal iniciou em 1994, com o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PMNT), uma nova postura do governo federal, onde a descentralização e a participação da comunidade orientam a condução da política pública. O foco era no fortalecimento da gestão municipal que juntamente com a comunidade e iniciativa privada assumisse a definição e a gestão da política pública. Os órgãos estaduais passavam a ser parceiros do processo (LOHMANN, 2008).

Carvalho (2000) constatou a dificuldade de operacionalização do PNMT pautada nos seguintes aspectos: a falta de recursos financeiros para pequenos municípios, além da falta de recursos humanos e técnicos para dar continuidade nas ações. Porém, o legado da mobilização foi a base para política pública do próximo governo, fundamentada na regionalização do Turismo.

Em 2003, pela primeira vez o turismo entra na esfera da administração pública federal, onde é criado o Ministério do Turismo. E foi implementado o Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas (2003-2007). Com base na redução da desigualdade social, geração de empregos e divisas e no desenvolvimento do produto turístico brasileiro de qualidade. Solha (2006) destaca o compartilhamento com o poder público estadual na condução das ações da política pública de turismo.

Para Beni (2006), o Programa de Regionalização do Turismo, lançado em 2004 é considerado como instrumento de execução da política. É um modelo de gestão apoiado na regionalização do Turismo, incorporando a noção de território e de arranjos produtivos, como eixo estruturante dos macroprogramas do Plano Nacional. Partindo do pressuposto da regionalização como um novo modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, o PRT propunha que “regionalizar o turismo é transformar a ação na unidade municipal para uma política pública mobilizadora de planejamento e coordenação para o desenvolvimento turístico local e regional, estadual e nacional, de forma articulada” (MTUR, 2004, p.11).

Com passar dos anos, desde o surgimento do Ministério do Turismo (MTur) até o presente momento, mesmo com todos os esforços concentrados no PRT, atualmente a estratégia utilizada é o Mapa do Turismo Brasileiro, os resultados ainda são tímidos, o que aponta para uma atenção voltada para o fortalecimento da gestão nos municípios, baseado em processos endógenos de gestão e desenvolvimento iniciados na escala local. Para se trabalhar a consolidação de regiões turísticas, é necessário que cada município esteja minimamente organizado no que se refere a gestão municipal do turismo (MTUR, 2013).

Para o sucesso das estratégias regionais depende das estratégias municipais e a consolidação de produtos e roteiros turísticos regionais passam pela gestão local do turismo. E assim pode observar, mesmo que minimamente que os governos municipais estão dando prioridade política para o setor do Turismo nas suas estruturas administrativas como o reconhecimento da atividade como promotor de desenvolvimento econômico e social, seguindo pela formalização de políticas públicas específicas com a criação de projetos e ações voltadas para o setor.

Para que a atividade turística se desenvolva de forma adequada, gerando mais impactos positivos do que negativos é essencial que ocorra de maneira planejada, envolvendo a iniciativa pública, privada e comunidade local para juntos com uma metodologia descentralizada e participativa possam desenvolver montando estratégias, criar planos e programas, inclusive traçando políticas públicas direcionadas para o turismo com o foco no desenvolvimento local e regional.

2 Metodologia

Para o desenvolvimento da pesquisa foi utilizada uma metodologia exploratória, descritiva. A primeira caracteriza-se por um levantamento bibliográfico referente à temática abordada, a gestão municipal de Turismo. A segunda representa uma etapa de observação, registros, análises e organização dos dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador. Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos. utiliza-se de técnicas específicas, dentre as quais se destacam a entrevista, o formulário, o questionário, o teste e a observação (PRODANOV E FREITAS, 2013).

Como instrumento de coleta de dados foi realizada uma entrevista com perguntas abertas para a secretária de turismo do município. A entrevista aconteceu na última semana do junho de 2018. Quase um mês depois do principal evento turístico da localidade, o Festival de Inverno de Pedro II, que está na sua 15ª edição atraindo uma estimativa de 50 mil participantes durante os 4 dias de evento.

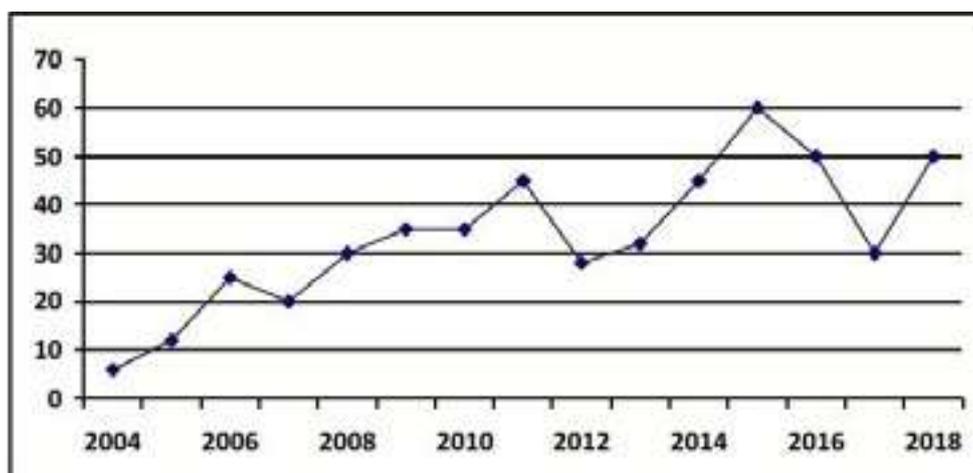
3 Resultados e discussões

O Município de Pedro II que está localizado no Centro-Norte Piauiense, com uma área 1,948 Km² na Serra dos Matões, a uma latitude 04°25'29" sul e a uma longitude 41°27'31" oeste, estando a uma altitude de 603 metros. Sua população é estimada em aproximadamente 38.704 (IBGE/2018). Possui alguns atrativos turísticos, como o

Morro do Gritador, a Cachoeira do Salto Liso, Cachoeira do Urubu Rei, possui 21 sítios arqueológicos, dentre o mais conhecido é o da Torre, além das únicas minas de Opala do existente no País. E outros atrativos culturais como o Memorial Tertuliano Brandão, o Museus da Roça, o Sítio Buritizinho, os casarões coloquiais localizados no

centro da cidade e principalmente o Festival de Inverno, um evento criado em 2004 para fomentar o turismo no destino. Para destacar a importância do evento, o gráfico 1 abaixo mostra a estimativa de visitantes em Pedro II nas 15 edições do festival.

Gráfico 1 – Gráfico com a estimativa de turistas nas 15 edições do Festival de Inverno.



Fonte: Autores (2018)

Pedro II está inserido na Região Turística Pólo Aventura e Mistério do Estado do Piauí, seguindo o modelo da Programa de Regionalização de Turismo (PRT) iniciada em 2004 e atualmente consta no Mapa do Turismo Brasileiro. Ambos desenvolvidos pelo Ministério do Turismo (MTur) que avalia periodicamente os destinos turísticos brasileiros através da Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro (MTur, 2016) caracterizado como uma estratégia de implementação do

PRT que identifica o desempenho econômico do Turismo nos municípios, para que assim possam ser implementadas políticas específicas respeitando as peculiaridades de cada destino turístico. O município está agrupado na categoria D juntamente com outras 1961 cidades do país. Conforme os dados apresentados na tabela 1 apontando os critérios de classificação e os números de municípios existentes em cada categoria abaixo:

Tabela 1 - Categorização dos municípios do Mapa de Turismo Brasileiro.

CARACTERIZAÇÃO DAS CATEGORIAS A PARTIR DAS VARIÁVEIS						
Categoria	Nº de municípios	% de municípios no mapa	Valor Médio (não padronizado)			
			Qnt. empregos formais de hospedagem	Qnt. estabelecimentos formais de hospedagem	Estimativa de turistas internacionais	Estimativa de turistas domésticos
A	57	1,74%	2.414	135	143.926	1.637.556
B	179	5,45%	354	33	7.561	215.534
C	539	16,41%	81	10	974	50.990
D	1961	59,70%	9	2	116	9.764
E	549	16,71%	0	0	0	0

Fonte: MTur (2016)

Comparando o gráfico 1 referente a estimativa de turistas das 15 edições do Festival de Inverno e a tabela 1 que apresenta a categorização dos municípios do Mapa do Turismo, Pedro II possui duas variáveis: a estimativa de turistas domésticos e a quantidade de estabelecimento formais de hospedagem que podendo ser classificado na categoria C, para tanto é necessário fortalecer a vinda de turistas internacionais para a cidade, verificar a quantidade de empregos formais nos meios de hospedagens e apresentar os dados para o MTur.

Em relação a gestão pública de Turismo é um desafio constante fomentar atividade de para que traga renda para a localidade, fortalecendo como uma das principais fontes econômicas do município, promover melhorias na infraestrutura local, envolver a comunidade e consolidar do Festival de Inverno no calendário Estadual e Regional, considerando que a maioria dos artistas que se apresentam são artistas nacionais renomados.

A Secretaria de Turismo juntamente com o Conselho Municipal de Turismo está trabalhando em parceria para a elaboração de um Plano Municipal de Turismo e assim possam pleitear recursos federais para melhoria da atividade. Um documento base e de suma importância para elaboração de uma política municipal de Turismo é o inventário da oferta turística. No caso de Pedro II, o diagnóstico foi elaborado em parceria com a Prefeitura e a Associação dos Condutores de Visitantes (ACONTUR).

Uma das propostas é o desenvolvimento do Turismo Sustentável considerando o Ecoturismo e o Turismo de Aventura como os principais segmentos a serem trabalhados devidos aos atrativos naturais existentes em Pedro II.

Um importante avanço na gestão do Turismo, foi que em agosto deste ano, foi instalada a Instância de Governança Regional do Pólo Aventura e Mistério onde Pedro II representada pela Secretaria de Turismo foi eleita com presidente da Instância. São 11 municípios que compõem esta região turística são: Buriti dos Montes, Castelo do Piauí, Domingos Mourão, Juazeiro do Piauí, Milton Brandão, Pedro II, Pimenteiras, Piracuruca, Piripiri, São João da Fronteira e São José do Divino. Seguindo a exigências do MTur que vem desenvolvendo uma política de Turismo de forma descentralizada e participativa e dividindo o país em regiões turísticas formadas por municípios com características similares e que juntos possam estruturar novos produtos turísticos de forma qualificada e competitiva no mercado nacional e internacional.

Pode observar que a Secretaria de Turismo tem concentrado seus esforços principalmente na organização e realização do Festival de Inverno que desenvolve em par-

ceria com outras secretarias como a de cultura, a de meio ambiente dentre outros. O Festival traz alguns impactos positivos como a geração de emprego e renda, melhoria na infraestrutura básica e turística e a divulgação do antecipada do destino. Porém um impacto negativo é a sazonalidade, um fenômeno caracterizado pela instabilidade entre oferta e demanda nos determinados períodos do ano. (Dias, 2008). É preciso desenvolver estratégias para atrair turistas durante todo ano e garantindo a movimentação econômica dos empreendimentos turísticos.

4 Conclusões

O Turismo em Pedro II já vem sendo desenvolvido há alguns anos, porém algo muito recente, considerando que o planejamento turístico deve ser executado há longo prazo com estimativa de retorno a partir dos 15 ou 20 anos. O município está no processo de planejamento para que possa ter a atividade como uma das principais fontes de renda. Vale ressaltar que o Turismo deve estimulado com uma mais uma fonte de economia para localidade, vem para agregar valor e não como substituição da atividade econômica como por exemplo a agricultura, pecuária presente nos principais municípios brasileiros.

É de suma importância a elaboração do Plano Municipal de Turismo para fomentar a atividade de forma planejada, possui um fundo exclusivo para o Turismo e os investimentos sejam revertidos conforme as necessidades da comunidade e do destino.

Estratégias como a realização de outros eventos ao longo do ano e o fortalecimento do Ecoturismo e Turismo de Aventura podem atrair visitantes para o destino não somente no período do Festival de Inverno.

Diante da necessidade de se valorizar o Turismo em Pedro II, e usá-lo como forma de desenvolvimento socioeconômico para a região, percebe-se que é necessário além de uma discussão mais ampla sobre o assunto, envolvendo a sociedade, o poder público e as empresas, também é necessário ações mais efetivas que fortaleçam o turismo na cidade.

Assim, é possível concluir que apesar dos atrativos turísticos existente em Pedro II e de todos os esforços despendidos pela Secretaria e seus parceiros, a gestão ainda é dificultada pela falta de planejamento, de recursos e de controle, fatores que são essenciais para o desenvolvimento do turismo em qualquer região.

Referências

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 8

ed. São Paulo: SENAC, 2003.

_____. **Política e Planejamento do Turismo no Brasil.** São Paulo: SENAC, 2006.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro.** Brasília, DF: Mtur, 2016.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022.** Brasília, DF: MTur, 2017.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do turismo.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2003.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. Diretrizes Políticas.** Brasília, DF: MTur, 2004.

CARVALHO, Alan Francisco. **Políticas Públicas em Turismo no Brasil.** Revista Sociedade e Cultura, v. 3, n. 1 e 2, p. 97-109, jan./dez. 2000.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE, 2018. Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pedro-ii/panorama>>. Acesso em 10 de setembro de 2018.

LOHMANN, Guilherme. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas.** São Paulo: Aleph, 2008.

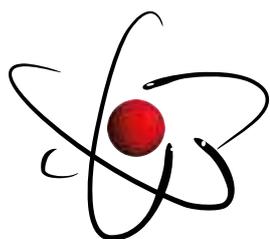
OMT – Organização Mundial de Turismo. **Relatório Anual da OMT 2017.** OMT, 2018.

PRODANOV; FREITAS. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2ª ed.- Rio Grande do Sul: Editora Feevale, 2002.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente.** Campinas, SP: Papirus, 1997.

SOLHA, Karina Toledo. **Política de turismo: desenvolvimento e implementação.** In:

RUSCHMANN, Doris van de Meene, SOLHA, Karina Toledo (orgs.) Planejamento Turístico. Barueri, SP: Manole, 2006, pp. 89-100.



GESTÃO SUSTENTÁVEL E FUNCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO EMPÍRICO DO ARACAJU CONVENTION & VISI- TORS BUREAU

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio²³; Fabiana Almeida da Silveira²⁴

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O objetivo geral nesse estudo é discutir a gestão sustentável e funcional bem como as atuais políticas e práticas no modelo de gestão dos recursos humanos do Aracaju Convention & Visitor Bureau (AJUCVB), sua interação com a cultura organizacional e consequentes implicações para a eficácia da organização, a fim de observar se estão alinhadas às premissas do desenvolvimento sustentável. No tocante a metodologia, é uma pesquisa de natureza teórico/empírica com abordagem qualitativa e objetivo exploratório/descritivo, tendo como principal instrumento de coleta de dados a pesquisa bibliográfica, e a realização de entrevistas semiestruturadas. Quanto aos resultados, percebe-se que a cultura organizacional do Aracaju Convention é orientada para os recursos humanos, muito embora tenha sido percebido uma necessidade de maior desenvolvimento de estratégias de conscientização sustentável da própria gestão.

Palavras-chave: gestão sustentável, práticas organizacionais, recursos humanos.

1 Introdução

Os principais aspectos da diferenciação entre empresas são estabelecidos pelo modelo de gestão e estão intimamente relacionados com o desenvolvimento da cultura organizacional a medida em que impacta diretamente no seu desempenho. Neste sentido, é relevante o delineamento do modelo de gestão, uma vez que todo gestor deve possuir capacidades para identificar as particularidades a serem desenvolvidas e/ou mensuradas dentro do ambiente organizacional, buscando promover e incentivar a participação, capacitação, envolvimento e desenvolvimento dos funcionários, a humanização das empresas e, sobretu-

do, o alinhamento com as práticas sustentáveis.

No atual cenário, o discurso acerca das novas formas de gestão voltadas para a sustentabilidade tem sido cada vez mais dirigido aos Stakeholders, ao mercado consumidor, aos concorrentes, aos parceiros, às organizações não-governamentais (ONGs) e aos órgãos governamentais (SANTOS, 1992) (CLARO et al., 2008).

É possível encontrar empresas e/ou organizações em diferentes estágios de amadurecimento interno do conceito da sustentabilidade empresarial, mas há um consenso global de que não há mais como desenvolver uma atividade econômica sem considerar seus impactos sociais e

23 Especialista em planejamento do Turismo na Universidade Federal de Sergipe-UFS; Discente no Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe; Bacharel em Turismo/UFS; Técnica em Hotelaria/IFS. Membro do Grupo de pesquisa Inova.Tur/CNPQ. E-mail: elianeavelina@yahoo.com.br

24 Discente no Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe; Pós-graduada em planejamento do Turismo na Universidade Federal de Sergipe-UFS; Bacharel em Turismo/Universidade Tiradentes-UNIT. E-mail: fabianasilveirabr@yahoo.com.br

ambientais, tanto interno como externos. Desta forma, uma organização deve promover o engajamento com a temática, enquanto principal responsável por disseminar a cultura, valores e informações.

Assim sendo, no artigo em tela, o objetivo é discutir a gestão sustentável e funcional, bem como as atuais políticas e práticas no modelo de gestão dos recursos humanos do Aracaju Convention & Visitors Bureau, e a sua interação com a cultura organizacional, e consequentes implicações para a eficácia da organização, observando se estão adequadas às premissas do desenvolvimento sustentável.

A pesquisa ora proposta, tem como espaço de análise o Aracaju Convention & Visitors Bureau, que é uma estrutura independente, não governamental, apartidária, sem fins lucrativos, com a missão de promover o desenvolvimento econômico e social do destino turístico que representa, através do incentivo e fomento no planejamento, promoção, apoio, captação e geração de eventos e incentivo ao turismo de entretenimento e lazer para destinos em formação e consagrados. Na cidade de Aracaju, tem como principal missão “Promover a cidade Aracaju e os pontos turísticos do estado de Sergipe, com foco voltado para a realização, captação e apoio a eventos”.

Os Conventions & Visitors Bureau são ainda um campo muito pouco estudado na área do turismo internacional e nacional, mesmo se tratando de umas das principais áreas estratégicas para o marketing de destinos ou de lugar, e da mesma maneira um dos principais instrumentos de desenvolvimento turístico de muitas cidades situadas no Brasil e no exterior, além da efetiva geração real de empregos diretos, indiretos e de novos negócios para diversas regiões.

É importante ressaltar, que a elaboração do mesmo se justifica pela necessidade de verificar se a gestão de recursos humanos no Aracaju Convention & Visitors Bureau tem suas práticas alinhadas ao conceito de sustentabilidade organizacional, estando ciente de que o ambiente organizacional incide diretamente no desempenho dos seus atores para realização das atividades de captação de eventos e geração de negócios. Destarte, torna-se relevante a análise de uma organização que é vinculada diretamente ao trade turístico da cidade de Aracaju/Se, como forma de emoldurar uma análise, com vistas a possíveis intervenções que propiciem um melhor engajamento desta com o desenvolvimento da atividade turística.

2 Metodologia

A pesquisa tem natureza teórico/empírica, e apresenta

objetivo exploratório/descritivo na construção do diálogo com a literatura especializado. A abordagem ao problema foi realizada de modo qualitativo, baseado no que diz Prodanov e Freitas (2013). Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizada a pesquisa bibliográfica a partir de artigos científicos, dissertações de cunho acadêmico, teses e etc., pautadas nas temáticas: recursos humanos, gestão de pessoas e sustentabilidade nas organizações.

Empreendeu-se na investigação a utilização de entrevistas semiestruturadas, com perguntas abertas, abordando os seguintes pontos: estrutura organizacional do Aracaju Convention, principais deficiências, principais pontos positivos e negativos para o bom andamento da gestão de pessoas. Os atores sociais sujeitos da investigação foram quatro funcionários que estão hoje desempenhando as funções nos seguintes cargos: 1-diretor presidente, 1- coordenadora de captação de eventos, 1- setor de comunicação, 1-setor Financeiro.

3 Resultados e Discussões

3.1 Gestão Funcional e Sustentável nas Organizações

Diante de um mercado competitivo, o que irá diferenciar uma empresa de todas as outras são as pessoas que nela trabalham e que tem o poder de prestar ou não um serviço com excelência e qualidade. Com isso, uma organização deve apostar nas práticas sustentáveis, sendo elas ambientais e/ou sociais, estando cientes que estas são as forças motrizes capazes de gerir um negócio com qualidade e competitividade no mercado.

Dessa forma, a gestão de pessoas (GP) passa a ser vista como vital no alcance da vantagem competitiva, o que também é um dos objetivos da gestão sustentável. Logo, lidar com esse paradoxo cria a necessidade de olhar para a gestão de pessoas a partir de uma perspectiva mais a longo prazo, ou seja, sustentável (EHNERT et al., 2015).

Assim sendo, se uma organização quer ser sustentável em longo prazo, precisa investir para que todas as áreas de sua empresa estejam alinhadas com as diretrizes da sustentabilidade, tendo a gestão de pessoas como foco primordial para a realização dessas mudanças.

Além de compreender que os trabalhadores de uma empresa fazem parte do pilar social interno da mesma e que são eles quem realizam, de forma ativa, as ações que as levarão a se tornarem sustentáveis, ainda há de se reconhecer que a crescente concorrência requer um

desenvolvimento do potencial interno das organizações, já que são as pessoas que mantêm o sistema administrativo em operação.

De acordo com Dias et al. (2014), a governança corporativa, a gestão ambiental, a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável são algumas das principais mudanças que ganharam expressão no cenário organizacional a partir da década de 1980. Ademais, no referido estudo, os autores confirmam que existe uma falta de consenso por parte dos teóricos e estudiosos a respeito das definições do termo sustentabilidade. Embora originalmente, a sustentabilidade parece se concentrar em proteger o meio ambiente natural. Ao longo do tempo, a construção do conceito foi ampliada para considerar os impactos sociais, em geral, incluindo definições no âmbito de mercado através da inclusão de aspectos sociais e ambientais nas atividades fins e nas interações com os stakeholders, evidenciando, em suma, a preocupação com as gerações futuras.

A consideração de alguns fatores é importante para a implementação da sustentabilidade organizacional. Primeiramente, não basta realizar melhorias somente incrementais, é imprescindível uma mudança cultural, ou seja, a sustentabilidade organizacional precisa ser sistematicamente integrada a todas as atividades organizacionais.

De acordo com Valente (2012), a sustentabilidade necessita representar um novo modo de agir da organização e não apenas ser entendida como práticas isoladas voluntárias e respostas às exigências dos stakeholders. E, segundo, para se pensar em sustentabilidade organizacional é fundamental reconhecer o papel das pessoas e sua autonomia frente ao trabalho, além de reconhecer

e valorizar a rede de relacionamentos pessoais da qual uma decisão organizacional é dependente e sofre influência (MUNCK et al., 2012).

Nas considerações dos autores Fernández et al. (2003), eles mostram que a cultura organizacional também pode facilitar a adoção de uma estratégia que incentive a formação de stakeholders internos com atitudes proativas em relação a práticas ambientais. Destaca-se, ainda, as contribuições de Jabbour e Santos (2008), que sugerem um modelo teórico de gestão de recursos humanos para desenvolver organizações sustentáveis, construído a partir de evidências empíricas e de constatações da literatura.

Assim, tanto a sustentabilidade organizacional quanto as práticas da área de gestão de pessoas voltadas a essa temática tornam-se fatores primordiais para a geração de valor das organizações e suas possíveis vantagens competitivas frente aos concorrentes.

3.2 Gestão Sustentável e Funcional no Aracaju Convention & Visitors Bureau

Tomando como base as questões relevantes na relação recursos humanos e gestão sustentável, elaborou-se um quadro com os principais resultados obtidos através das entrevistas conforme mencionado na metodologia. As pesquisas foram realizadas com quatro funcionários do Aracaju Convention, a fim de compreender o tipo de gestão, bem como sua funcionalidade e sustentabilidade para os profissionais e o ambiente em que estão inseridos.

Quadro 1 - Síntese dos resultados das entrevistas.

PERGUNTAS	COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS
A empresa faz distinção entre sexo feminino e Masculino para o desempenho de funções?	Todos responderam não, a empresa não faz distinção quanto ao gênero.
Estão satisfeitos com remuneração e as condições de trabalho?	Entendem que há um momento de ajuste financeiro o que impossibilita aumento salarial, e acreditam que esse quadro instável vai melhorar. Em sua maioria acham agradáveis as condições de trabalho. Dois respondentes sugeriram algumas melhorias.
Existe Sazonalidade e trabalho ocasional?	Somente para os serviços que são terceirizados.

Estilo de administração	-Existe um satisfatório comprometimento com o treinamento; O gestor direto preocupa-se em manter no seu quadro de funcionários com pessoas qualificadas para exercerem as suas funções;
Treinamento e desenvolvimento pessoal	-O gestor direto incentiva a participação de todos os funcionários em cursos, palestras e etc. -Realizam viagens de imersão para conhecer a realidade de outros conventions.
Satisfação no emprego	-Os funcionários mostram-se satisfeitos com trabalho, embora indiquem uma sobrecarga com relação a desvios de funções.
Relações entre empregados e o trade Turístico mantenedor Existem práticas alinhadas com o meio ambiente?	-Existe um bom relacionamento com os mantenedores, mas alguns respondentes alegaram a necessidade de ampliar o número de visitas, para estreitar o relacionamento. -Todos responderam sim. Por incentivo da gestão os funcionários adotaram às práticas de reutilização de folhas para rascunho. -Não fazem uso de copo descartável no dia a dia.

Fonte: Autores, 2018.

As informações obtidas através da realização das entrevistas foram bem satisfatórias, e implicou também na identificação de algumas problemáticas, principalmente em relação ao quadro de funcionários muito restrito e a pouca verba destinada para algumas ações.

Através das entrevistas foi possível identificar que os profissionais que fazem parte do Aracaju Convention & Visitors Bureau são parceiros, e se empenham com esforço, dedicação, responsabilidade, comprometimento, riscos etc., e que obtêm pessoalmente seus retornos através do salário, crescimento profissional, etc. No que pese ao fomento do turismo, percebe-se que os funcionários ligados diretamente a captação de eventos tem um empenho satisfatório, mas que poderia ser melhorado com a ampliação do quadro de funcionários para realizarem em conjunto essas tarefas, e não terem desvio de função.

Apesar do Aracaju Convention ter uma cultura democrática e bem participativa, e da equipe trabalhar e estar satisfeita em muitos aspectos, foi possível perceber que no tocante a motivação eles ainda precisam de alguns estímulos e projetos que possam contribuir de maneira satisfatória para fomentar positivamente esse ambiente, pois eles se mostram receosos no tocante ao quadro reduzido de funcionários, e acreditam que com o aumento do número de funcionários terão melhores resultados.

Os fatos citados permitem considerar que é necessário a criação de estratégias que melhorem a gestão do Aracaju Convention, sobretudo na ampliação do quadro de funcionários, afim de que se ampliem as ações para a captação de eventos e geração de negócios no turismo no estado.

4 Conclusão

Não restam dúvidas de que a medida em que avançam as décadas, a ideia de crescimento contínuo e utilização dos recursos de forma desmedida tem cada vez mais cedido espaço para uma nova modelagem de negócios que tem incorporado práticas sustentáveis. Nesse processo, a gestão de pessoas é o principal responsável por desenvolver nas organizações uma cultura orientada para essas práticas.

Com o desenvolvimento da pesquisa foi possível concluir que a cultura organizacional do Aracaju Convention é orientada para os recursos humanos, muito embora tenha sido percebido uma necessidade maior do desenvolvimento de estratégias de conscientização sustentável da própria gestão, iniciando com a organização e desenho de cargo com as atribuições e responsabilidades de cada colaborador. Ademais, as mudanças de hábitos e o entendimento de que todos são responsáveis pelos recursos, participando com satisfação das ações e projetos propostos, influenciarão sobremaneira nos resultados sustentáveis internos.

Referências

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado**. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa. **Turismo de Eventos- A importância dos Eventos para o desenvolvimento de turismo**. Editora UNB, 2004.

CLARO, Piscila Borin de Oliveira; CLARO, Danny Pimen-

tel; AMÂNCIO, Robson. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v.43, n. 4, p. 289-300, 2008.

DIAS, Valéria da Veiga; SCHUSTER, Marcelo da Silva; BATTISTELLA, Luciana Flores; TALAMINI, Edson. Gestão sustentável: desafios ou oportunidades em organizações internacionalizadas?. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.5, n.1, p.96110, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.6008/SPC2179-684X.2014.001.0006>.

EHNERT, Ina; PARSA, Sepideh; ROPER, Ian; WAGNER, Marcus; MULLER-CAMEN, Michael. Reporting on sustainability and HRM: a comparative study of sustainability reporting practices by the world's largest companies. **The International Journal of Human Resource Management**, p. 121, 2015. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09585192.2015.1024157>.

FERNÁNDEZ, Esteban; JUNQUERA, Beatriz; ORDIZ, Mónica. Organizational culture and human resources in the environmental issue: a review of the literature. **The International Journal of Human Resource Management**, v.14, p. 634-656, 2003.

FLEURY, Maria T. Leme. Estórias, mitos, heróis - cultura organizacional e relações de trabalho. **RAE - Revista de administração de empresas**. Rio de Janeiro, v.27, n.4, out/dez. 1987.

JABBOUR, Charbel José Chiapetta; SANTOS, Fernando Cesar Almada; FONSECA, Sergio Azevedo Fosenca; NAGANO, Marcelo Seido. Green teams: understanding their roles in the environmental management of companies located in Brazil. **Journal of Cleaner Production**, v. 46, p. 58-66, 2013.

MUNCK, Luciano. BORIM-SOUZA, Rafael; ZAGUI, Cristiane. **A gestão por competências e sua relação com ações voltadas à sustentabilidade**, REGE, v. 19, n. 3, p. 371-389, 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

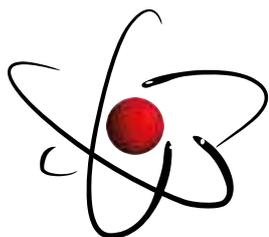
SANTOS, Neusa Maria Bastos F. **Impacto da cultura organizacional no desempenho das empresas, conforme mensurado por indicadores contábeis - um estudo interdisciplinar**. São Paulo, 1992. Tese (Doutorado), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

SCHULER, Vaniza de Lima; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. **Conventions & Visitors Bureau e sua Formação no Brasil**. Rosa dos Ventos, v. 6, p. 229-246, 2014.

VALENTE, Mike. Theorizing Firm Adoption of Sustainability. **Organization Studies**, v. 33, n.4, p. 563-591, 2012.

VERGARA, Silvia Constant; BRANCO, Paulo Durval. Empresa humanizada: a organização necessária e possível. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n.2, p. 20-30, 2001.

VILLELA, Márcia. Captação de eventos internacionais. **Revista de Eventos**. São Paulo, Cia. Comunicação, ano 2, nº 4, p. 11, 2000.



GOVERNANÇA INTELIGENTE DE DESTINOS TURÍSTICOS: O CASO DE ARACAJU, SERGIPE

Fábio Berto Santos²⁵; Lício Valério Lima Vieira²⁶

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

A mudança de paradigma introduzida pelos destinos turísticos inteligentes trouxe ao setor público de turismo um ganho de eficiência na gestão da atividade por meio da utilização de novas tecnologias de informação e comunicação. O objetivo deste estudo é analisar a importância do modelo de governança inteligente para o setor público do turismo de Aracaju, Sergipe, a partir da adaptação dos instrumentos gerenciais e capacitação dos gestores e colaboradores. Para a sua realização adotou-se uma metodologia dedutiva com base em pesquisas bibliográfica e documental em publicações especializadas sobre destinos turísticos inteligentes e através da descrição dos métodos, processos e sistemas fundamentado no documento Guia de Elaboração do Plano Diretor de TIC (PDTIC) desenvolvido pelo Sistema de Administração dos Recursos de Tecnologia da Informação (SISP). Como resultado foi demonstrado o processo para elaboração do PDTIC, tendo em vista a modernização da gestão pública dos destinos turísticos. Conclui-se para que a governança de um destino turístico seja considerada inteligente, devem ser seguidos princípios éticos, participativos e continuidade das políticas públicas.

Palavras-chave: destinos turísticos inteligentes, governança inteligente, PDTIC.

1 Introdução

A governança pública do turismo utiliza métodos característicos das empresas a fim de se obter melhores resultados (PEREIRA; SPINK, 2006). Assim, segundo foi concebido um modelo de gestão baseado na boa governança e desenvolvimento institucional pautado no respeito aos princípios da distribuição, equidade e eficiência no uso dos recursos públicos para que esses órgãos sejam entendidos numa perspectiva multidimensional definido no modelo de desenvolvimento fundamentado no fortalecimento institucional (CORRÊA, 2007; PROVINCIALI, 1998).

Nessa perspectiva, a governança inteligente do turis-

mo está fundamentada nos princípios científicos e tecnológicos para contribuir com o aperfeiçoamento e padronização da gestão dos destinos turísticos através da modernização dos métodos e processos de gestão da pública dessa atividade.

Dessa maneira, no contexto dos Destinos Turísticos Inteligentes, a governança inteligente contribui desenvolvimento das localidades receptoras por auxiliar a gestão pública do turismo na tomada de decisões e por possibilitar o entendimento e análise do contexto e do ambiente em que a atividade turística está inserida, para assim, buscar a melhor forma de atingir os objetivos desejados

25 Mestre em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe Discente do curso de Engenharia de Computação da Universidade Federal de Sergipe Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação e Cultura E-mail: fabio.off@gmail.com

26 Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe Professor do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação e Cultura. E-mail: liciovalerio@gmail.com

(SEGITTUR, 2013).

De acordo com Cohen (2012), a governança inteligente é definida pela transparência dos sistemas de governo, através da modernização da administração da pública e abertura de dados. Entretanto, para isso, é necessário que haja *accountability* e *compliance* para consolidar o efetivo conceito de governança inteligente na administração pública do turismo.

A governança inteligente é capaz de combinar as facilidades da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e da Internet com os esforços organizacionais, de design e planejamento, para desmaterializar e acelerar os processos burocráticos com o propósito de identificar e implementar soluções inovadoras para gestão pública (TOPPETA, 2010).

Contudo, há necessidade de adaptação da infraestrutura tecnológica do setor de turismo para que a implementação desse modelo inteligente de governança seja realizada de forma eficiente. Para isso, a elaboração de um Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) definido no planejamento estratégico de TIC torna-se essencial para essa mudança de paradigma no modelo de governança.

O Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) contém o planejamento das ações que visam garantir o suprimento de informação, tecnologia e comunicação que o órgão precisará para cumprir seus objetivos finalísticos (SISP, 2017). Esta mudança tem como objetivos melhorar a gestão dos recursos e a qualidade da prestação de serviços aos cidadãos, mas para isso, torna-se essencial a realização de um planejamento de TIC que contribua para a melhoria do desempenho da administração pública do turismo.

Portanto, o objetivo deste trabalho foi realizar uma prospecção sobre o modelo e infraestrutura tecnológica necessária para implantação do modelo de inovação tecnológica alinhado ao conceito de governança inteligente no setor público de turismo de Aracaju/SE.

2 Metodologia

Este estudo de caráter descritivo visa apresentar considerações, aspectos e elementos para a construção de um Plano Diretor de TIC (PDTIC) no sentido de modernizar o setor de turismo de Aracaju na perspectiva de implementação da governança inteligente como forma de promover a melhoria da administração pública desse destino turístico.

Para essa finalidade, de acordo com Gil (1999) foi realizada uma pesquisa bibliográfica na qual foram consul-

tados livros, artigos e documentos em fontes secundárias nacionais e internacionais, fundamentada, no conceito de Destinos Turísticos Inteligentes que subsidiará as bases para que um destino turístico seja consolidado como inteligente (SEGITTUR, 2013).

Em seguida, foi descrito um protocolo para adaptação do setor de turismo ao conceito de governança inteligente, como ponto de partida, para a mudança de paradigma no modelo de administração dos órgãos de turismo por meio da elaboração do Plano Diretor de TIC (PDTIC) como uma forma de modernizar os processos de governança através da implantação de modernas tecnologias informacionais e de comunicação para auxiliar o gestor no gerenciamento do setor e na tomada de decisões assertivas.

Para nortear a construção do Plano, foi utilizado o Guia de Elaboração de PDTIC desenvolvido pelo Sistema de Administração de Recursos de Tecnologia da Informação (SISP) como forma de orientar a construção do modelo de governança inteligente do turismo. De acordo com o SISP (2017), o PDTIC consiste na definição de aspectos de liderança, estrutura organizacional e processos que garantam que a área de TI da organização suporte e aprimore os objetivos e as estratégias da organização.

3 Resultados e Discussão

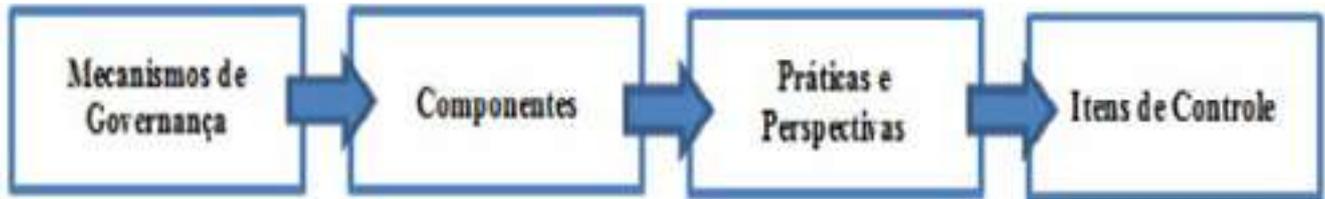
3.1 Plano Diretor de TIC

Para a implantação de um modelo de governança inteligente no Departamento de Turismo de Aracaju deve-se optar por uma abordagem sistêmica e horizontal pautada na transparência dos dados e informações sobre a administração pública, na sustentabilidade, na integração/integração e participação dos diversos órgãos municipais e da sociedade.

Segundo entendimento do SISP (2017) pressupõe que a existência da governança pública inteligente esteja fundamentada nos princípios da legitimidade, equidade, responsabilidade, eficiência, probidade, transparência, *compliance*, *accountability*, ética profissional.

Para que os mecanismos de governança sejam considerados inteligentes e produzam os resultados esperados, eles devem estar alicerçados em quatro níveis de análise, como apresentado na Figura 01.

Figura 1 - Níveis de Análise de Governança.



Fonte: Brasil (2014).

Estes mecanismos referem-se ao conjunto de práticas e processos que contribuirão para a execução das funções de governança (avaliar, direcionar e monitorar).

No documento nominado Manual de Destinos Turísticos Inteligentes elaborado pela INVAT.TUR (2015) estão relacionados cinco princípios básicos da boa governança, os quais podem ser aplicados em todos os níveis de governo, a saber: Abertura dos dados; Responsabilidade; Eficácia; Coerência.

Da mesma forma que o destino precisa ser adaptado às diretrizes relacionadas ao conceito de Destino Turístico Inteligente, também há necessidade de adaptação da infraestrutura tecnológica por meio pelo Plano Diretor de Tecnologia da Informação (PDTIC).

O PDTIC deverá definir os indicadores, em conformidade com os objetivos estratégicos do setor de TIC dos destinos turísticos, e conter o planejamento de investimentos necessários, proposta orçamentária, quantitativo e capacitação de pessoas e identificação e tratamento de riscos para proporcionar o alinhamento das soluções de TIC com as metas e necessidades da organização (SISP, 2017).

3.2 Protocolo para Elaboração do PDTIC

A elaboração do PDTIC deverá ser realizada pelo Secretário de Turismo e servidores desse órgão, os quais têm a responsabilidade de executar a gestão do turismo. Este processo está dividido em três fases (Preparação, Diagnóstico e Planejamento), como demonstrado na Figura 02.

Figura 2 - Fases do Processo de Elaboração de PDTIC.



Fonte: SISP (2017).

Cada uma destas fases é representada por processos que indica o objetivo da execução, as atividades realizadas, os responsáveis e as tecnologias utilizadas no processo.

3.2.1 Fase de preparação

Essa fase terá a participação do Secretário de Turismo do Município Aracaju, equipe de Elaboração do PDTIC, do Comitê de TIC para aprovação dos documentos e atividades descritas a seguir.

1. Definir a Abrangência e o Período do PDTIC;

2. Definir a Equipe de Elaboração do PDTIC;
3. Descrever a Metodologia de Elaboração do PDTIC;
4. Identificar e Reunir os Documentos de Referência;
5. Identificar Estratégias da Organização;
6. Identificar Princípios e Diretrizes;
7. Elaborar o Plano de Trabalho do PDTIC (PT-PDTIC);
8. Aprovar o Plano de Trabalho do PDTIC (pre-

liminar);

9. Aprovar o Plano de Trabalho do PDTIC (final).

3.2.2 Fase de diagnóstico

Na Fase de Preparação serão organizadas as principais atividades do projeto de elaboração do PDTIC. Em seguida, na Fase de Diagnóstico será avaliado o cenário atual para identificar os problemas e/ou oportunidades relacionadas às necessidades tecnológicas do Departamento de Turismo.

Entretanto, esta fase exige que seja realizada de forma colaborativa, desde a participação da equipe responsável pela elaboração do Plano, o Comitê de TIC e a equipe do PDTIC, a saber:

1. Avaliar os resultados do Planejamento de TIC anterior;
2. Aprovar o Relatório de Resultados do Planejamento de TIC anterior;
3. Analisar o Referencial Estratégico da área de TIC;
4. Analisar a Organização da TIC;
5. Realizar Análise SWOT da TIC;
6. Identificar Necessidades de Informação e comunicação;
7. Identificar Necessidades de Serviços de TIC;
8. Identificar Necessidades de Infraestrutura de TIC;
9. Identificar Necessidades de Contratação de TIC;
10. Identificar Necessidades de Pessoal de TIC;
11. Consolidar o Inventário de necessidades;
12. Alinhar as Necessidades de TIC às Estratégias da Organização;
13. Aprovar o Inventário de Necessidades.

3.2.3 Fase de planejamento

Na Fase de Diagnóstico foi analisado o cenário atual da TIC no Departamento de Turismo da SEMICT, bem como identificadas suas necessidades. Por conseguinte, na Fase de Planejamento será realizado o atendimento das necessidades através de planos e as ações adequadas para o alcance dos objetivos esperados que contemple os

processos, as metas e as ações que abrangem os aspectos investigados no diagnóstico da organização.

De acordo com o protocolo desta fase, a execução dos processos competirá à equipe de elaboração do PDTIC e aprovação por parte do Comitê de TIC para que seja publicado pelo Secretário de turismo. Neste contexto, os processos que fazem parte desta fase estão elencados da seguinte forma, a saber:

1. Atualizar Critérios de Priorização;
2. Priorizar as Necessidades Inventariadas;
3. Definir Metas e Ações;
4. Planejar a Execução das Ações;
5. Planejar Ações de Pessoal;
6. Planejar Investimentos e Custeio;
7. Consolidar a Proposta Orçamentária da TIC;
8. Aprovar os Planos Específicos;
9. Atualizar Critérios de Aceitação de Riscos;
10. Planejar o Gerenciamento de Riscos;
11. Identificar os Fatores Críticos para a Implantação do PDTIC;
12. Consolidar a Minuta do PDTIC;
13. Aprovar a Minuta do PDTIC;
14. Publicar o PDTIC.

4 Conclusão

O presente estudo buscou fundamentar o modelo de governança inteligente do turismo por meio de uma abordagem teórica sobre o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes para modernização e padronização do setor público de turismo de Aracaju, Sergipe.

Para isso, foram demonstradas as diretrizes para construção de um Plano de Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) tendo em vista a melhoria do desempenho da governança e gestão do turismo para que os desígnios sejam alcançados em prol da eficiência da administração pública.

À vista disso, ficou evidenciado que os benefícios oferecidos através do alinhamento entre as tecnologias da Informação e comunicação e o ambiente público procuram, especificamente, solucionar problemas e trazer benefícios aos profissionais do setor de turismo de Aracaju.

Dessa forma, sugere-se o aprofundamento e aperfei-

çoamento do modelo proposto de governança inteligente do turismo para que seja replicado e ganhe escala para benefício do turismo.

Referências

COHEN, B. **Smart cities hub**. 2012. Disponível em: <<http://smartcitieshub.com/2012/11/11/smartcities-ranking-methodology/>>. Acesso em: 04 de janeiro de 2017.

CORRÊA, Izabela M. Planejamento estratégico e gestão pública por resultados no processo de reforma administrativa do Estado de Minas Gerais. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, v. 41, n. 3, p. 487-504. maio/jun. 2007.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

INVAT.TUR. Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas. **Destinos turísticos inteligentes: manual operativo para la configuración de destino turísticos inteligentes**. Alicante: Universidade de Alicante, 2015.

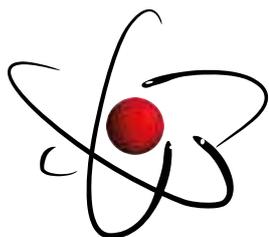
PEREIRA, Luiz Carlos B.; SPINK, Peter (Orgs.). **Reforma do Estado e administração pública gerencial**. 7. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

PROVINCIALI, Vera L. N. Desenvolvimento institucional: estratégia para elevação da competência do órgão oficial de turismo. **Revista Turismo em Análise**, v. 20, n. 36, 1998.

SEGITTUR. **Destinos Turísticos Inteligentes**. Madrid, 2013. Disponível em: <<https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/>> . Acesso em: 06 jan. 2017.

SISP. Sistema de Administração de Recursos de Tecnologia da Informação. **Guia de Elaboração de PDTIC do SISP**. Versão 2.0. Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.planejamento.gov.br/publicacoes/tecnologia-da-informacao/pdti_2017-2019.pdf/view> . Acesso em: 07 jun. 2018.

TOPPETA, D. **The smart city vision: how innovation and ICT can build smart, “livable”, sustainable cities**. Milão: The Innovation Knowledge Foundation, 2010.



MARINETE CULTURAL: ROTEIRO TURÍSTICO NOTURNO NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU

Itala Margareth Ranyol Aben-Athar²⁷; Daniella Pereira de Souza Silva²⁸

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Propõe-se neste trabalho um roteiro turístico inovador denominado “Marinete Cultural: Roteiro Turístico Noturno no Centro Histórico de Aracaju” que tem como foco transportar gratuitamente no ônibus Marinete do Forró, moradores e turistas que visitam Aracaju além de preencher uma lacuna na oferta de serviços turísticos noturnos na capital. O roteiro pretende explorar alguns aspectos do centro histórico na dimensão material presente nos monumentos, museus e paisagens que remetem à memória do povo sergipano, e na dimensão do imaterial, através da gastronomia e da musicalidade. Foram realizadas: pesquisas bibliográficas e documentais, consultas informais com gestores da Marinete do Forró e dos espaços culturais, atividades de campo para a definição do itinerário e construção do roteiro, e registros fotográficos dos atrativos/equipamentos que integrarão o roteiro. Por fim, o presente roteiro já desperta o interesse da Secretaria Municipal de Turismo e apresenta grandes chances de ser viabilizado para o público alvo mencionado.

Palavras-chave: marinete cultural, turismo cultural, roteiro noturno.

1 Introdução

História e cultura sempre estiveram presentes na escolha dos turistas ao optarem por conhecer um novo destino. Essas motivações formam um conjunto de elementos expressivos e representativos para a valorização da identidade cultural, pois é esperado que o visitante se envolva com os aspectos culturais, transformando essa vivência em experiência de novas descobertas no destino escolhido e que aconteça, não pela definição de patrimônio edificado, mas sim, nas formas de representações entre o homem, o meio, os valores pertinentes à memória de cada localidade.

O Ministério do Turismo entende que as novas tendências de consumo no mercado cultural do turismo, trazem

oportunidades de valorização e reconhece, portanto, a necessidade de segmentação e diversificação na oferta para a comercialização de novos destinos já que dentre a diversidade existente nas regiões, o turismo cultural se destaca pelas suas particularidades.

Assim, pode-se entender que esse segmento em Aracaju, poderá consolidar-se como complementar ao segmento de sol e praia, colocando-se em um grau de comparação tão significativo quanto, devido à grande oferta cultural existente no centro histórico, contida nos seus patrimônios, na música, nas danças, nas artes e na gastronomia.

O Programa de Regionalização Roteiros do Brasil, promove a competitividade por meio da comercialização tu-

27 Mestranda em Turismo pelo IFS; Turismóloga pela UNIT; Especialista em Planejamento do Turismo Polo Costa dos Coqueirais pela UFS; Especialista em Gestão e Educação Ambiental pela FJAV; Especialista em Consultor SGI pela FSLF; Membro do PLANTUR - Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento/UFS E-mail: italameg@hotmail.com

28 Doutora em Geografia pela UFS; Mestre em Geografia pela UFPE; Turismóloga pela UFPE; Líder do PLANTUR Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento/UFS. E-mail: daniellapss@hotmail.com

rística, integrada aos diversos serviços turísticos existentes nas prateleiras do mercado de consumo como oferta diferenciada. O Ministério do Turismo (2005, p. 29) afirma que é a partir da identificação da potencialidade turística, que se inicia o processo da roteirização para que a localidade se torne turisticamente mais rentável.

Este projeto propõe para a comunidade e para os turistas do destino Aracaju SE, um roteiro voltado ao turismo cultural, denominado “Marinete Cultural: Roteiro Turístico Noturno no Centro Histórico de Aracaju”. A ideia é trazer inovação a partir de uma experiência fundamentada na inexistência de roteiros culturais noturnos para o centro histórico de Aracaju, explorando a cultura, como atrativo de valor material e imaterial, presente nos monumentos, museus e memoriais que remetem ao passado histórico e social do povo sergipano.

Constatou-se que há um subaproveitamento e desuso dos equipamentos turístico-culturais da área delimitada pelo roteiro, sobretudo no período noturno, quando a maior concentração das opções de lazer encontra-se na Orla de Atalaia, resultando em concentração maior de receita oriunda da atividade turística exatamente naquela área, por ser local de concentração de bares, restaurantes, locais para dançar e praticar esportes, além da própria atratividade da faixa litorânea.

De acordo com o documento revisado intitulado Plano de Desenvolvimento Sustentável do Polo Costa dos Coqueirais (PDITS) (2013, p.44), que inclui Aracaju, “o turista costuma passar, em média, três dias na capital sergipana” o que garantiria tempo para vivenciar outros espaços, principalmente aqueles voltados para o segmento do turismo cultural.

Este roteiro adotou como principal estratégia a inovação, uma vez que o projeto Marinete Cultural será realizado como proposta de *city tour by night*, possibilitando o uso e o aproveitamento da infraestrutura do centro histórico, já que todos os equipamentos e serviços idealizados na presente proposta encontram-se próximos e em locais de fácil acesso, inclusive para o estacionamento do ônibus Marinete Cultural.

É inovador também pelo seu caráter empreendedor visando a mobilização de espaços tradicionalmente abertos ao público no período diurno e cujos gestores não se opuseram em acolher visitantes no período noturno; pelo aproveitamento de eventos culturais já realizados pela prefeitura e por ONGs (Organizações Não Governamentais) ou por outros coletivos mas que não dialogam com a Secretaria Municipal de Turismo e nem com o trade turístico; e pela familiaridade dos guias de turismo com a ati-

vidade de guiamento, visualizando não só o interesse no mercado, mas também, novas possibilidades de visitação ao centro histórico sob um prisma diferenciado.

Espera-se com este roteiro, elevar a competitividade do destino, estimulando um novo olhar do turista para o espaço urbano, contribuindo assim, para o fortalecimento e promoção da localidade e incentivando a recomendação “boca a boca”. Com este roteiro, pretende-se obter um maior aproveitamento das representações artísticas e dos artistas sergipanos nos roteiros culturais da capital, conferindo maior notoriedade a estes artistas e, consequentemente, fortalecendo o turismo local.

2 Metodologia

Entende-se que para alcançar o objetivo maior deste trabalho, alguns percursos metodológicos precisaram ser percorridos. A presente pesquisa é de abordagem qualitativa que, de acordo com Barros e Lehfeld (2000), é qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou quando se pretende investigar um determinado problema e não podem alcançar atitudes, opiniões e comportamentos de indivíduos ou grupos. É também uma pesquisa do tipo exploratória, pois “tais estudos têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias” (CERVO E BERVIAN, 2007, p. 63).

Foi feita uma pesquisa bibliográfica junto às publicações do Ministério do Turismo voltadas para orientações sobre a segmentação do turismo, o processo de roteirização turística, além da pesquisa documental que analisou o documento de revisão do Plano de Desenvolvimento Sustentável Polo Costa dos Coqueirais o (PDITS), com foco na realidade do comportamento do turista em Aracaju. Segundo Dencker (1998, p 125), “embora os documentos sejam fontes estáveis de dados e permitam levantamentos históricos, o pesquisador deve verificar se realmente são representativos e procurar interpretá-los corretamente”.

Também foram realizadas no mês de agosto visitas aos atrativos e equipamentos turísticos locais para a verificação do seu horário de funcionamento e das possibilidades de acolhida de grupos no horário noturno, e também para fins de seleção daqueles que integrarão o roteiro. Foi necessário percorrer o trajeto proposto em dias e horários distintos, preferencialmente a partir do final da tarde, para tentar compreender a dinâmica do tráfego neste horário e as possibilidades de parada para fins de apresentação do lugar, realização de fotografias, interpretação patrimonial e contemplação.

Em uma destas atividades de campo, foi possível utilizar o próprio ônibus da Marinete do Forró, como é popularmente conhecida por realizar passeios durante o período festivo no mês de junho há quatro anos. A consolidação de parceria com a Secretaria Municipal da Indústria Comércio e Turismo (SEMICT), gestora da Marinete do Forró, possibilitou a realização do roteiro em caráter experimental. O estudo envolveu a observação direta, no sentido de perceber como seria a sua operacionalização, adaptando o roteiro da Marinete até as paradas que serão realizadas.

O ônibus saiu da Orla de Atalaia, numa velocidade de 30 a 40 quilômetros por hora, levando cerca de 15 minutos até o primeiro ponto de visita, o Calçadão Formosa Aracaju, com mais 10 minutos de percurso, chegou-se à segunda parada, o Largo da Gente Sergipana, 20 minutos depois, foi a vez do Palácio Museu Olimpo Campos e em seguida, percorreu mais 5 minutos até chegar ao Centro Cultural de Aracaju, última parada. Daí fez-se o trajeto de volta até a Orla de Atalaia, com tempo estimado de 30 minutos para cumprir todo o roteiro.

Por fim, foram realizadas consultas informais nos meses de junho e de agosto com os gestores do Palácio Museu Olímpio Campos, Museu da Gente Sergipana, Centro Cultural de Aracaju administrado pela Fundação Cultural Cidade de Aracaju (Funcaju) e SEMICT no intuito de verificar a disponibilidade em manter os espaços abertos aos visitantes no período noturno, bem como, a autorização para que a Marinete do Forró passe a ser a Marinete Cultural no intuito de ampliar as possibilidades de roteiro turístico-culturais a serem realizados através deste meio de transporte gratuito para a população e para os turistas.

Foram consultados também o trade turístico, professores da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e do Institu-

to Federal de Sergipe (IFS), sobre a relevância e o impacto da inserção deste novo roteiro turístico no mercado.

3 Resultados e Discussão

De acordo com o Ministério do Turismo (2006, p. 3), a segmentação “é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado”. É dessa forma que se define o tipo de turismo que será trabalhado na localidade receptora, a partir das atividades e das características que a cidade oferece para atrair os turistas.

Desta forma, a história e a memória presentes em centros históricos na forma de casarios, monumentos, edificações, praças, templos religiosos, conferem credibilidade para o fortalecimento do segmento do turismo cultural, tornando-o uma fatia de mercado promissora para o turismo em qualquer localidade quando devidamente aproveitada por meio de roteiros turísticos, por exemplo.

Os roteiros turísticos possibilitam a diversificação da oferta turística local, contribuem com o aumento da demanda, possibilitam a ampliação da permanência do turista, dentre muitos outros benefícios. O MTur (2007, p. 27) diz que “roteiro turístico é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística”.

Foi elaborada uma lista com a tipificação dos roteiros/ produtos, a sua duração e o horário que costumam acontecer, exposta no Quadro 01 abaixo, organizada a partir de material de divulgação, de sites de viagens, de redes sociais e por meio de diálogo informal com os guias de turismo e representantes de agências de turismo receptivo da cidade.

Quadro 01- Principais roteiros turísticos de Aracaju /duração dos passeios.

Roteiros/Produtos Turísticos	Duração	Passeios	Período
City tour histórico e panorâmico	03h	Diário	Diurno
Crôa do Goré	05h	Diário	Diurno
Praias do Litoral Sul	04h	Diário	Diurno
Barco do Forró	03h	Sob consulta	Diurno
Marinete do Forró (Ofertado à comunidade e turistas gratuitamente pela prefeitura/SEMICT)	04h	Somente as sextas-feiras	Diurno
Bus Tour (Boate itinerante com parada somente na orla de Atalaia)	04h	Sob consulta	Noturno

Fonte: A autora. 2018.

O Quadro 01 acima mostra que, majoritariamente, os passeios regulares mais comercializados ocorrem no período diurno e com duração média de três horas. Constatou-se a ausência de roteiros turísticos noturnos, à exceção daquele realizado pelo Bus Tour, mas que ocorre

apenas mediante consulta e em função de uma quantidade mínima de interessados.

São propostos dois roteiros turísticos noturnos que ocorrerão às quartas-feiras e quintas-feiras no centro histórico de Aracaju. Foram definidos estes dias tendo

em vista a existência de programação cultural noturna que integrará a proposta dos roteiros da Marinete Cultural. A princípio, sugere-se que o roteiro seja realizado tenha início a partir das 18:00h e término, previsto para às 22:00h. Esta proposta leva em consideração,

também, o período de chegada de outros passeios que, eventualmente, o turista tenha realizado durante o dia. Segue abaixo programação do Roteiro Marinete Cultural. O Quadro 02 sugere às quartas-feiras e o Quadro 03 as quintas-feiras.

Quadro 02 - Roteiro Turístico Noturno para as Quartas-Feiras.

Horário	Trajeto/Atividade	Duração/Parada
18h00min	Saída: Oceanário/ Projeto Tamar Orla da Praia de Atalaia com destino ao centro histórico de Aracaju	
18h30min	Calçadão Formosa Aracaju (parada para fotos)	(15min)
18h45min	Saída com destino ao Palácio Museu Olímpio Campos	
19h00min 19h50min	- Tour guiado pelo Museu. - Saída para Centro Cultural de Aracaju.	(50min)
20h00min	Saída para a Praça General Valadão Projeto: “Ocupe a Praça”	(1h)
21h00min	Saída para o Largo da Gente Sergipana (parada para fotos)	(20min)
21h25min	Retorno a Orla de Atalaia	

Fonte: A autora, 2018.

Quadro 03 - Roteiro Turístico Noturno para as Quintas-Feiras.

Horário	Trajeto/Atividade	Duração/Parada
18h00min	Saída: Oceanário/ Projeto Tamar Orla da Praia de Atalaia com destino ao centro histórico de Aracaju	
18h30min	Calçadão Formosa Aracaju (parada para fotos)	(15min)
18h45min	Saída com destino ao Palácio Museu Olímpio Campos	
19h00min 19h50min	- Tour guiado pelo Museu. - Saída para Centro Cultural de Aracaju.	(50min)
20h00min	Apresentação artística e cultural	(1h)
21h00min	Saída para o Largo da Gente Sergipana (parada para fotos)	(20min)
21h25min	Retorno a Orla de Atalaia	

Fonte: A autora, 2018.

Observação: Caso os passageiros desejem prolongar o lazer em qualquer localidade do percurso, serão orientados a retornar por conta própria.

A elaboração de roteiros turísticos tem possibilitado oportunidades e o desenvolvimento das localidades que aderem a essa estruturação no turismo, uma vez que o incremento das atratividades do destino movimentam toda a cadeia produtiva possibilitando o aumento do fluxo turís-

tico e o acréscimo de permanência do turista no destino e, como consequência, favorece a movimentação do capital proveniente dos serviços turísticos utilizados que podem trazer benefícios para os moradores da região.

Apesar do Centro Histórico de Aracaju apresentar atrativos turísticos com características que estimulem a visitação, ainda é preciso incentivo para desenvolvimento dessa atividade. Optou-se na construção destes roteiros

por agendar a saída na Orla da Praia da Atalaia, nas proximidades dos Arcos da Orla que são um atrativo turístico reconhecido.

O embarque será por ordem de chegada e dentro da Marinete Cultural haverá uma dupla de dançarinos de forró que animarão e proporcionarão a interação entre os passageiros. Ao longo do trajeto, estão previstas paradas para apreciação da paisagem, no Calçadão Formosa e no Largo da Gente Sergipana, em momentos distintos a depender da conveniência do itinerário, sobretudo.

Dois espaços inseridos no roteiro para a visita são o Palácio Museu Olímpio Campos, com visita guiada gratuita e às quintas-feiras, o Centro Cultural de Aracaju. Neste espaço, está incluída a programação cultural regular na qual todas as quintas-feiras acontecem também gratuitamente, o “Projeto Quinta Instrumental” organizado pela Funcaju. Em termos de evento em espaço público e aberto, a programação das quartas-feiras prevê o evento gratuito “Ocupe a Praça” que acontece na Praça General Valadão. Na sequência, tá previsto o retorno para a Orla da Praia da Atalaia, aonde a Marinete Cultural encerrará as suas atividades, por volta das 21h30min.

4 Conclusões

Nossos governantes precisam olhar o turismo sob o prisma do turista e perceber que temos um grande potencial à disposição para ser explorado. Um diferencial, ainda adormecido, mas que nas grandes cidades brasileiras já foi descoberto, a exemplo do Recife Antigo-PE, do centro histórico de Maceió-AL, do Pelourinho em Salvador-BA, dentre outras cidades não somente no Brasil.

O centro histórico de Aracaju também é colocado neste contexto, por entendermos que o segmento de roteiros na capital acontece durante o dia e à noite não se observa essa prática turística e, possui uma grande carência na inovação de produtos no segmento cultural, fazendo-se necessário buscar formas de projetar a capital fortalecendo a oferta de mercado.

Dentro desta premissa, o roteiro Marinete Cultural vem com a proposta diferenciada e inovadora, saindo do trivial para o inusitado que é a elaboração de um roteiro noturno no centro da capital como mais uma oportunidade de lazer, agregando valor para o destino.

Sabe-se que o cenário político sofre alterações ao longo da implantação de um projeto, podendo inclusive inviabilizá-lo. Contudo, acreditando ser este um produto inovador para contribuir com o desenvolvimento do turismo de Aracaju, entende-se que para que as ações obtenham

o êxito esperado, é importante que os atores envolvidos estejam dispostos a trabalharem de maneira integrada e que o canal de comunicação entre eles permaneça aberto e disposto a incorporar novas possibilidades para manter os roteiros sempre inovadores, competitivos e, quem sabe, estimule outros espaços e gestores a fazerem o mesmo em outras partes da cidade.

Referências

BARROS, Aidil Jesus da Silva; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos a Metodologia Científica: Um guia para a iniciação científica**. São Paulo: MAKRON Booksd, 2000.

BRASIL, Ministério do Turismo (MTur). **Segmentação do turismo_2.indd**. 3ª Reunião do Grupo Técnico Temático – GTT de Turismo Cultural, no âmbito da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional do Turismo em 03 de fevereiro de 2005. Disponível em: <file:///C:/Users/Samsung/Desktop/ROTAS%20TEMATICAS/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 27 set. 2018.

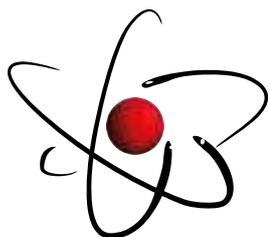
_____, _____. **Turismo cultural: orientações básicas / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação**. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2018.

_____, _____. **Sugestão de metodologia de hierarquização de atrativos: Roteiros do Brasil**. Módulo operacional 7. Brasília: 2007. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/>. Acesso em: 18 set. 2018.

_____, _____. **Polo Costa dos Coqueirais**, Revisão do plano de integrado de turismo sustentável, vol. II, versão final do PDITS, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/SERGIPE/PDITS_POLO_COSTA_DOS_COQUEIRAIS.pdf>. Acesso em: 09 set. 2018.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 6. Ed. São Paulo: Peron Prentice Hall, 2007.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura.



O CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU/SE ENQUANTO ESPAÇO PÚBLICO DE LAZER E TURISMO

Cristiane Alcântara de Jesus Santos²⁹; Jislane Oliveira de Jesus³⁰; Bruno Matheus Jesus dos Santos³¹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

A discussão sobre Centro Histórico e turismo tem sido enfatizada nos últimos anos, uma vez que emergem contradições acerca dos processos de apropriação, usos, preservação e desenvolvimento. Assim, este artigo tem como objetivo analisar o Centro Histórico de Aracaju enquanto espaço público de lazer e turismo, levando-se em consideração suas formas de produção e consumo. Para isso, utilizamos como procedimentos metodológicos pesquisa de base quanti-qualitativa e do tipo exploratória, com levantamentos bibliográficos, aplicação de questionários com moradores da cidade de Aracaju e turistas, entrevistas, pesquisas de campo, técnica de observação direta e análise das avaliações dos turistas no *TripAdvisor*. Com os resultados, torna-se possível observar que a apropriação turística do Centro Histórico de Aracaju encontra-se em estágio inicial, necessitando a atuação do poder público e privado no sentido de diversificar a oferta da cidade de Aracaju.

Palavras-chave: Espaço turístico, usos, não usos.

1 Introdução

Os centros históricos são espaços multifuncionais e são considerados como grande eixo de atividades com funções sociais, comercial, administrativas, de serviços, habitacionais, patrimoniais, históricos e culturais, movimentando a vida urbana. Porém, vem adotando novas funcionalidades para integrar-se ao mundo atual, como exemplo, pode-se citar a função turística, resultante da simbiose cidade e turismo, permitindo que os centros históricos apresentem uma forte ligação com a identidade cultural da sociedade.

De acordo com Santos e Campos (2012, p. 268),

Nos centros históricos, além da multifuncionalidade dos processos espaciais inerentes à produção do urbano, encontram-se cenários e atividades simbólicas emblemáticas que configuram a cultura, a religiosidade e as heranças arquitetônicas paisagísticas. Além disso, vale ressaltar que os ritmos sociais expressos no espaço urbano são (re) produzidos ao mesmo tempo para o cidadão e para o turista.

Assim sendo, estes espaços costumam apresentar grande atração sobre turistas e residentes, influenciando na

29 Doutora em Geografia, Planificació Territorial y Gestión Ambiental, Universitat de Barcelona, Mestre, Bacharel e Licenciada em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe. Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: cristie09@uol.com.br

30 Discente de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: jica_22@hotmail.com

31 Discente de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: brunoandrade975@gmail.com

vida econômica e social. É o espaço compreendido como centro funcional tradicional de uma cidade, sendo visto como a parte mais antiga da mesma, fator esse que caracteriza o centro histórico, atualmente, como uma imagem simbólica da sua história e da memória coletiva.

Desta forma, o centro urbano torna-se referência por apresentar um contexto histórico voltado para formação da cidade e, partindo-se desse princípio, o Centro Histórico de Aracaju apresenta um enriquecedor acervo de patrimônio arquitetônico, histórico e cultural que se destaca por ser cenário de grandes manifestações culturais, artísticas e políticas, tanto em seu passado como no presente.

Dentro desse contexto, os espaços urbanos são vistos como espaços natos de consumo por parte de residentes e turistas (SANTOS, 2017), pois como aponta Almeida (2006, p. 133), a cidade,

foi sendo definida desde uma cidade feudal, cidade – fortaleza, cidade – Estado, cidade industrial, até a contemporânea, e todas elas deixam suas marcas construtivas no espaço urbano. Edifícios, monumentos, feiras, eventos, transformam-se em mercadorias, referências emblemáticas e simbólicas como patrimônios para serem compartilhados e consumidos pelos visitantes.

Partindo dessa mesma lógica, Anton Clavé (2008) reforça essa ideia ao afirmar que a nova cultura de consumo do tempo livre tem inserido o turismo como instrumento de crescimento nas estratégias da cidade, a partir da implantação de diferentes tipos de instalações recreativas, culturais e comerciais. Assim, as cidades vêm sendo apropriadas para o desenvolvimento de práticas turísticas e, conseqüentemente, seus espaços públicos têm se tornado alvo de investimentos que buscam qualificar esses espaços para inserção de novos elementos que visem o uso turístico.

De fato, como apontam Pinheiro e Santos (2012, p. 47) “o turismo se apropria da urbanidade quando, para ser desenvolvido, necessita dos equipamentos urbanos para proporcionar mobilidade interurbana, conforto, segurança e experiências enriquecedoras, conjunto imprescindível para o fenômeno social turismo”. Desta forma, as cidades ofertam serviços e equipamentos que buscam atender as necessidades tanto dos moradores quanto dos turistas, pois ambos são agentes produtores do turismo e compartilham experiências nesses espaços.

Assim sendo, este trabalho apresenta os resultados levantados a partir do projeto de pesquisa que teve como objetivo analisar o Centro Histórico de Aracaju enquanto

espaço público de lazer e turismo, levando-se em consideração as formas de produção e consumo desse espaço, assim como, a sua apropriação para uso turístico.

2 Metodologia

A fim de alcançar o objetivo proposto, utilizou-se como procedimentos metodológicos a pesquisa de base quanti-qualitativa e do tipo exploratória, com levantamentos bibliográficos, em que foram consultados vários autores nacionais e internacionais que abordam temas pertinentes à pesquisa, a exemplo de Santos e Campos (2012), Paes e Oliveira (2010), Antón Clavé (2008), França et. al. (2006), entre outros.

Também foram aplicados questionários com moradores da cidade de Aracaju e turistas a partir de uma amostragem aleatória não-probabilística, a fim de identificar os usos dados ao Centro Histórico de Aracaju por ambos os agentes. Ademais, foram realizadas entrevistas com 06 (seis) residentes mais antigos do centro histórico, assim como, entrevista com o Secretário Municipal da Indústria, Comércio e Turismo de Aracaju.

Para subsidiar as análises e a parte empírica foram realizadas pesquisas de campo e a técnica de observação direta. Por fim, foram analisadas as avaliações dos turistas acerca do Centro Histórico de Aracaju na ferramenta *TripAdvisor*, a fim de contrastar com as avaliações obtidas nos questionários aplicados in loco.

3 Resultados e Discussão

O processo de reestruturação e qualificação que ocorreu na cidade de Aracaju no início da década de 1990, a partir de intervenções do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), permitiu o crescimento do fluxo turístico, tendo em vista que este programa teve papel fundamental na (re) organização dos espaços, a partir de projetos setoriais que buscaram aprimorar e estimular a apropriação de alguns espaços das cidades para uso turístico.

Neste contexto de intervenção, destaca-se as ações que foram realizadas no Centro Histórico de Aracaju que visaram a transformação do espaço central em um atrativo turístico, além de tentar resgatar o interesse dos residentes por esta área, a fim de promover a (re) aproximação e, conseqüentemente, a conscientização histórica. De fato, é notória a necessidade de valorização e preservação do patrimônio, a fim de salvaguardar os elementos responsáveis pelo marco histórico, que se tornam símbolos da identidade coletiva.

Desta forma, ao fomentar a atividade turística em uma

localidade faz-se necessário informar para a população a necessidade de (re) conhecimento dos seus bens e práticas, permitindo a divulgação da localidade e contribuindo para sua manutenção, fortalecendo o seu acervo cultural (AZEVEDO et. al, 2014).

Os resultados obtidos, através da metodologia aplicada nesta pesquisa, permitem concluir que o Centro Histórico de Aracaju apresenta bastante potencialidade turística devido à diversidade de atrativos e opções de lazer. Dentre as opções pode-se ressaltar: a) os Mercados Centrais, que disponibilizam bares e restaurantes, lojas de comercialização de artesanatos, cordel, etc.; b) os museus que estão localizados no centro histórico, dentre eles, o Museu da Gente Sergipana, considerado um dos principais museus interativos do Brasil; c) o Centro de Turismo; d) a Rua do Turista; e) a Catedral Metropolitana de Aracaju, entre outros.

A existência desses atrativos faz com que o centro histórico de Aracaju, enquanto espaço público de lazer e turismo, seja mais utilizado pelos turistas, uma vez que os residentes, na maioria das vezes, conforme observado através dos dados coletados, frequentam o espaço por outros motivos, sobretudo, em virtude das atividades comerciais.

Torna-se de suma importância ressaltar que a partir dos questionários aplicados foi observado que o turista, ao escolher Aracaju como destino, insere o centro histórico no rol dos lugares a ser visitados. No entanto, foi detectado que 63,33% dos turistas informaram que o interesse inicial está associado ao desejo de conhecer os Mercados Centrais, com o objetivo de desfrutar de sua diversidade cultural no que permite a compra de artesanatos; saborear a gastronomia local como, por exemplo: beijú, cuscuz, tapioca, frutas da região, caranguejo, dentre outras iguarias. Porém, quando não acompanhados pelos guias de turismo vinculados às agências de receptivo local, os turistas costumam percorrer o espaço do Centro Histórico. De acordo com um dos turistas, “achei o centro histórico muito bonito, organizado e que é melhor [sic] conservado, a cidade é muito limpa”. (Avaliação *TripAdvisor*).

Conforme mencionado anteriormente, o Centro Histórico apresenta um leque muito amplo de atrativos que podem atuar de forma complementar aos Mercados e, desta forma, agregar valor à experiência do turista.

Entretanto, apesar da pesquisa comprovar que o Centro Histórico de Aracaju, seguindo a mesma lógica de outros centros históricos no Brasil e no mundo, apresenta potencialidade turística, torna-se notório que as políticas públicas precisam realizar novas intervenções que visem a (re) qualificação deste espaço, a fim de gerar novos fluxos turísticos e culturais.

Esta afirmação se dá porque também foi constatado que existem não - usos no centro histórico. Os residentes ainda percebem o centro como um espaço “marginalizado”, em que a atividade primordial é o comércio e outras práticas de lazer possíveis ainda não são vistas como alternativas por considerarem a área central desprovida de segurança.

Assim sendo, a partir do olhar dos residentes, percebe-se que os pontos positivos de residir na área central estão relacionados a proximidade do local de trabalho e a agilidade ao se resolver algo (banco, correios, entre outros). Porém, ao listarem os pontos negativos, percebe-se a insatisfação de alguns que explanaram em vários momentos sobre a falta de segurança, o grande fluxo de pessoas e carros por conta do comércio, poluição sonora, trânsito, a falta de manutenção nos patrimônios públicos, etc. É certo que os residentes apresentam um olhar mais crítico por vivenciarem diariamente estes problemas.

Por outro lado, a investigação também detectou que os residentes não apresentam um sentimento de pertencimento, tendo em vista que uma parcela dos inquiridos afirmou não conhecer o patrimônio existente no Centro Histórico, o que aponta a falta de incentivo para que os mesmos (re) conheçam os bens patrimoniais históricos de seu próprio território.

4 Conclusões

Apesar dos turistas avaliarem positivamente os atrativos turísticos localizados no centro histórico de Aracaju na ferramenta *TripAdvisor* e nos questionários aplicados, as agências de receptivo apenas inserem os Mercados Públicos e o Centro de Turismo nos roteiros turísticos locais, subutilizando os demais atrativos existentes, o que reforça a necessidade de roteiros turísticos culturais na cidade de Aracaju complementando a oferta associada ao segmento de turismo de sol e praia.

Assim, percebe-se que a apropriação turística do Centro Histórico de Aracaju ainda está em estágio inicial ao considerar o conjunto de atrativos que ainda não está inserido na oferta turística local, necessitando a atuação do poder público e privado no sentido de diversificar a oferta a cidade de Aracaju. Torna-se importante ressaltar que o processo de tentativa de turistificação do Centro Histórico contribui com a promoção da cidade, como também atribui novas funções ao espaço. Estas funções são propícias ao desenvolvimento da prática do turismo, uma vez que a construção de imagens sobre a cidade pode fomentar o crescimento do fluxo turístico no lugar.

Referências

ALMEIDA, M. G. O Turismo nos Meandros das Cidades Contemporâneas. **Revista Trajetos**, Fortaleza, v. 4, n. 7, 2006, p. 131 – 149.

ANTÓN CLAVÉ, S. Turismo y ciudades. De la oportunidad del turismo urbano a los usos turísticos de las ciudades. In: TOITIÑO VINUESA, M. A.; GARCÍA MARCHANTE, J. S.; GARCÍA HERNÁNDEZ, M.. (Coords.). **Destinos turísticos, viejos problemas, ¿nuevas soluciones?: X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación** (AGE). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2008, p. 53-77.

AZEVEDO, D. S; PAES, T. A; ANDRADE, P. B. Reflexões sobre as identidades-consumo na América Latina sobre a ótica da atividade turística. **Revista Ambivalências**, v. 2, n. 3, p. 218-237, Janeiro - Junho/ 2014.

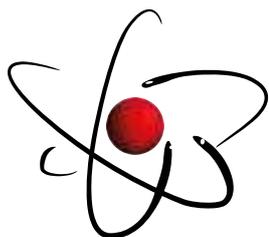
FRANÇA, V. L. A. et. al. **Projeto novo centro de Aracaju diagnóstico das condições urbanas do centro histórico de Aracaju**: Etapa I – Marco referencial teórico. Aracaju: Estado de Sergipe, 2006.

PAES, M. T. D.; OLIVEIRA, M. R. S. (Orgs.). **Geografia, Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Annablume, 2010.

PINHEIRO, R. C. S; SANTOS, C. A. J. Revitalização urbana e turismo: o caso do Centro Histórico de Aracaju (Sergipe, Brasil). **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 275-294, Abril de 2012.

SANTOS, C. A. J. **El Turismo como Factor de Desarrollo**: El caso de Sergipe. Barcelona, 2017. Tese (Doutorado em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental). Departamento de Geografía Humana, Universitat de Barcelona.

SANTOS, C. A. J; CAMPOS, A. C. Turistificação dos Centros Históricos de São Cristóvão e Laranjeiras/SE. In: CORIO-LANOS, L. N; VASCONCELOS, F. P. (orgs). **Turismo, território e Conflitos Imobiliários**. Fortaleza: UECE, 2012, p. 283 – 297.



O TURISMO ACESSÍVEL COMO FATOR COMPETITIVO DO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Waleska Diniz Santana³²; Letícia Bianca Barros de Moraes Lima³³

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Através de uma revisão de literatura este artigo buscou investigar as oportunidades apresentadas pela prática do turismo de acessibilidade nos destinos turísticos inteligentes como fator competitivo. A acessibilidade é uma obrigação para com as pessoas que possuem algum tipo de deficiência, inclusive na prática do lazer, dentro da política de turismo, do seu planejamento e gestão e do desenvolvimento local. Os destinos turísticos inteligentes analisam o crescente conhecimento acerca turismo acessível; assim, além do valor turístico do destino inteligente, orientar as possibilidades de mercado quanto a adaptação as suas infraestruturas da acessibilidade no destino, engrandece a imagem do destino aos olhos dos visitantes, tornando-o mais competitivo. O artigo apresenta argumentos para o desenvolvimento de uma abordagem de turismo acessível como fator que o torna mais um atrativo nos destinos turísticos inteligentes. A pesquisa de natureza aplicada é do tipo exploratória e bibliográfica e estudo do caso da cidade de Porto.

Palavras-chave: Destinos Turísticos Inteligentes, turismo acessível.

1 Introdução

Este estudo realiza uma abordagem em diversos artigos científicos com o objetivo de entender o desenvolvimento do turismo acessível bem como o seu planejamento e gestão, indispensáveis para garantir a competitividade desses destinos em relação aos seus concorrentes, além disso, qual a relação existente entre o turista com deficiência e os destinos turísticos inteligentes.

Ao definir o turismo acessível, o artigo abordará a questão de pesquisa sobre quais fatores tornam um destino turístico inteligente, competitivo para a mercado turístico acessível (VILA; DARCY; GONZALEZ, 2015).

A conceituação de turismo acessível após a Declaração da Organização Mundial de Saúde (OMS) mencionada (2007), impulsionou a acessibilidade na agenda global de turismo. Atrair esse público específico deve ser cuidado-

samente planejado, podendo ser um diferencial de destino turístico (SMITH; AMORIM; SOARES, 2013).

A acessibilidade é uma obrigação para com as pessoas que possuem algum tipo de deficiência, inclusive na prática do lazer, portanto elas precisam ter as mesmas possibilidades de aproveitar dos serviços de lazer e turismo (SIBIRINO; FIGUEIREDO, 2015).

Dentro da política de turismo, do seu planejamento e gestão e do desenvolvimento local; estudou os processos adequados para incorporar características relacionadas à deficiência. Os destinos turísticos inteligentes analisam o crescente conhecimento acerca turismo acessível, a fim de garantir, transporte, alojamento, destinos e atrações em todo o sistema do turismo satisfazendo adequadamente as suas necessidades (BUHALIS; DARCY, 2011 apud VILA; DARCY; GONZALEZ, 2015).

32 Mestranda em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe. E-mail: waleskadiniz.arq@gmail.com

33 Professora do Mestrado Profissional em Turismo do IFB. Pós doutora em turismo Acessível (CAPES/BEX). E-mail: lemoraes@hotmail.com

A Segittur (2014) destaca ainda, os destinos turísticos inteligentes como sistemas turísticos diferenciados que tem como base o avanço de novas tecnologias da informação além do desenvolvimento sustentável, tendo como características singulares, a facilidade de interação, a integração e a acessibilidade.

Assim, além do valor turístico do destino inteligente, orientar as possibilidades de mercado quanto a adaptação as suas infraestruturas da acessibilidade no destino, engrandece a imagem do destino aos olhos dos visitantes, tornando-o mais competitivo.

Observar as principais campanhas utilizadas pelos destinos turísticos inteligentes, aberto a turista com deficiências e as suas dificuldades, foi a forma de analisar as abordagens competitivas aplicadas.

2 Metodologia

A pesquisa de natureza aplicada é do tipo exploratória e bibliográfica e estudo do caso da cidade de Porto.

Para Dencker (2007), a pesquisa de natureza aplicada, objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, tem a forma qualitativa da oferta, que resulta na interpretação e domínio dos resultados obtidos. A pesquisa bibliográfica é realizada para a revisão da literatura existente, elaboração conceitual da pesquisa e definição dos marcos teóricos.

A utilização da técnica de estudo de caso é recomendada em fase inicial de investigação, com o objetivo de formular as hipóteses ou formulação do problema da pesquisa. Essa técnica pode ser realizada através de exame de registro, observação de ocorrência de fatos, entrevistas estruturadas e não estruturadas (DENCKER, 2007).

3 Resultados e Discussões

O conceito de acessibilidade não está ligado apenas as pessoas com deficiências, e sim em que a qualquer momento da vida, em função da saúde podemos nos tornar pessoas dependente da ajuda de terceiros. Devemos então considerar a mobilidade reduzida temporária, incluindo grávidas, idosos e pessoas que viajam com crianças em carrinhos de bebe, como um fator também de necessidade de acessibilidade.

Sendo o lazer um direito de todos os cidadãos, assegurado pela constituição federal; o turismo, é um bem cultural e social de importância fundamental, que se deve estar ao alcance de todos cidadãos, sem que nenhum grupo da população deva ser excluído. Todavia, atualmente, o turismo ainda não é uma atividade acessível a todos os cidadãos, em especial a pessoas com alguma limitações de

natureza motora, visual, auditiva ou intelectual.

No Brasil, segundo dados do Censo IBGE (2010), existem cerca de 45 milhões de pessoas com deficiência no país, ou seja, 23,92% da população. Devemos ainda levar em consideração, o número de pessoas com mobilidade reduzida temporária e o aumento da taxa de expectativa de vida taxa, elevando o número de idosos no país, um número crescente associado ao envelhecimento da população, lembrando ainda que normalmente os turistas de acessibilidade costumam viajar acompanhados, devido a suas limitações, o que significa um número maior de turistas (SMITH; AMORIM; SOARES, 2013).

Motivados a sair de casa em busca de novas experiências, e de maneira cada vez mais independentes, o turista acessível muda os paradigmas de consumo. Atrair esse público específico deve ser cuidadosamente planejado, podendo ser um diferencial de destino turístico em relação a outros concorrentes (SMITH; AMORIM; SOARES, 2013).

Como afirmou Nunes (2011) “a acessibilidade afeta todas as áreas da sociedade. Os serviços turísticos, enquanto qualidade, são um diferenciador de sucesso muito importante no que toca a vantagens competitivas”.

A conceituação de turismo acessível após a Declaração da Organização Mundial de Saúde (OMS) mencionada (2007), impulsionou a acessibilidade na agenda global de turismo. Assim a definição de turismo acessível pode ser expandida para: O turismo acessível permite que pessoas com restrições de acesso, incluindo Mobilidade, possam transitar de forma independente e com dignidade.

Alguns autores se destacam correspondente a suas produções realizadas na área da acessibilidade ou do turismo acessível. Dentro deles, cabe salientar a relevância dos trabalhos de Darcy e Buhalis com inúmeros estudos feitos e publicados sobre o tema em coletâneas de artigos. Nesse contexto o turismo acessível pretende possibilitar que pessoas com alguma necessidade específica possam desempenhar as suas atividades de lazer de forma independente e com igualdade e dignidade através de produtos, serviços e ambientes turísticos adequados (BUHALIS; DARCY, 2011). Como identificado por Sibirino e Figueiredo (2015) “a acessibilidade a espaços turísticos é um direito de todos independente da pessoa ter deficiência ou não, portanto, todos os segmentos do turismo devem ser acessíveis a qualquer pessoa”.

Turismo Acessível é, portanto, o termo técnico usado para definir a “possibilidade e condição do portador de deficiência em alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico”. (Brasil, 2009, p. 4)

Quanto a crescente responsabilidade social, Sibirino e Figueiredo (2015) destacam que a acessibilidade é uma obrigação para com as pessoas que possuem algum tipo de deficiência, portanto elas precisam ter as mesmas possibilidades de aproveitar dos serviços de lazer e turismo. Ainda segundo os autores, as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida têm direito a acesso a qualquer lugar, inclusive para a prática do lazer e turismo, de acordo com a Resolução nº48/96, de 20/12/93, sobre as Normas de Equiparação de Oportunidades para Pessoas com Deficiência, da Organização das Nações Unidas.

Neste sentido, segundo Nunes (2011), o Turismo Acessível possibilita uma oferta de soluções e respostas, conjunto com o nível do território e com o envolvimento das várias entidades, como os setores públicos, privado e associações de várias áreas, não exclusivamente do turismo.

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Como identificado por Lohmann e Panosso Neto (2012), os destinos turísticos devem apresentar uma forma turística diversificada de modo a atender esta demanda turística a partir desse novo perfil de turista. Com relação aos destinos turísticos, ainda são poucos os que atendem as exigências e peculiaridades do turista acessível. Cada vez mais os turistas escolhem destinos turísticos com ofertas e qualidade diferenciadas atentos a suas necessidades, bem como a sustentabilidade e aspectos relativos a responsabilidade sociais.

De acordo com a Segittur (2014), atribui-se a destino inteligente como um destino turístico inovador, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível a todos e que facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente, e melhora a qualidade de sua experiência no destino. Segundo SEBRAE (2016) Os destinos inteligentes têm específicas, características que os diferenciam dos destinos turísticos tradicionais, os atributos vem sendo trabalhados desde 2012, portanto, ainda é difícil identificar quais deles podem ser considerados realmente como inteligentes, de acordo com a abordagem, são necessários seis principais características e conceitos para um destino ser considerado destino turístico inteligente: novas tecnologias de inovação, desenvolvimento turístico sustentável, qualidade de vida da população local, garantem maior competitividade no setor, possibilitam experiências de qualidade ao turista, oferecem acessibilidade.

Assim tem-se a imagem de que o destino Turismo

inteligente não só deve ser estudado por seu caráter simplesmente tecnológico, sendo assim, deveria ser considerado destinos turísticos tecnológicos, mas deve-se incluir o conceito de inteligência na premissa de adquirir uma visão geral de todos os elementos e de integrar um destino turístico, aumentando assim a competitividade do destino.

O modo adequado do termo inteligente em destinos turísticos, envolve o uso de ferramentas utilizadas a fim de solucionar questões sustentáveis a favor de benefícios sociais, econômicos e ambientais, como: energia, água, mobilidade urbana, acessibilidade; como também as atividades ligadas a economia e desenvolvimento sustentável (GIL; FERNANDEZ; HERRERO, 2015). No conceito chinês de mercado turístico, o turismo inteligente orienta um novo modelo de gestão que associa a uma influência expressiva nos destinos turísticos, nas empresas e também nos próprios turistas. O mercado, entende o papel do turismo inteligente como crescimento da competitividade das empresas de turismo, aumentando o nível de gestão e ampliando sua escala do mercado. Os chineses creem que o turismo inteligente, objetiva a melhoria dos serviços turísticos, amplia as experiências, conduz a um turismo inovador e aprimora o fornecimento de recursos turísticos (LI et al., 2017).

No entanto, na busca de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e criar espaços mais eficientes e sustentáveis, alguns destinos surgiram espontaneamente, sem um planejamento estratégico prévio, simplesmente pela necessidade de resolver os problemas urbanísticos e sociais, como: gestão do tráfego e mobilidade urbana na promoção dos transportes públicos, gestão de resíduos e controle da poluição e sustentabilidade local. Entretanto, por serem requisitos básicos das cidades inteligentes, esses destinos tornam-se oportunidades de turismo, aumentando a competitividade dos destinos e melhora a experiência turística, acrescentando valor do visitante ao processo local, uma vez que a infraestrutura possa garantir uma crescente responsabilidade social (GIL; FERNANDEZ; HERRERO, 2015).

COMPETITIVIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES:

Com o propósito de expandir as oportunidades e processar as mudanças de um destino turístico inteligente, usando a adequação de turismo para pessoas com deficiências em modelo de competitividade entre destinos, este trabalho realiza uma pesquisa em artigos científicos

referente a cidade de Porto, estudada como um destino turístico inteligente pela relação existe entre o turista com deficiência e o destino.

Segundo o estudo de Vasconcelos (2015), a cidade do Porto está amoldada para receber turistas com deficiências; possui muito bons exemplos de trabalhos realizados na área da acessibilidade turística. A cidade do Porto embora possua deficiências físicas e humanas, pode oferecer ao turista versáteis opções de atrativos para as férias. O turista com deficiência costuma valorizar bastante as informações prévias do local, com o objetivo de evitar surpresas embaraçosas quando viaja.

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (2007), aponta como fundamental o desenvolvimento de conteúdos (oferta e bens culturais) nos quais se insere a integração de questões sobre a acessibilidade, dando oportunidade a todos de utilizar a oferta diferenciadora de Portugal (PENT, 2007). Sendo assim, é mostrada o estímulo à criação de acessibilidade como ferramenta de oferta do conteúdo cultural e turístico. Para isso foram estudadas as possibilidades de acessibilidade dos destinos, através de plataformas da internet como o Portal do Sistema de Itinerários Acessíveis (SIA) e a Portugal Acessível, desenvolvidas pela Câmara Municipal do Porto e a Associação Salvador (VASCONCELOS, 2015).

Nesses locais é possível detectar a presença de rampas, plataformas elevatórias, semáforos sonoros, sanitários adaptados, estacionamentos reservados, elevadores com leitura em Braille e outras ações capazes de facilitar a acessibilidade turística. Por último, deve-se ainda refletir sobre a consideração utilizada no destino quanto na acessibilidade a cultura, analisando os recursos humanos e tecnológicos (VASCONCELOS, 2015).

Para garantir o mercado competitivo, Vila, Darcy e Gonzalez (2015), estudam outros destinos de turismo acessível e analisar a oferta de produtos de demanda para os consumidores, investigando assim possíveis fatores e qualidades individuais que possam auxiliar a aumentar o desempenho turismo local, por renovada adaptação às tendências turísticas de acessibilidade, comprometidas pelo envelhecimento da população global e principalmente da própria da região mediadora e anfitriã do turismo.

4 Conclusão

O turismo é uma atividade econômica com valores capazes de transformar a vida de uma localidade, através de um formato de serviços e informações.

A combinação do aumento da população mundial com mobilidade reduzida, idosos e deficientes, criam uma

forte justificativa para o mercado turístico de um destino através do turismo acessível, aumentando a vantagem competitiva dos destinos turísticos inteligentes.

Contudo o destino turístico deve planejar e gerenciar as ofertas do turismo acessível com base na qualidade dos serviços e infraestruturas turísticas, em virtude da melhoria da qualidade de vida de sua população e visitantes. Conforme estudo desse artigo, a cidade de Porto é um exemplo de destinos turísticos inteligentes, devido a sua preocupação quanto a acessibilidade turística.

Referências

Brasil, Ministério do Turismo, 2009. Turismo e acessibilidade: Manual de Orientações. Brasília: Ministério do Turismo.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

GIL, A.M.L.; FERNANDEZ, B.Z.; HERRERO, J.L.C. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. Espanha, 2015. **Investigaciones turísticas**, n. 10, 1-25, 2015. Disponível em: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones_Turisticas_10_01.pdf>. Acesso em: ago., 2017.

IBGE, **Censo demográfico**, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/ZVVwm4>>. Acesso em: ago., 2017.

LI, Y.; HU, C.; HUANG, C.; DUAN, L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services. **Tourism Management**, v. 58, p. 293-300, 2017. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716000303>>. Acesso em: ago., 2017.

LOHMANN, G.; PANOSSO, N. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. Disponível em: <<http://www.martinsfontespaulista.com.br/anexos/produtos/capitulos/534736.pdf>>. Acesso em: ago., 2017.

NUNES, C. A. A. **Turismo acessível: O Caso da Lousã**. 133f. 2011. Dissertação (Mestrado em Lazer, Patrimônio e Desenvolvimento)- Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10316/19748>>. Acesso em: ago., 2017.

PORTUGAL, Ministério da Economia e da Inovação, 2007. **Plano Estratégico Nacional do Turismo**. Disponível

em: <pl/português/turismodeportugal/publicacoes/documents/pent%202007.pdf>. Acesso em: ago., 2017.

SEBRAE. **Destinos turísticos inteligentes**. 2016. Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos%20Tur%C3%Adsticos20Inteligentes.pdf>. Acesso em: jul., 2017.

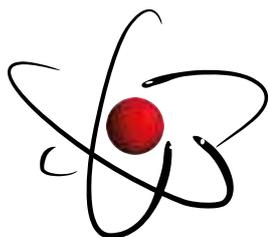
SEGITTUR. **Destinos turísticos inteligentes**. 2014. Disponível em: <<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>>. Acesso em: jul., 2017.

SIBIRINO, R. S. ; FIGUEIREDO, L. Uma análise das condições de acessibilidade nas praias de Florianópolis/SC. **Projetica**, v.6, n.2, 2015. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/23317>>. Acesso em ago/2017.

SMITH, M.; AMORIM, E.; SOARES, C. O turismo acessível como vantagem competitiva: implicações na imagem do destino turístico. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 11, n. 3, p. 97-10, 2013. Disponível em: <http://pasosonline.org/Publicados/11313special/PS0313_10.pdf>. Acesso em: ago., 2017.

VASCONCELOS, E.T. G. **O Turismo acessível no Porto – análise da oferta turística da cidade**. 142f. 2015. Dissertação (Mestrado em Turismo)-Faculdade de Letras Universidade do Porto, Porto, 2015. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79463/2/35616.pdf>>. Acesso em: jul., 2017.

VILA, T. D.; DARCY, S.; GONZALES, E. Competing for the disability tourism market e a comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. **Tourism Management**, v.47, p. 261-272, 2015. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517714002088>>. Acesso em: ago., 2017.



PERCALÇOS DE UMA ESTRADA-PARQUE NA CHAPADA DOS VEADEIROS

Carlos Shiley Domiciano³⁴; Eurípedes Moreira de Melo³⁵; Hérika Patrícia Gonçalves Fragoso³⁶

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Este trabalho trata das questões socioambientais relacionados à implantação e asfaltamento da GO239, Estrada-parque Prefeito Divaldo Rinco, que liga Alto Paraíso de Goiás a Colinas do Sul, na Chapada dos Veadeiros, Goiás. A estrada margeia e conduz ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (PNCV), apresentando no seu trajeto uma beleza cênica típica da região, o cerrado de altitude. Os objetivos foram de analisar o seu processo de construção e mostrar o que as pessoas pensam sobre a mesma. É uma pesquisa exploratória que utilizou como instrumentos a observação direta da rodovia associada a entrevistas com moradores e agentes de instituições (PNCV, Secretaria Municipal de Turismo) para captar suas percepções acerca da importância da via. Concluiu-se que a estrada ainda carece de condições que a caracterizem como uma estrada-parque, como por exemplo, um plano de manejo, mas que possui um grande potencial turístico pela paisagem que a envolve.

Palavras-chave: estradas-parque, turismo ambiental, paisagem.

1 Introdução

A beleza natural atrai as pessoas ao Distrito de São Jorge e ao PNCV, para onde o turista vai à busca do descanso, da calma e das amenidades que a região oferece. Um vilarejo, que fica a 36 quilômetros de Alto Paraíso de Goiás e para se chegar, o caminho é um só, a GO-239. No caso em questão procura-se analisar o papel de uma estrada-parque que promove o turismo em uma determinada comunidade, adjacente a uma Unidade de Conservação (UC), que não só permite o deslocamento das pessoas que buscam um atrativo natural, como também promove a aproximação de culturas e tradições e propicia o desenvolvimento local, em benefício dessa localidade, estimulando a prática do turismo chamado alternativo.

O objetivo de uma estrada-parque, diferentemente das estradas tradicionais, não é de proporcionar a rota mais rápida e curta, mas uma condução moderada para possibilitar a contemplação da paisagem (NATIONAL SCENIC BYWAYS PROGRAM, 2009).

A criação das estradas-parque tem ligação direta com áreas de relevante valor paisagístico, deixando evidente a relação do estudo da paisagem com o turismo e ainda a necessidade da manutenção das paisagens naturais e humanizadas como atrativo turístico. “Essa preservação também está diretamente relacionada com a questão das áreas protegidas, as quais deveriam, no caso do SNUC (Sistema Nacional de Unidades de Conservação), considerar as estradas-parque como uma categoria própria, preven-

34 Doutor em Ciências Ambientais pela Universidade Federal de Goiás; Docente do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás. E-mail: carlosdomiciano@yahoo.com.br

35 Tecnólogo em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás. E-mail: mmello3@hotmail.com

36 Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás. E-mail: hherika_hpgf@hotmail.com

do entre seus objetivos de manejo a sua exploração turística” (PIRES e TIAGOR, 2010, p. 2).

Da-ré, citado por Lamy et al. (2006, p. 9) afirma que “a implantação de uma Estrada Parque deve adotar não apenas mecanismos de redução de impactos ambientais, mas também, tecnologias que integrem esforços para a conservação e valorização do patrimônio ambiental”.

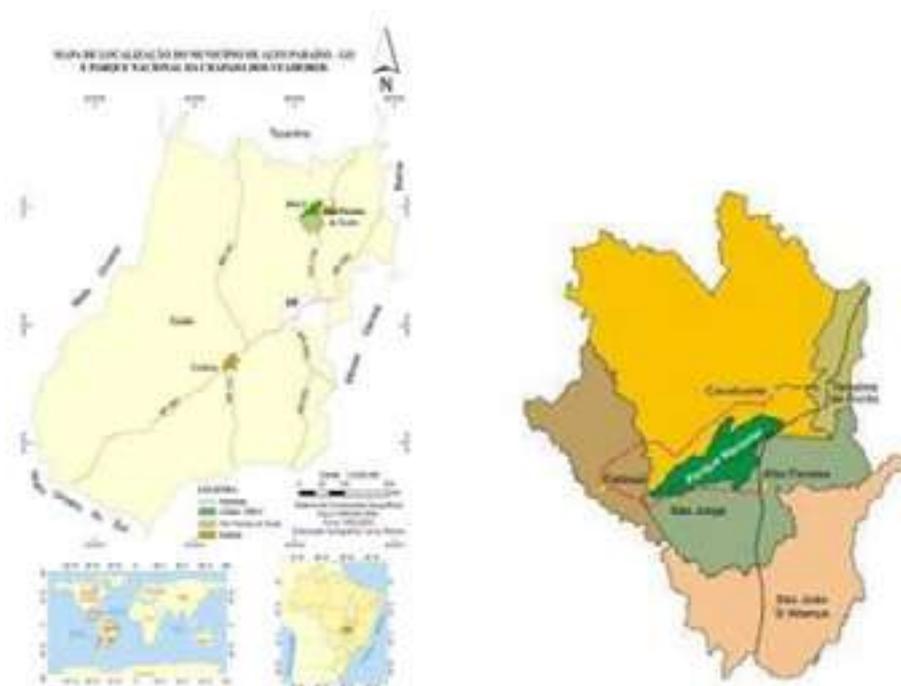
Para tanto é necessário avaliar o papel dos atores envolvidos nesse processo, resguardando-se tanto os interesses da sociedade local, quanto à sua questão ambiental. Dutra et al. (2008, p.163) acrescentam que uma estrada-parque “pode se transformar em uma ferramenta de ordenamento territorial e gestão ambiental compartilhada”

e, propiciar a participação das comunidades na resolução de problemas de seu meio.

2 Metodologia

Essa é uma pesquisa de natureza qualitativa de caráter exploratório (DENCKER, 2007). Primeiramente, foi levantado um referencial teórico sobre o turismo alternativo e as estradas-parque. Na segunda parte foi realizada uma pesquisa documental, baseada nas leis e relatórios para a construção da via, a GO-239, Estrada-parque Prefeito Divaldo Rincó, em Alto Paraíso de Goiás, GO, na região nordeste do estado, conforme se observa na Figura 1.

Figura 1: Mapa que abrange a região de Alto Paraíso de Goiás, São Jorge e PNCV



Fonte: www.revistaturismo.com.br/Dicasdeviagem/altoparaiso.htm

Na pesquisa de campo, utilizou-se a observação direta e entrevistas pré-estruturadas (DENCKER, 2007) com moradores e agentes de instituições no Distrito de São Jorge, em Alto Paraíso de Goiás, para captar as suas percepções acerca da estrada de que fazem uso, não só para seu ir e vir, mas também por onde trafegam os visitantes, que trazem para si, a garantia de sua reprodução social e econômica.

3 Resultados e Discussão

3.1 Ao longo desse caminho

De acordo com o Estudo de Impacto Ambiental – EIA/RIMA da estrada GO-239, a proposta de implantação da mesma ocorreu devido a sua relevância ambiental, atendendo aos interesses da comunidade e condições geoambientais. “Dessa forma a rodovia terá características de EstradaParque, oferecendo aos usuários opções de paradas em pontos de contemplação do interessante cenário local” (CONFLORA, 1998, p. 2), como se observa na Figura 2 abaixo, em que se destaca o Jardim de Maytrea, no Km 20, uma paisagem peculiar da Chapada dos Veadeiros.

Figura 2: Fotografia com vista do Jardim de Maytrea(PNCV)



Fonte: Gabriela Silva Domiciano, 2012

Segundo o chefe do PNCV, o que torna a GO-239 em uma estrada-parque é o decreto que lhe dá esse nome. “Estrada-parque não é uma categoria de unidade de conservação no SNUC, nem no SEUC (Sistema Estadual de Unidade de Conservação), não existe essa categoria. Então, no meu entendimento, é só um nome, o que leva ela a ter esse nome, é ela tangenciar e cortar em sete pontos o PNCV. O que dá esse nome é a beleza cênica em torno dela, são as paisagens da Chapada” (entrevista, fev. 2017).

O propósito do asfaltamento dessa estrada, a princípio, seria facilitar o acesso ao Distrito de São Jorge e o PNCV, uma vez que enquanto o caminho era de chão, em épocas de chuva, o trajeto tornava-se quase intransitável, dado aos deslizamentos advindos dos barrancos, que cortam a maioria do trecho, além do que a via era bastante esburacada (DOMICIANO e OLIVEIRA, 2012).

Apesar de representar incentivo para o turismo, esse asfaltamento trouxe problemas para a comunidade de São Jorge. O principal deles foi a modificação do tipo de turistas e o aumento no fluxo dos mesmos “que agora permanecem na Vila apenas para um fim de semana ou somente passam o dia no local, gerando prejuízo na opinião geral dos moradores, em sua maioria acostumados com turistas que antes ficavam dias ou semanas em suas hospedarias”, relatou o proprietário de um albergue em São Jorge (entrevista, fev. 2017).

Na estrada foi construída uma ciclovia, na sua margem direita, sentido Alto Paraíso de Goiás/São Jorge, para proporcionar mais segurança aos ciclistas que se aventuram pela região do PNCV, com sinalização horizontal e tachas refletivas, de acordo com a Figura 3.1, a seguir.

Figuras 3.1 e 3.2: Fotografias com detalhes da estrada: ciclovia/redutores de velocidade e placas



Fonte: os autores (2017)

Percorrendo-se todo o trajeto, constatou-se que a cada cinco quilômetros há uma placa indicativa de que o percurso é um corredor de fauna silvestre e, dependendo do

corredor, há uma especificação do animal que transita pelo local, como por exemplo, o lobo-guará, a ema, o veado campeiro, e outros, acima ilustrado pela Figura 3.2.

Ao longo de toda a estrada, por uma iniciativa da AGE-TOP e Goiás Turismo (GOIASTUR), foram colocados recentemente oito redutores de velocidade (como mostra a Figura 3.1, anteriormente). “Apesar de ser uma reivindicação antiga dos moradores da Vila, isso se deu somente agora porque durante as comemorações do final de 2016, uma onça pintada, a qual está em extinção, foi morta por atropelamento nesse asfalto, nas proximidades de Alto Paraíso”, declarou o chefe do PNCV (entrevista, fev. 2017).

Para a Secretária de Turismo de Alto Paraíso de Goiás (entrevista, fev. 2017), “a mudança da GO-239 para estrada-parque é positiva, pois com sua implantação a prática de esportes, como o ciclismo, naquele trecho tem aumentado principalmente por turistas de Brasília. Mas há muitas famílias da região praticando o esporte também, após a melhoria da estrada”.

Em contatos informais com alguns moradores e guias da Vila, os que têm conhecimento do que é uma estrada-parque dizem que isso se dá apenas porque ela tem uma beleza cênica diferenciada das outras estradas, não sabendo diferenciar tecnicamente uma estrada-parque de uma via comum. Denota-se a falta de divulgação do *status* da estrada, bem como de sua contribuição para a atividade turística na região.

Dessa forma, subentende-se que a construção da estrada-parque ainda está em andamento, além da infraestrutura, é preciso realizar uma conscientização das pessoas sobre a sua importância, como destacam Dutra et al. (2008, p. 174) “a implantação de uma Estrada Parque não significa que os problemas de uma determinada região estarão resolvidos. É necessário todo um processo de planejamento no sentido de continuidade do processo educativo, preservacionista e turístico”.

Uma estrada-parque pode se constituir em um elemento agregador do turismo de uma localidade, proporcionando não só a experiência turística como também gerando emprego e renda, melhorando as condições socioeconômicas das pessoas, deixando de ser somente, como afirmaram Tricário et al. (2012, p.93), “uma via de passagem por onde se „admira“ a natureza”.

4 Conclusões

Essa rodovia possui uma beleza cênica própria e reflete bem o que é a paisagem típica da Chapada dos Veadeiros. A rodovia não possui túneis para passagem de animais, porém existem bueiros para o escoamento de água e que podem ser utilizadas por animais de pequeno porte durante a travessia da via, porém fora das próprias especificações da sua construção.

Conforme se pode constatar, a população do Distrito de São Jorge vê a estrada em questão apenas como uma estrada que leva até Alto Paraíso de Goiás. Quando questionada sobre o que seria uma estrada-parque, a maioria das pessoas sequer sabe o que isso significa. Sob o ponto de vista do administrador do PNCV, essa estrada possui respaldo legal de uma estrada-parque, mas praticamente ela não funciona como descrita em suas especificações, ou seja, ela é caracterizada como tal, mas ainda não possui um plano de manejo.

Essa estrada apresenta um grande potencial turístico em virtude da beleza cênica que a envolve. É uma estrada-parque que existe de direito, mas não de fato.

Acredita-se que se os administradores das instituições, ambientalistas e a comunidade se unissem com o propósito de elaborar um plano de manejo para essa rodovia, enaltecendo a sua real importância, a mesma pode se tornar um atrativo a mais para a região, deixando apenas de ser um caminho para a atividade turística na Chapada dos Veadeiros, mas agregando valores não só ao deslocamento das pessoas, como também na questão socioambiental que transparece na paisagem.

Referências

CONFLORA. **Estudo de Impacto Ambiental – EIA/RIMA da Rodovia GO-239, trechos entroncamento GO 118/BR-010 com GO-132**. Conflora. Goiás, 1998.

DENCKER, Ada de F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. Futura. São Paulo, 2007.

DOMICIANO, Carlos S.; OLIVEIRA, Ivanilton J. **Cartografia dos impactos ambientais no Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (GO)**. *Mercator* 11 (25), p. 179-199, 2012. Disponível em www.mercator.ufc.br. Acesso em 10/12/2016.

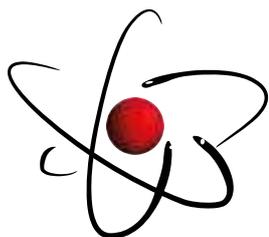
DUTRA, Veruska et al. **Proposta de Estradas-Parque como Unidade de Conservação: dilemas e diálogos entre o Jalapão e a Chapada dos Veadeiros**. *Sociedade & Natureza*, 20 (1), p. 161-176, 2008.

LAMY, Ana C. M.; LEUZINGER, Márcia D.; PINTO, Mariana O. **Rodovia em Unidade de Conservação: o Caso da Estrada Parque dos Pireneus (GO)**. III ENCONTRO DA ANPPAS. *Anais...* Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro3/arquivos/TP4_52-03032006-124319.DOC>. Acesso em set. 2018.

NATIONAL SCENIC BYWAYS PROGRAM. 2009. List of activities. Disponível em: < <http://www.byways.org/explore/activities/>> Acesso em: 12 de jul. 2016.

PIRES, Paulo dos Santos; TIAGOR, Aline Almeida de. **O potencial turístico das estradas-parque na confluência entre paisagem e áreas protegidas**. Disponível em: <<http://www.anptur.net/>> Acesso em: 12 de jul. 2016.

TRICÁRIO, L. T. et al. Estradas-parque: Um estudo comparativo no intuito de definições para a experiência turística brasileira. **Revista Brasileira de Pesquisa em turismo**. São Paulo, v. 6, n. 1, p. 79- 94. Jan/abr. 2012.



PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O ATRATIVO CÂNIONS DE XINGÓ, EM CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO, SERGIPE

Maria Janicleia Fernandes de Jesus³⁷

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O turista é o elo que faz o turismo acontecer, isso faz com que estudos sejam cada vez mais aprofundados sobre os mesmos. Essa constante busca pela qualidade no turismo por parte dos consumidores turistas tem influenciado os prestadores de serviços a superarem as expectativas dos seus clientes com bens e serviços cada vez melhores. O marketing é a área que promove essa dinâmica, em que oferta e demanda, componentes do mercado, devem ter ganhos financeiros, sociais e emocionais com as suas transações de compra e venda. Tendo em vista essa premissa sobre a busca por satisfação, a pesquisa teve como objetivo conhecer o perfil dos turistas que visitam os Cânions de Xingó, em Sergipe, para assim obter um desenho do turista que vai ao local. Com os resultados analisados, pôde-se constatar que os turistas que visitam o atrativo são na grande maioria residentes das regiões nordeste e sudeste.

Palavras-chave: Pesquisa de demanda turística, Cânions de Xingó.

1 Introdução

No turismo, a gestão dos destinos, e também dos empreendimentos do mercado, precisam corresponder às expectativas e necessidades dos turistas, tendo em vista o alto grau de competitividade das destinações e o crescente nível de exigência que a demanda turística tem apresentado. Nessa direção, a pesquisa de marketing tem sido utilizada como uma forte aliada, pois busca entender a demanda em todas as suas variáveis.

A pesquisa de marketing se configura como um levantamento de informações que fornece aos gestores a possibilidade de análise de um cenário das características dos seus clientes reais e potenciais. É utilizada para avaliar oportunidades de mercado ou compreender as atitudes e comportamentos dos clientes, medindo o grau de satisfação dos mesmos em relação aos produtos.

Neste contexto encontra-se a ideia central desta pesqui-

sa, que é conhecer o turista que visita os Cânions de Xingó em Canindé de São Francisco. Os Cânions de Xingó ficam localizados nos municípios de Canindé de São Francisco, Sergipe e nos municípios Alagoanos de Piranhas e Olho D'Água do Casado, especificamente na gruta do talhado. É o atrativo mais visitado de Sergipe e por isso se justifica conhecer quem o visita, como o visita e o que avalia a seu respeito.

Por esta perspectiva, a pesquisa buscou conhecer o consumidor turista que visita os Cânions. Reconhecer a maneira como o turista se comporta ao fazer uso dos serviços é de extrema importância para se definir critérios de qualidade dos mesmos. Assim, essa pesquisa tem o intuito de mostrar os reais motivos que levam as pessoas a escolherem o atrativo Cânions de Xingó, e também o quanto o desenvolvimento do lugar depende da qualidade e do grau de satisfação alcançados por parte dos turistas.

37 _____
Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe. E-mail: jannyruan@hotmail.com

Deste modo, a pesquisa se fundamentou e organizou para atender os seguintes objetivos: Objetivo geral - Conhecer o perfil dos turistas que visitam os Cânions de Xingó, em Sergipe, identificando seu grau de satisfação com a oferta turística local e seus hábitos de consumo. E objetivos específicos - Traçar o perfil demográfico da demanda turística dos Cânions de Xingó, considerando os dados referentes à idade, estado civil, gênero, renda e grau de instrução.

2 Metodologia

A pesquisa de marketing orientada especialmente para a demanda é utilizada largamente no turismo para avaliar as perspectivas dos turistas sobre o destino e seus componentes. Neste trabalho, a pesquisa de marketing se direcionou para um elemento específico da oferta turística, um atrativo turístico, considerando que este é a matéria prima da atividade turística e, portanto, deve ser analisado sob todos os seus aspectos.

Desse modo, pretendeu-se com essa pesquisa conhecer os turistas que visitam o atrativo Cânions de Xingó, bem como traçar o perfil daqueles que visitam o atrativo.

Esta pesquisa se caracteriza como descritiva, sendo um dos tipos de pesquisa mais utilizados em marketing. Através dela é possível identificar as relações e a natureza das variáveis envolvidas no processo da mesma, no qual são colhidas informações primárias através da aplicação de entrevistas ou discussões (GIL, 1999; AAKER, 2001).

Também se institui como exploratória, já que apresenta aspectos ricos e imprevistos que envolvem uma determinada situação, ou seja, é essencial para uma definição mais precisa do objeto de estudo. Como esclarece Cervo (2007 p. 63), “designada por alguns autores como pesquisa quase científica ou não científica, é normalmente o passo inicial do processo da pesquisa pela experiência e um auxílio que traz a formulação de hipóteses significativas

para posteriores pesquisas”.

A pesquisa é de natureza quantitativa, pois quando se trata do marketing, os resultados da pesquisa quantitativa podem “descrever a natureza, as atitudes e os comportamentos dos clientes de forma empírica, e testar as hipóteses que um profissional de marketing deseja examinar”. Para estes autores, tais estudos são cruciais para se medir a quantificação da satisfação do cliente, da importância dos atributos do serviço, bem como da extensão das lacunas na qualidade no mesmo e nas percepções de valor (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2011, p. 180).

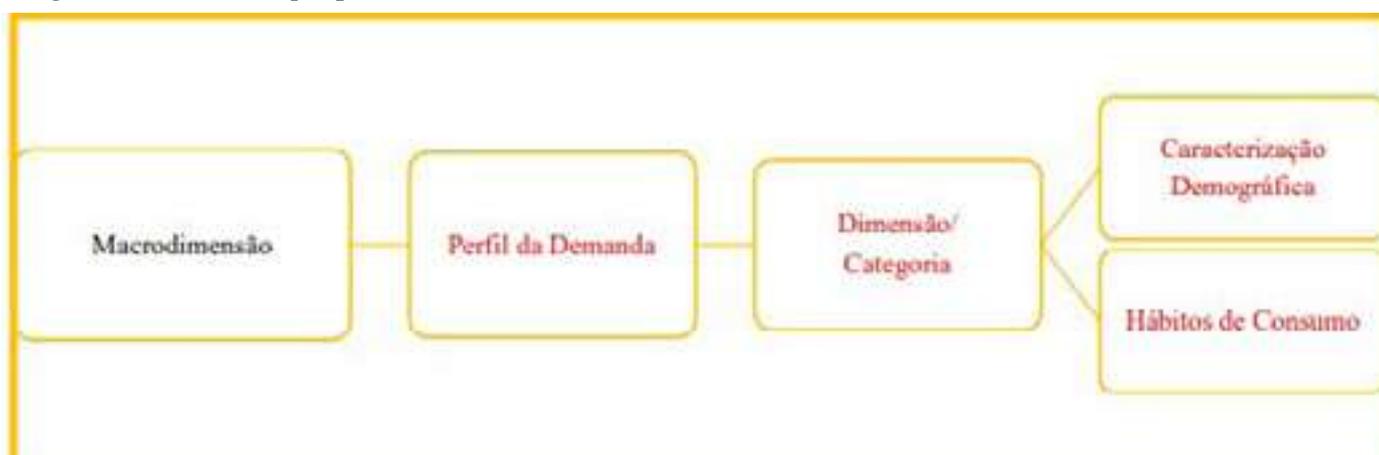
Foram selecionados como sujeitos da pesquisa os visitantes que se dirigiam ao atrativo Cânions de Xingó, no período de outubro e novembro de 2017, alta temporada. A amostragem foi definida tomando-se por base o quantitativo de 12 mil pessoas, que é o número de visitantes mensal do atrativo, conforme os dados fornecidos pela empresa MF tur. empreendimentos turísticos Ltda, responsável pela gestão dos passeios aos cânions.

Desse modo, identificou-se a amostra de 620 turistas, que corresponde a aproximadamente 5,17 %, do universo populacional. A aplicação do questionário ocorreu entre os meses de outubro e novembro de 2017, sendo que ocorreram nas duas últimas semanas de outubro e as duas primeiras semanas de novembro. Durante esse período foram excluídos os dias de segunda e terça, por serem considerados, os dias de menor fluxo no atrativo.

A abordagem ao turista foi feita no restaurante Carancas, que serve de atracadouro das embarcações e também nos barcos, durante o retorno dos turistas.

Por meio dessas premissas foi possível identificar o desenho da pesquisa, conforme exposto na Figura 1, baseando-se em uma macro dimensão que foi: O perfil da demanda.

Figura 1 – Desenho da pesquisa.



Fonte: A autora, 2017.

Para adequação à pesquisa do atrativo Cânions, alguns indicadores propostos no modelo foram suprimidos, sem que houvesse prejuízo à ideia central do modelo. Assim,

organizaram-se os indicadores conforme descritos no Quadro 1 exposto a seguir.

Quadro 1 - Perfil da demanda, Dimensões e Indicadores.

MACRO DIMENSÃO:	DIMENSÃO/ CATEGORIA	INDICADOR
Perfil da Demanda	Caracterização Demográfica	1 Estado de residência do turista
		2 Faixa etária
		3 Estado civil
		4 Gênero
		5 Renda
		6 Grau de instrução
	Hábitos de Consumo	7 Motivação da viagem
		8 Frequência da viagem
		9 Fonte de informação
		10 Acompanhantes na viagem
		11 Forma de deslocamento
		12 Gasto individual
		13 Expectativa sobre o atrativo
		14 Sugestões para o atrativo
		15 Tempo de permanência e novas motivações

Fonte: Adaptado de Mondo, 2014.

3 Resultados e Discussão

Esta etapa do trabalho apresenta os resultados adquiridos com a pesquisa de campo quando foram coletadas informações com os turistas no atrativo Cânions de Xingó. Os dados retratam o perfil dos turistas que visitam os Cânions, evidenciando suas características demográficas e hábitos de consumo. Pressupõe-se que as informações adquiridas nesta etapa podem contribuir para a gestão do

turismo na localidade e também orientar os fornecedores de serviços sobre o quesito qualidade.

Sobre a caracterização demográfica dos entrevistados, buscaram-se saber dados sobre sua origem, idade, estado civil, gênero, renda e grau de instrução. Na Tabela 1, expõe-se de onde vêm os turistas que visitam os Cânions do São Francisco, sendo possível identificar os Estados da federação que são emissores de demanda para Sergipe.

Tabela 1 – Estados de residências dos turistas que visitam os Cânions de Xingó, outubro/novembro, 2017.

ESTADOS DE RESIDÊNCIA DOS TURISTAS	Nº DE ESTADOS	Nº DE VISITANTES POR ESTADO	TOTAL	PORCENTAGEM (%)
Acre; Espírito Santo; Pará; Paraná; Tocantins	5	20	100	16,13
Alagoas; Paraíba	2	32	64	10,4
Amazonas; Goiás; Maranhão	3	8	24	3,9
Bahia; São Paulo	2	88	176	28,4
Ceará	1	28	28	4,6
Distrito Federal	1	40	40	6,5
Mato Grosso; Rondônia; Sergipe	3	4	12	1,93
Minas Gerais; Pernambuco; Piauí	3	16	48	7,8
Rio de Janeiro	1	80	80	12,9
Rio Grande do Norte	1	24	24	3,9
Rio Grande do Sul; Santa Catarina	2	12	24	3,9
-	24	-	$\Sigma = 620$	$\Sigma = 100\%$

Fonte: A autora. Pesquisa de Campo, 2017.

Segundo a amostra, predominam os turistas que se originam dos Estados da Bahia e São Paulo (14,20%), por estado e em seguida Rio de Janeiro (12,90%). Com menor índice, registram-se os turistas que residem nos Estados de Mato Grosso, Rondônia e Sergipe (0,65%). Chama

à atenção um quantitativo de turistas vindo de Brasília, (6,4%), o que sinaliza outro polo emissor de turistas, a região Centro Oeste.

Na Tabela 2, a seguir, estão descritos os outros indicadores da caracterização demográfica dos visitantes:

Tabela 2: Características demográficas dos turistas (n=620) que visitam os Cânions de Xingó, outubro/novembro, 2017.

FAIXA ETÁRIA	N (%)
Até 19 anos	36 (5,81)
De 20 a 40 anos	292 (47,10)
De 41 a 50 anos	120 (19,35)
De 51 a 60 anos	92 (14,84)
Mais de 60 anos	80 (12,90)
ESTADO CIVIL	
Solteiro(a)	132 (21,29)
Casado(a)/união estável	316 (50,97)
Viúvo	80 (12,90)
Outro	92 (14,84)

GÊNERO	
Feminino	372(60)
Masculino	248(40)
RENDA FAMILIAR	
Até R\$ 937,00	-
De R\$ 938,00 a R\$ 1.874,00	36 (5,81)
De R\$ 1.875,00 a R\$ 2.811,00	24 (3,87)
De R\$ 2.812,00 a R\$ 3.748,00	92 (14,84)
De R\$ 3.749,00 a R\$ 4.685,00	36 (5,81)
De R\$ 4.686,00 a R\$ 5.622,00	108 (17,42)
De R\$ 5.623,00 a R\$ 6.559,00	28 (4,52)
De R\$ 6.559,00 a R\$ 7.496,00	16 (2,52)
Acima de R\$ 7.500,00	48 (7,74)
Prefiro não informar	232 (37,42 %)
GRAU DE INSTRUÇÃO	
Ensino fundamental completo	4(0,65)
Ensino fundamental incompleto	4 (0,65)
Ensino médio completo	72 (11,61)
Ensino médio incompleto	52 (8,39)
Ensino superior completo	428 (69,03)
Ensino superior incompleto	52 (8,39)
Sem instrução formal	8 (1,29)

Fonte: A autora. Pesquisa de Campo, 2017.

Observa-se na tabela acima que a faixa etária dos turistas com maior percentual foi entre 20 e 40 anos (47,10%). A maioria declarou-se casado ou com união estável (50,97%) e o gênero predominante é o feminino (60%). Quanto à renda, somente 388 entrevistados quiseram responder sobre esse quesito, uma amostra de aproximadamente 63%. Obteve-se como resposta, que 17,42% ganham entre R\$ 4.686,00 a R\$ 5.622,00. Sobre o grau de instrução dos respondentes, prevaleceu o ensino superior completo, com o percentual de 69,03%.

4 Conclusões

Através desta pesquisa foi possível perceber que o perfil dos turistas que visitam o atrativo Cânions de Xingó, em sua maioria é residente da região sudeste do país, pessoas que estão em busca de lazer e possuem renda correspondente a cerca de seis salários mínimos, tendo um certo poder aquisitivo. Têm formação de ensino superior, e em sua grande maioria são casados ou possuem união estável. Prevalecem aqueles que se declaram do gênero feminino.

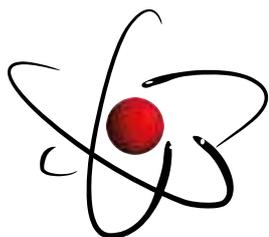
Esse resultado referente ao Estado de origem do visi-

tante levou à reflexão do porque a região nordeste, com estados tão próximos de Sergipe, não apresentou um número expressivo de turistas. Talvez, por falta de divulgação do destino Sergipe na região, talvez porque o binômio sol e praia não atraíam tanto os visitantes dos estados vizinhos, pois estes têm em sua localidade elementos semelhantes. Enfim, algo que merece uma análise mais afinada. Por outro lado, o fato de os visitantes virem do Sudeste, mostrou a repercussão do destino Sergipe no turismo doméstico. Ou seja, pessoas de outras regiões, além do Nordeste, estão se sentindo motivadas a conhecer e “consumir” Sergipe.

Referências

- AAKER, David A.; KUMAR V., DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. Editora Ática: São Paulo, 2008.

- BALANZÁ, Isabel Mílio; NADAL, Mónica cabo. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. Tradução Miguel Cabrera. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BARBETA, Pedro Alberto. **Estatísticas aplicadas às ciências sociais**. 7. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2007.
- BENI, Mário. C. **Análise estrutural do Turismo**. 12. Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2007.
- CERVO, Amando Luiz; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- COOPER, Chis. **Turismo: princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- MIDDLETON, Vitor T. C.; CLARKE, Jackie. **Marketing de turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- MONDO, Tiago. **Tourqual: proposta de um modelo de avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos**. 2014. 399 fls. Tese (Doutorado em Administração) – Centro Socioeconomico. Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, 2014.
- SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- SPOSITO, Eliseu Savério. **Geografia e filosofia: contribuição para o ensino do pensamento geográfico**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. **Estatística básica para o curso de turismo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- ZEITHALM, Valarie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. Traduzido por Felix José Nonnenmacher. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.



POLÍTICAS PÚBLICAS E ACESSIBILIDADE: ESTUDO NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Katia Virginia Espindola Rodrigues dos Santos³⁸; Donária Coelho Duarte³⁹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Aborda-se a importância da acessibilidade e das políticas públicas no Centro Histórico de São Luís, sob a ótica da pessoa com deficiência física. Elenca-se espaços turísticos, tendo em vista a circulação e acesso dessas pessoas, as especificidades próprias das cidades históricas, barreiras físicas existentes e dificuldades encontradas pelas pessoas pesquisadas no usufruto desse espaço. O método utilizado é Transdução, que trabalha a construção de um objeto virtual possível, partindo das necessidades e prioridades elencadas. Fundamentado em Lefebvre, Wilhelm e Lourau. Os procedimentos metodológicos se organizam de acordo com a realidade e possibilidades pensadas. Está amparado em pesquisa bibliográfica, documental, trabalho de campo com observação participante, entrevistas e registro imagético. Os resultados mostram que a acessibilidade ainda não é item prioritário nas políticas públicas no Centro Histórico de São Luís e que há a necessidade de um planejamento que contemple a acessibilidade, para viabilizar a prática do turismo acessível a todos.

Palavras-chave: cidades históricas, mobilidade urbana, turismo acessível.

1 Introdução

Este trabalho aborda a importância da acessibilidade no planejamento das políticas públicas para a prática turística por pessoas com deficiência física no Centro Histórico de São Luís. Essa área compreende a parte mais visitada por residentes, turistas e visitantes, tendo em vista que grande parte do acervo histórico e arquitetônico da cidade estão nesse lugar e no entorno. Nele está localizado o bairro da Praia Grande, no centro da cidade.

O Centro Histórico de São Luís, campo de estudo deste

trabalho, possui uma área aproximada de 220 hectares de extensão, tem o maior conjunto arquitetônico homogêneo da América Latina remanescente dos séculos XVIII e XIX, com aproximadamente quatro mil imóveis entre casarões construídos em alvenaria de pedra e argamassa com óleo de peixe, pedra de lioz branco de origem europeia existente em elementos arquitetônicos e na pavimentação de edifícios e passeios do centro histórico, fachadas recobertas de porcelanas, sobrados com mirantes, solares e sobrados revestidos com azulejos portugueses e franceses. Essas

38 Mestra em Turismo pela Universidade de Brasília (CET/UNB); Especialista em Geografia do Turismo pela Universidade Estadual do Maranhão (UEMA); Bacharel em Turismo pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas de São Luís. Tutora Presencial do Curso de Hospedagem do Núcleo de Tecnologias para a Educação da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA/UEMANet). E-mail: katiaespindolla@gmail.com

39 Doutora e Mestra em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília (CET/UnB); Coordenadora do Núcleo de Estudos em Turismo; Responsável, Acessível e Sênior (Netras-All). E-mail: donaria@unb.br

são marcas do auge econômico da cidade, construídos pelos senhores que comandavam a produção de algodão na região (IPHAN, 2014).

O objetivo do trabalho é analisar as políticas públicas e acessibilidade que contemplem as pessoas com deficiência física no Centro Histórico de São Luís. Dessa forma, pensar em acessibilidade e políticas públicas em centros históricos requer conhecer um pouco sobre a mobilidade urbana que contribui para o processo de mudança de paradigmas, onde a cidade passa a ser utilizada por todas as pessoas e para isso, necessita ser garantida a acessibilidade nesses espaços.

O conceito de mobilidade está relacionado com o deslocamento das pessoas no espaço urbano, que devem facilitar o percurso das pessoas e não dificultar, com ruas limpas, seguras, arborizadas, pouco ruidosas, com calçadas amplas, dotadas de mobiliário urbano confortável, iluminação adequada, sinalização e com total acessibilidade. “É preciso aliar crescimento com desenvolvimento, ou seja, ir em direção da sociedade urbana, todavia implica dizer que as novas necessidades devem ser prospectadas, pois as necessidades são descobertas no decorrer da emergência” (LEFEBVRE, 2008, p 15).

A estrutura urbana da cidade deveria ser pensada e planejada para todos. A cidade deveria ser pensada e construída para o cidadão. Assim, entende-se que a realização de ações na promoção de políticas públicas acessíveis nesses centros históricos, requer um trabalho multidisciplinar, com profissionais ligados ao patrimônio histórico, acessibilidade, mobilidade urbana, planejamento e pessoas com deficiência, tendo em vista a complexidade e especificidades existentes.

Muitas são as cidades com pouca ou nenhuma acessibilidade no Brasil e se tratando de cidades históricas, o número cresce ainda mais. Nesse sentido, é importante destacar que as pessoas com deficiência se encontram presentes nesses espaços com pouquíssima ou nenhuma acessibilidade, sendo elas turistas, residentes e visitantes. Portanto, é necessário que sejam minimizadas as barreiras existentes e se trabalhe na perspectiva de construção de políticas públicas que contemplem a todos.

2 Metodologia

Para alcançar os objetivos propostos, utiliza-se o Método de Transdução, fundamentado em Lefebvre (2008), Wilhelm (1976) e Lourau (1999) que traz a percepção das realidades atuais, levando-se em conta as possibilidades futuras, imaginárias, tendo em vista as necessidades que a

sociedade possa vir a ter no futuro. O método consiste em ir além do que se tem, mas sem deixar de lado todo contexto e análises funcional e estrutural concretas existentes.

Foram sujeitos de pesquisa 32 (trinta e duas) pessoas, sendo 6 (seis) gestores e 26 (vinte e seis) pessoas com deficiência física e/ou acompanhantes. A pesquisa foi realizada nos meses de setembro e outubro de 2017, no Centro Histórico de São Luís, bairro da Praia Grande, no estado do Maranhão.

O método Transdução trabalha na perspectiva da construção de um objeto proposto desejável e possível partindo de uma realidade ou problema, limitação temporal e aproximações sucessivas, de forma a propor um modelo desejável de situações futuras, estimulando assim o processo de planejamento ou releitura sobre a dinâmica da cidade, oportunizando a (re)criação de novos olhares sobre o objeto investigado.

Para Lefebvre (2008, p.125),

Não se trata mais de isolar os pontos do espaço e do tempo, de considerar separadamente atividades e funções, de estudar – isoladamente uns dos outros – comportamentos ou imagens, divisões e relações. Esses diversos aspectos de uma produção social, a produção da cidade e da sociedade urbana, estão situados a uma perspectiva de explicação e de previsão. A partir de então, o método consiste em superar tanto a descrição (ecológica), quanto a análise (funcional, estrutural), sem aliás superá-las, a fim de tender para a apreensão do concreto - do drama urbano – provindo as indicações formais da teoria geral das formas. Segundo essa teoria, existe uma forma de cidade: reunião, simultaneidade, encontro. A démarche intelectual ligada a essas operações, que as codificações ou que as apoia metodologicamente, foi chamada de transdução.

A Transdução conta com procedimentos metodológicos que se organizam de acordo com as intervenções, necessidades ou possibilidade pensadas, fazendo com que o conhecimento e a utopia se aliem.

Dessa forma, o método em referência fornece o balizamento necessário entre o quadro conceitual, as observações empíricas, as especificidades e a identidade entre sujeito e objeto, assim como as interferências do meio.

A pesquisa caracteriza-se pela abordagem pesquisa qualitativa sob a ótica da realidade investigada, na qual considera-se a existência de uma relação dinâmica entre o

mundo real e o sujeito, tendo em vista a interpretação dos dados e dos significados, mas as relações existentes (pessoas, situações, lugares, documento e a própria dinâmica do local), percebendo o fenômeno dentro do seu contexto.

Os instrumentos de pesquisa utilizados foram:

- Observação in loco para a verificação da acessibilidade;
- Observação participante;
- Entrevistas com 6 (seis) gestores para se conhecer as políticas públicas inclusivas existentes no Centro Histórico de São Luís.
- Entrevistas com 26 (vinte e seis) pessoas com deficiência física e /ou acompanhantes, para conhecer a acessibilidade e as políticas públicas existentes no

Centro Histórico de São Luís sob a ótica das pessoas com deficiência. A pesquisa contou com a participação de gestores públicos municipais e estaduais, bem como pessoas com deficiência.

3 Resultados e Discussão

Foram entrevistadas 26 (vinte e seis) pessoas com deficiência e/ou acompanhantes, entre homens e mulheres e maiores de 18 anos. De acordo com os relatos coletados, a acessibilidade vai muito além do que está estabelecido por lei, pois trata-se de um fator essencial para que se tenha o mínimo de dignidade, qualidade de vida e autonomia.

As principais reclamações do grupo formado por pessoas com deficiência que participaram das entrevistas no Centro Histórico de São Luís estão elencadas no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Reclamações das pessoas com deficiência física.

Pessoas com deficiência física	Reclamações
	Falta de acessibilidade física
	Faltam políticas públicas que contemplem a acessibilidade
	Barreiras físicas e atitudinais nos atrativos
	Falta de uma rota ou corredor acessível nas áreas mais visitadas do Centro Histórico
	Falta de conhecimento ou desinteresse dos gestores no que trata a acessibilidade e pessoas com deficiência
	Falta de profissionais capacitados para o atendimento às pessoas com deficiência nos locais visitados
	Falta de ações efetivas

Fonte: SANTOS, Katia (2018).

As respostas da entrevista com as pessoas com deficiência física foram satisfatórias e mostraram um bom conhecimento com relação a política das pessoas com deficiência, as legislações e garantia de direitos adquiridos.

No que trata sobre rotas acessíveis no Centro Histórico de São Luís, elencado por eles no quadro de reclamações, os pesquisados informaram que até o momento não existe nenhum tipo de rota que viabilize o acesso a essa área. Um dos gestores entrevistado informou que o que se tem até atualmente um estudo feito em 8 (oito) quadras do

Centro Histórico, na perspectiva de se construir as rotas acessíveis e que o Plano de Mobilidade que contemple a acessibilidade já está em fase de audiência pública.

Dessa forma, faz-se um paralelo com os principais relatos das pessoas com deficiência e gestores sobre as questões comuns relacionadas a acessibilidade, tendo como foco os atrativos turísticos, as políticas públicas e a acessibilidade física na área do Centro Histórico. Tais relatos são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 - Relatos dos pesquisados sobre acessibilidade no Centro Histórico de São Luís.

Tema	Pessoas com deficiência	Gestores
Atrativos turísticos	Falta de acessibilidade aos atrativos turísticos	Pouca acessibilidade aos atrativos turísticos

Políticas públicas	Falta de informações e políticas públicas que contemplem a acessibilidade	Inexistência de banco de dados e sem ações que contemplem a acessibilidade
Acessibilidade física no centro histórico	Falta de planejamento no mobiliário urbano da área do centro histórico	Necessidade de reorganização do mobiliário urbano no centro histórico
	Necessidade de uma rota acessível que ligue os principais atrativos turísticos no centro histórico	Estudo feito em 8 (oito) quadras do centro histórico, na perspectiva de se construir rotas acessíveis

Fonte: SANTOS, Katia (2018).

Do ponto de vista das pessoas com deficiência, a maior dificuldade encontrada para se ter acessibilidade arquitetônica é romper a barreira atitudinal, falta de uma rota acessível, políticas públicas, além dos atrativos turísticos do Centro Histórico não serem projetados para recebê-los.

Contudo, reforça-se “olhar” da mudança: já podem ser encontradas, em alguns casos fora dos critérios de acessibilidade, rampas, guias rebaixadas, portas largas, banheiros adaptados nos mais variados ambientes. Todos buscaram as diretrizes de orientação dos municípios, na elaboração de políticas que colaborem para os novos métodos e tecnologias no processo de adequação do espaço coletivo às exigências da população, no que se refere às pessoas com deficiência.

Outro ponto que interessa registrar revelado na pesquisa é que apesar da pouca acessibilidade encontrada,

já há por parte de alguns gestores uma preocupação em adaptar o Centro Histórico. Importante relatar que foi observado durante as pesquisas que a rede hoteleira de São Luís já manifesta preocupação com os turistas com deficiência física e começam a investir nessa nova segmentação de mercado, pois já pode ser observado na área do Centro Histórico de São Luís um hotel cinco estrelas e também uma pousada em prédio tombado com quartos adaptados para pessoa usuária de cadeira de rodas.

Uma observação feita pelas pessoas com deficiência diz respeito à necessidade sentida pela falta de profissionais capacitados para o atendimento a esses turistas, tais como garçons, guias de turismo, camareiras e outros da área. No Quadro 3 são apresentados os relatos comuns sobre as dificuldades e possibilidade de melhoria elencado pelas pessoas com deficiência.

Quadro 3 - Relatos comuns sobre as dificuldades e possibilidades de melhorias.

	Dificuldades	Possibilidades de melhorias
Pessoas com deficiência física	A maior dificuldade são as barreiras atitudinais, de comunicação e arquitetônicas	A quebra das barreiras deve ser feita através de campanhas educativas, capacitações, informações, bem como adequações adaptações possíveis na área do centro histórico.
	Falta de acessibilidade aos atrativos turísticos	A acessibilidade aos atrativos turísticos pode ser feita através de elaboração de estudos de caso e alternativas possíveis para viabilizar a acessibilidade a esses espaços, com ações que interliguem esses atrativos.
	Falta de informações e políticas públicas que contemplem a acessibilidade	Construção de um plano de acessibilidade para o Centro Histórico de São Luís; Criação de banco de dados com informações sobre acessibilidade na rede hoteleira, de restaurantes, atrativos turísticos e outros, disponibilizados nas mídias sociais e postos de atendimento.
	Falta de planejamento no mobiliário urbano da área do centro histórico	Reorganização do mobiliário urbano no centro histórico com critérios de uso e ocupação do espaço público, priorizando os corredores ou rotas turísticas acessíveis com sinalização acessível.
	Não há rota acessível que ligue os principais atrativos turísticos no centro histórico	Implementação de uma rota acessível interligando os 8 (oito) pontos do centro histórico, tendo em vista que já foi realizado o estudo e aguardam apenas a autorização do IPHAN para a execução das obras. Nesse ponto, importante destacar que já se encontra em fase de elaboração o Plano de Acessibilidade da Região Metropolitana de São Luís

Fonte: SANTOS, Katia (2018).

Relata-se que as principais dificuldades foram elencadas pelas pessoas com deficiência, assim como as ações possíveis de serem executadas pela gestão.

4 Conclusões

Observa-se que é necessário que haja, antes de tudo, uma mudança de atitude e que os gestores públicos busquem implementar boas práticas, tecnologias assistivas e inovações na perspectiva da inclusão. É importante a existência de um Plano de Acessibilidade, para viabilizar a transversalidade e Políticas Públicas realmente sejam para todas as pessoas.

Conclui-se, sob a ótica das pessoas com deficiência investigadas, que o Centro Histórico de São Luís, apesar da potencialidade para tornar-se um polo turístico acessível, infelizmente ainda não dispõe de políticas públicas que contemplem minimamente a acessibilidade e não tem adequações necessárias para usufruto desse espaço por todas as pessoas.

Referências

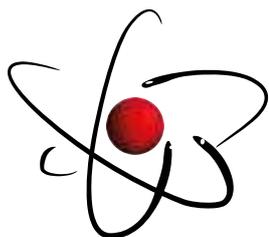
INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Mobilidade e acessibilidade urbana em centros históricos**. Caderno Técnico 9. Organização de Sandra Bernardes Ribeiro. Brasília: Iphan, 2014.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. São Paulo: Ed. Centauro, 2008.

LOURAU, René. **IMPLICATION TRANSDUCTION**. Paris: Editora Econômica Anthropos, 1999.

SANTOS, Kátia Virginia Espíndola Rodrigues dos. **Desafios para a acessibilidade física: um estudo no Centro Histórico de São Luís para pessoas usuárias de cadeira de rodas**. Brasília: Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília (CET/UnB), 2018. 179p (Dissertação, Mestrado em Turismo: Turismo).

WILHEIM, Jorge. **O Substantivo e o Adjetivo**. Editora: Perspectiva. Acervo Sebo e Livraria SP – Avaré, 1976.



POR QUE MENSURAR A COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS?

Valdislene Silva dos Santos⁴⁰; Jaime José da Silveira Barros Neto⁴¹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

Os estudos sobre a competitividade turística discutem frequentemente os fatores determinantes para a competitividade turística e as dificuldades de mensurá-la sem, no entanto, apresentar a importância de mensurar a competitividade de destinos turísticos na contemporaneidade. Assim, o presente estudo tem por objetivo apresentar a importância de mensurar a competitividade de destinos turísticos a fim de que os destinos se empenhem em aumentar a sua competitividade. Para isso, são discutidos no recorte teórico assuntos como vantagens competitivas, o modelo de competitividade brasileiro e fatores determinantes para a competitividade turística. Quanto aos aspectos metodológicos o estudo é indutivo, apresenta abordagem qualitativa, objetivo descritivo, natureza básica e adota procedimento bibliográfico e documental. Ademais, espera-se que esse trabalho apresente argumentos satisfatórios que estabeleçam e inspirem o desenvolvimento da competitividade turística de destinos.

Palavras-chave: turismo, desenvolvimento, competitividade.

1 Introdução

Inicialmente o termo competitividade era discutido apenas nas discussões relacionadas à relação de mercado entre empresas de um mesmo ramo, no entanto, a competitividade turística tem sido amplamente discutida nos últimos anos como fator salutar ao desenvolvimento de destinos turísticos.

A competitividade turística é considerada por Croutch e Ritchie (1999) como a habilidade do destino de dispor de alta qualidade de vida para os moradores. Ao refletir sobre a competitividade de destinos turísticos esses autores percebem que para ter sucesso o destino deve garantir atratividade e integridade da experiência turística e garantir que sua qualidade seja igual ou superior à oferta da concorrência.

A dinâmica e desenvolvimento da atividade turística gera necessidade de estratégias competitivas como, por exemplo, a cooperação e a colaboração local para competir em âmbito global, além da melhoria da qualidade da informação para o planejamento turístico e a sustentabilidade social, ambiental e econômica para evitar impactos negativos ao destino.

A justificativa para esse estudo se deve ao fato de que os estudos de anterioridade sobre competitividade turística apresentam discussões sobre a competitividade turística e as dificuldades de mensurá-la sem, no entanto, enfatizar a importância de mensurar a competitividade de destinos turísticos na contemporaneidade.

Portanto, o objetivo do presente trabalho é compreender a importância de mensurar a competitividade de

40 Mestranda do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo; Membro do Grupo de Pesquisa InnovaTur; Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe. E-mail: silvavlene@gmail.com

41 Doutor em Engenharia Agrícola pela Universidade Federal de Campina Grande-PB, Mestre em Recursos Naturais pela Universidade Federal de Campina Grande-PB, Especialista em Ecoturismo pela Universidade Federal de Lavras-MG, Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Lavras-MG. E-mail: jaimesbn@gmail.com

destinos turísticos dada a considerável expressão das discussões sobre essa temática. Assim, o trabalho tem como objetivos específicos entender o que é competitividade de destinos turísticos, identificar quais são os fatores determinantes da competitividade turística, analisar a influência da competitividade no desenvolvimento de destinos turísticos e compreender como a competitividade de destinos tem sido mensurada.

2 Metodologia

O presente estudo utiliza o método indutivo, apresenta abordagem qualitativa, natureza básica e adota procedimento bibliográfico e documental.

O método de abordagem utilizado é o método indutivo, para Prodanov e Freitas (2013) esse é um processo que parte de dados particulares suficientemente constatados para inferir uma verdade geral não contida nas partes examinadas. Portanto, os argumentos indutivos levam a conclusões de conteúdo amplo.

É qualitativo quanto à sua abordagem devido à natureza dos dados coletados, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que norteiam a investigação. O estudo é básico quanto à sua natureza por buscar gerar conhecimentos úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista.

Descritivo quanto aos objetivos, por registrar e descrever os fatos observados sem interferir neles. Bibliográfico e documental quanto aos procedimentos, pois está sendo realizada a partir de material já publicado e através de consulta a recursos documentais. Para a pesquisa bibliográfica as principais bases de pesquisa utilizadas são Periódicos Capes e Scielo.

3 Resultados e Discussão

Alguns dos estudos do início do século XXI mostram que os exemplos de destinos competitivos de maior sucesso tinham a sustentabilidade ambiental como foco estratégico, como é o caso do estudo de Hassan; Mihalic (2000).

Para manter posição de mercado os destinos turísticos percebem a necessidade de diversificar a sua oferta a fim de captar a nova demanda de turistas preocupados com as questões ambientais. Nesse contexto, Hassan (2000, p.240) define a competitividade turística como “the destination’s ability to create and integrate value-added products that sustain its resources while maintaining market position relative to competitors”.

Nesse sentido, a competitividade turística passa a ser substancial ao desempenho e sucesso de destinos turísti-

cos. Tal afirmação pode ser ratificada pelo aumento considerável de estudos realizados sobre a competitividade turística, no entanto, é preciso apresentar clara e expressivamente a importância de mensurar a competitividade turística no sentido de despertar os esforços de cada destino na corrida pela competitividade.

Em seu estudo sobre as perspectivas de competitividade turística para o Brasil, Ritchie & Crouch (2010) discorrem sobre o que as North American destination management organizations - DMO's - como determinantes para a competitividade e sucesso de destinos turísticos sustentáveis.

Para entender essa relação, os autores realizaram uma pesquisa com gestores de destinos turísticos da América do Norte, Europa e em seguida, de outros continentes, a fim de discriminar os fatores determinantes da competitividade de destinos turísticos.

Percebeu-se a partir desse estudo algumas características do modelo de competitividade adaptado ao Brasil. O modelo apresenta duas estratégias de competitividade, a saber: vantagens comparativas – baseadas nos recursos dotados do país incluindo recursos naturais e culturais, infraestrutura e superestrutura – e a eficácia e eficiência com que o Brasil utiliza seus recursos dotados ou construídos.

É a partir dessas estratégias que a gestão da utilização de recursos do destino pode gerar desenvolvimento turístico e conseqüentemente criar vantagens competitivas. Juntas, as vantagens competitivas e comparativas são capazes de aumentar o potencial de competitividade do Brasil (RITCHIE & CROUCH, 2010).

Ao acompanhar o estudo dos referidos autores, é destacada a tendência de cooperações e parcerias como estratégia para aumentar a competitividade, essa relação estratégica de cooperação entre os competidores ou concorrentes recebe o nome de “coopetition” e é suscitada por autores como Santos, Ferreira e Costa (2014).

Direcionando a discussão para o estudo de Ferreras (2010) o conceito de competitividade turística é considerado bastante relativo e sua medição varia de acordo com as variáveis de referência, o que dá origem a diversas limitações. Ele explica que essas limitações são geradas pelo fato de que é apresentada uma série de fatores competitivos sem, no entanto, identificar os que são de fato determinantes críticos da competitividade turística. A partir dessa percepção, ele desenvolve um estudo sobre os Fatores Críticos de Êxito da Competitividade Turística sob o argumento de que eles direcionam os esforços e garantem rendimento competitivo de êxito.

Como resultados, o autor validou 35 Fatores Críticos de Êxito, dentre eles os de maior destaque foram: capaci-

dade de inovação, criatividade, singularidade e unicidade do destino, satisfação do cliente, recursos humanos, planejamento integral do destino, estudo, análise e monitoramento contínuo da evolução dos hábitos, motivações e comportamento da demanda, proteção dos recursos, políticas e práticas de gestão sustentável, fidelização do cliente, evolução das TIC's, entre outros.

Ainda nesse contexto de atributos da competitividade de destinos turísticos, Vieira & Hoffmann (2013) também identificaram uma lacuna na análise dos atributos determinantes para a competitividade. Na visão desses autores, o estudo de competitividade dos destinos brasileiros estimula o aumento da competitividade dos destinos e consequentemente distribui os fluxos de turistas, dinamizando a economia de todo o território.

Sob uma perspectiva do planejamento turístico como gerador de vantagens competitivas e, portanto, propulsor da competitividade turística os autores Ruiz e Gândara (2014) fazem relação entre planejamento urbano e competitividade turística partindo da ideia de que o turismo surge em compasso com as sociedades urbanas.

A respeito da competitividade de destinos maduros, Santos, Ferreira e Costa (2014) apontam fatores específicos que podem afetá-la adversamente como a falta de manutenção e modernização da infraestrutura existente, a dificuldade de criar uma visão compartilhada concernente ao desenvolvimento do turismo, a falta de cooperação entre stakeholders, a perda da vitalidade econômica do destino e os impactos sociais, culturais e ambientais sofridos pelo destino como impacto da atividade turística.

Em consonância com esses autores está o trabalho de Ruiz, Gândara & Chim-Miki (2015) que associa a competitividade urbana à competitividade turística a partir da análise dos quatro pilares da competitividade urbana sob uma perspectiva de competitividade e inovação territorial proposta pelo State of European Cities Report.

Eles abordam a importância da competitividade territorial urbana sob a alegação de que a competitividade turística é consequência de um território competitivo. Além disso, observa-se em contraste com os primeiros estudos sobre competitividade do início do século XXI que os estudos de competitividade têm apresentado diversas perspectivas seja econômica, industrial, sistêmica, conceitual, integrada, com indicadores de medida ou modelos empíricos.

Estudos mais recentes como a análise de Hanafiah, Hemdi e Ahmad (2016) estuda a relação entre performance turística e competitividade. Seu objetivo é identificar os determinantes da competitividade de destinos turísticos e descrever as relações entre os determinantes identificados.

A pesquisa foi realizada com base na The Association of Southeast Asian Nations formada por Indonésia, Malásia, Filipinas, Singapura e Tailândia. Tais países apresentam grande desenvolvimento turístico, porém, se deparam com obstáculos que afetam o seu nível de competitividade, como a ausência de conectividade, infraestrutura, maturidade de mercado, tipos de mão de obra e fraca relação colaborativa - *network*.

Diante de tantas limitações a Ásia precisava criar meios de elevar a sua competitividade, nesse contexto, inicia-se o incentivo de expedição de vistos de forma facilitada permitindo que os turistas viagem livremente entre seus países, além disso, a oferta turística começa a ser adaptada à classe média.

Através dos estudos anteriormente apresentados é possível perceber que a competitividade turística é influenciada por diversas variáveis e abrange inúmeras dimensões, o que torna difícil definir com precisão os vetores determinantes da competitividade turística.

Por exemplo, nem sempre os recursos ambientais serão garantia de competitividade turística, no caso da Ásia os países mais dotados de recursos naturais ficaram abaixo dos países menos dotados ambientalmente, mas que apresentam maior desenvolvimento econômico.

É importante salientar que esse continente utilizou estratégias que direta ou indiretamente influenciam a sua competitividade turística. Um bom exemplo é a sua situação geográfica, que favorece a oferta de preços competitivos já que seus concorrentes estão relativamente afastados.

No entanto, o decréscimo de competitividade de alguns países asiáticos indica a necessidade de observar a qualidade da infraestrutura turística, transporte, sustentabilidade ambiental, saúde e higiene. Aqui é perceptível a importância de mensurar a competitividade de destinos turísticos como um indicador de sustentabilidade para manter sua posição competitiva.

4 Conclusões

Embora o estudo esteja em processo de desenvolvimento, observa-se que a dinâmica e desenvolvimento da atividade turística gera a necessidade de estratégias competitivas como a cooperação e colaboração local para competir no mercado mundial, a melhoria da qualidade da informação para o planejamento turístico e a sustentabilidade social, ambiental e econômica para aumentar a competitividade de destinos turísticos.

Além disso, é possível inferir a importância crescente da competitividade para o desempenho de destinos tu-

rísticos dado o aumento das discussões a respeito da temática. Ademais, espera-se ao final do presente estudo a reunião de argumentos satisfatoriamente fundamentados que apresentem objetivamente a importância da competitividade turística, a fim de estimular a corrida pela competitividade entre os destinos através da adoção de estratégias de desenvolvimento, prospecção e posicionamento de destinos turísticos diante do cenário mercadológico.

Referências

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. **Journal of business research**, v. 44, n. 3, p. 137-152, 1999.

FERRERAS, A.; HUGO, V. Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. **Estudios y perspectivas en turismo**, v. 19, n. 2, p. 201-220, 2010.

HANAFIAH, M. H.; HEMDI, M. A.; AHMAD, I. Does Tourism Destination Competitiveness Lead to Performance? A case of ASEAN region. **Turizian: meduranodni znanstveno - strucni casopis**, v. 64, n. 3, p. 251-260, 2016.

HASSAN, S. S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. **Journal of travel research**, v. 38, n. 3, p. 239-245, 2000.

MIHALIČ, T. Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness. **Tourism management**, v. 21, n. 1, p. 65-78, 2000.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ed. Editora Feevale, 2013.

RITCHIE, J. R.; CROUCH, G. I. A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 5, p. 1049-1066, 2010.

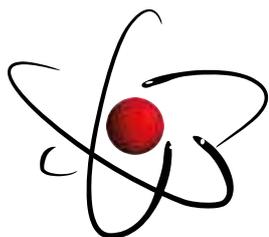
RUIZ, T. C. D.; GÂNDARA, J. M. O Planejamento Urbano e a Competitividade de Destinos Turísticos: uma análise desde a perspectiva do modelo de Dwyer e Kim. **Revista Turismo em Análise**, v. 25, n. 3, p. 580-607, 2014.

RUIZ, T. C. D.; GÂNDARA, J. M.; CHIM-MIKI, A. F. Destinos Turísticos como Territórios de Inovação: análise dos ve-

tores de competitividade urbana à luz dos pressupostos sugeridos pela união europeia, por meio do relatório "State of European Cities". **Turismo, Visão e Ação**, v. 17, n. 3, p. 758-784, 2015.

SANTOS, M. C.; FERREIRA, A. M.; COSTA, C. Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. **Tourism & Management Studies**, v. 10, n. 1, p. 73-81, 2014.

VIEIRA, D. P.; HOFFMANN, V. E. Competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos indutores do turismo brasileiro. **Revista Alcance**, v. 20, n. 3, p. 400-416, 2013.



PRÁTICAS TURÍSTICAS E GOVERNANÇA NA APA DE PIAÇABUÇU (ALAGOAS BRASIL)

Eduina Bezerra França⁴²; José Wellington Carvalho Vilar⁴³

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O turismo é uma prática social e econômica que por meio da apropriação do espaço natural e cultural pode gerar impactos ambientais. Práticas turísticas sob a ótica da governança, ou seja, a instância democrática e participativa, direciona as estratégias e as possibilidades de um turismo sustentável e pode contribuir para o desenvolvimento em várias escalas. O objetivo do presente artigo é identificar as práticas turísticas na APA de Piaçabuçu, situada no litoral sul de Alagoas. A metodologia do trabalho envolveu o uso dos seguintes instrumentos metodológicos: levantamento bibliográfico e documental, visita de campo e informações com agência de turismo local. A APA de Piaçabuçu possui um turismo desordenado que apresenta pontos negativos no tocante aos impactos ambientais e positivos no que se refere à geração de empregos, preservação cultural e oferta de lazer.

Palavras-chave: turismo, governança, unidade de conservação.

1 Introdução

No Brasil, a valoração e valorização dos espaços litorâneos tem influenciado à prática do turismo de forma expressiva e constante nas últimas décadas. O turismo é uma prática social e econômica que por meio da apropriação do espaço natural e cultural pode contribuir para o desenvolvimento na escala local, regional e nacional. No entanto, a ausência ou as dificuldades de implementação de políticas públicas e o uso desordenado do espaço tendem a degradar e modificar as paisagens e gerar conflitos. Nesse sentido, é necessário promover o desenvolvimento local com práticas turísticas sob a ótica da governança, ou seja, a instância democrática e participativa que direciona

as estratégias e as práticas turísticas locais.

O litoral de Alagoas possui grande potencial turístico, contempla diversos segmentos, com ênfase no modelo de sol e praia e no ecoturismo, e segundo os órgãos oficiais do Estado está dividido em quatro regiões: Costas dos Corais; Metropolitana; Lagoas e Mares do Sul; e Caminhos do São Francisco. Esse último setor da regionalização turística, inclui o município de Piaçabuçu, onde está localizada a Área de Proteção Ambiental (APA) de Piaçabuçu que compreende uma faixa litorânea com praias, campos de dunas e a foz do São Francisco. O turismo local se desenvolve a partir dos atributos de beleza cênica, da atratividade paisagística, de produtos e rotas turísticas e também pela força

42 Mestranda em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO/UFS); Bolsista CAPES; Membro do Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros (GESTAC/ IFS); Membro do Laboratório de Pesquisa e Extensão em Estudos Ambientais e Cartográficos (LEAC/ UNEAL); E-mail: eduina.franca@hotmail.com

43 Doutor em Ordenamento Territorial, Universidade de Granada (Espanha); Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe (PPGEO/ UFS); Professor do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR-IFS) E-mail: wvilar@yahoo.com.br

da cultura local e da gastronomia, uma vez que abriga o maior banco de camarões do Nordeste (ALAGOAS, 2015).

Nesse contexto, objetivo do presente artigo é identificar as práticas turísticas na APA de Piaçabuçu, situada no litoral sul de Alagoas. Atualmente, a referida APA enfrenta alguns desafios, quer seja, no tocante às políticas públicas voltadas para o turismo, monitoramento e participação dos envolvidos no gerenciamento costeiro, quer seja do ponto de vista das competências e de sua organização enquanto unidade de conservação (UC).

2 Metodologia

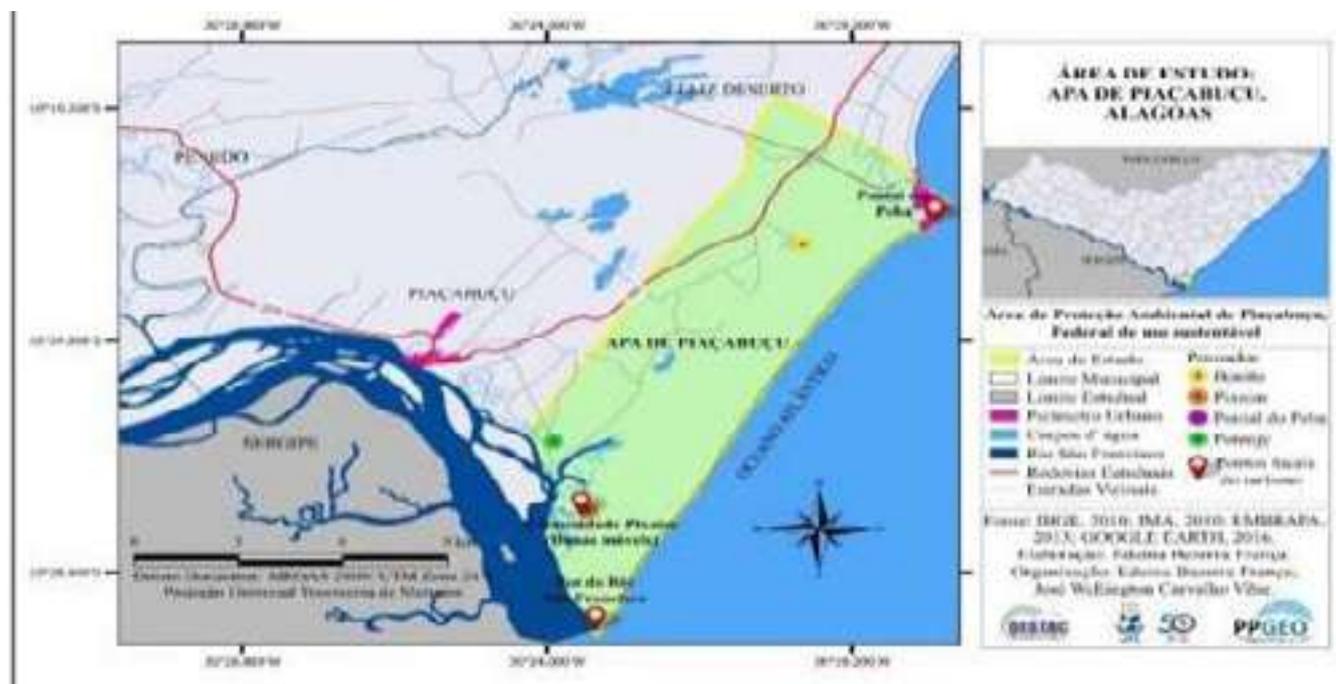
O desvelo da pesquisa se deu de forma exploratória, uma vez que esse tipo de investigação permite uma aproximação do pesquisador com o problema e a área estudada, com vistas a torná-lo mais preciso (MARCONI; LAKATOS, 2003; PRODANOV; FREITAS, 2013). Por se tratar de um planejamento flexível sob diferentes ângulos, envolveu o uso dos seguintes instrumentos metodológicos: levantamento bibliográfico e documental, visita de campo e informações com agência de turismo local. Foi

realizada também análise documental em órgãos públicos tais como: Instituto Chico Mendes da Biodiversidade (ICMBio), o Instituto do Meio Ambiente de Alagoas (IMA) e Governo do Estado de Alagoas.

A APA de Piaçabuçu é uma UC federal de uso sustentável, gerenciada pelo ICMBio, e criada em 1983 com o intuito de proteger quelônios marinhos e aves e possibilitar a fixação de dunas costeiras. A categoria APA visa conciliar os usos e ocupações do solo, possibilitando assim o ordenamento territorial (OT), entendido como política que busca coerência espacial com à realidade social.

A área abrange setores rurais e urbanas do município de Piaçabuçu, e as porções de terra mais adensadas demograficamente no interior da APA compreendem o Distrito Pontal do Peba e os povoados Potengy, Bonito e Pixaim. Vale destacar que o Pontal do Peba, o povoado Pixaim, com suas dunas móveis, e a foz do São Francisco são os pontos focais de práticas do turismo. Sua economia é movimentada principalmente pela atividade de pesca e complementada pelo turismo (ICMBIO, 2010; ALAGOAS 2015). (Figura 1)

Figura 3 - Mapa de Localização da Área de Estudo: Pontos focais de práticas Turísticas na APA de Piaçabuçu.



Elaboração: Eduina Bezerra França, 2018.

3 Resultados e Discussão

O turismo é um dos setores que mais dinamiza a economia nordestina, qualificado como veículo para o desenvolvimento regional sustentável devido ao potencial de geração de empregos e renda (MORAES, 2007). A partir

dos anos 80 o setor turístico no Brasil tem buscado incentivos governamentais e privados uma vez que a atividade tem esbarrado em estruturas e serviços deficitárias ou mesmo inexistente. Ademais, buscou-se a participação das comunidades locais envolvidas e diretamente impactadas

(MELO E SOUZA, 2007). Seja como for, é preciso considerar que o bom funcionamento do território contribui fortemente para o sucesso da atividade e ao mesmo tempo requer práticas da governança que depende da reciprocidade de interesses, sobretudo das parcerias em relação a colaboração preexistente nos processos decisórios.

Conforme Ferrão (2010), a governança pressupõe uma democracia de soluções possibilitando maiores participações e deliberações. Ainda para o referido autor, os mecanismos de governança no contexto das políticas de ordenamento territorial e turístico refletem uma visão colaborativa e estratégica que pressupõem maior cooperação entre atores tanto de base territorial quanto setorial.

Assim sendo, a governança abrange as instâncias que vão além do Estado, a capacidade de articulações e interação participativa entre comunidade, instituições privadas e públicas, sociedade civil e políticas públicas.

Os maiores desafios ao se estabelecer a governança no setor turístico, sobretudo na gestão costeira e de UC, estão vinculados à falta de descentralização e participação. Conforme Costa e Toni (2007), o turismo impõe inúmeros obstáculos para a governança, entre eles destacam-se o fluxo frente ao tamanho da população dos destinos, os espaços vulneráveis e os conflitos ambientais que dificultam o seu desenvolvimento, gerando desafios estratégicos para cada segmento. (Quadro 1).

Quadro 1 - Características Turísticas e os desafios para governança dos destinos turísticos.

Dependente de outros setores e outros recursos (natural, cultural, econômico)	Integração de processos de planejamento, identificação de valores e limites de mudanças aceitáveis
Focado em certas localidades, ecossistemas frágeis e culturas sensíveis	Identificação e proteção de fatores chaves (patrimônio natural e cultural, permissão de acesso)
Turistas não são normalmente familiarizados com as normas e valores locais	Controle do turismo e turistas, monitoramento de conduta, mudança de público. Definição de limites e educação de locais e turistas para os limites locais
Turismo divide infra-estrutura com outros setores	Planejamento de infra-estrutura para atender a turistas e locais
Turistas e operadores são aversos ao risco e dispõem de grande mobilidade	Antecipação e prevenção de incidentes que podem prejudicar o turista e o setor
Turistas têm demandas específicas	Controle de importação de bens e serviços para o turismo e desenvolvimento de produtos locais
Significativas diferenças de status econômicos entre turistas e locais	Considerações de equidade, controle de impactos sociais negativos
O setor é composto por inúmeros agentes	Facilitação de cooperação entre setor privado, governo, comunidade e impulso às iniciativas de cooperação
Propriedade e gestão por parte de estrangeiros ou forasteiros	Controle de impactos na economia, benefícios revertidos para o local, imagem do destino
Destinos turísticos podem ultrapassar fronteiras jurisdicionais	Desenvolvimento de instituições que tratem de questões supra-fronteiriças
Para muitos turistas, um dos maiores valores está na liberdade de ação e acesso	Implementação de controles que respeitem valores locais e não ofendam visitantes
O turismo possui um controle muito disperso	Definição de líderes, responsáveis e modos de articulação

Fonte: Mannig (1998). Adaptado por Costa e Toni (2007).

O turismo de Piaçabuçu teve início na década de 80, e se fortaleceu no final da década de 90 com as embarcações locais que se convertiam em meio de transporte para as excursões de visitantes com destino à foz do rio São Francisco, um atrativo natural valorizado e conhecido nacional e internacionalmente. Inicialmente, esse fortalecimento se constituiu a partir de um projeto social formado por guias mirins nativos que posteriormente resultou na

fundação da Associação de Informantes de Turismo de Piaçabuçu/ AL (AITP) (TORRES E RAMOS, 2015).

O turismo tem grande potencial para práticas de preservação e conservação na APA de Piaçabuçu, no entanto a atividade ainda é carente de regulamentação e normatização e aponta características de um turismo desordenado que promove a degradação e gera conflitos de uso e ocupação do espaço (ICMBIO, 2010).

A APA de Piaçabuçu possui um índice muito elevado de potencial turístico, e incide também sobre o Pontal do Peba sob domínio de coco, da pesca e da praia como forte elemento de atração no segmento (ANDRADE E CALHEIROS, 2003). O turismo se estende a três setores espaciais de abrangência: o Pontal do Peba, a foz do rio São Francisco e a comunidade Pixaim com suas dunas móveis.

O Pontal do Peba possui 25km² composto de faixa de praia, dunas arenosas, gramíneas, mata de restinga, lagoas costeiras e manguezais (ICMBIO, 2010). O lugar apresenta procura pelos turistas em decorrência da oferta de tranquilidade, de lazer, da natureza dominada pela praia e pelas dunas, da pesca e da aposta na cultura familiar local. Geralmente a estadia é localizada na casa de amigos e/ou residências particulares, mas alguns optam por pousadas (ECKERT, 2017).

De acordo com ECKERT (2017), são identificados três tipos de turistas no Pontal do Peba: turistas que utilizam casas de veraneio de terceiros (casas alugadas) ou pousadas; turistas de segunda residência que utilizam a casa de veraneio em finais de semana, feriados ou período de férias; e turistas excursionistas que utilizam a praia durante o dia, permanecendo menos de 24h. Para o referido autor, a atividade no Pontal do Peba é desordenada e se faz necessário políticas e ações dos setores públicos e privados para o desenvolvimento local que abordem a educação e a conservação ambiental, bem como informe sobre a proteção e preservação da área.

A praia do Pontal do Peba pode ser caracterizada como turismo de sol e praia constituída de atividades de recreação, entretenimento e/ou descanso em função da presença de água, sol e calor, em relação direta com a pesca artesanal. Além disso, as características do turista compreendem os usuários da praia motivados pelo descanso, lazer, novas experiências e vivências interativas com participação da comunidade local (BRASIL, 2010).

A foz do rio São Francisco atrai turistas de diferentes partes do mundo e é a área que possui maior fluxo turístico na APA durante o ano. A comunidade Pixaim por ser mais próxima à foz e se localizar sobre o campo de dunas manifesta nos turistas o interesse de visita ao local. “Quando o ponto de vista é a foz do São Francisco, Pixaim quase sempre escapa à busca panorâmica, pois inscreve-se discretamente como uma lacuna da paisagem no olhar do viajante” (ZAMBI, 2017, p. 127).

A foz do rio São Francisco é um destino turístico consolidado, mas por não haver fiscalizações e controle no espaço muitas agências comercializam o produto sem restrições. A falta de planejamento e monitoramento gera

sérios impactos ambientais negativos. Em contrapartida, a área favorece o contato direto entre o visitante com a natureza e com a cultura local que se processa através da culinária, do contato com as comunidades ou pela vivência com os artesões.

O povoado Pixaim, com seu vasto campo de dunas, provoca a curiosidade de muitos visitantes que se revela pela capacidade de entender as ações da natureza e pela preservação e composição de uma paisagem singular habitada. “Pixaim coloca-se como um lugar privilegiado para se identificar emblemas, símbolos e sinais que representam o povoado, nos ambientes virtuais e físicos, que se destinam à promoção do turismo ecológico” (ZAMBI, 2017, p. 130).

Vale salientar que existem inúmeras possibilidades para chegar até as localidades da foz e da comunidade que depende do local de partida do viajante. A maioria dos turistas vão até a cidade de Piaçabuçu, são conduzidos de barco até à foz e seguem destino à comunidade, outros, optam por sair de Penedo de barco em direção à foz, ou ainda preferem sair de Pontal do Peba no passeio de buggy passando entre as dunas e a comunidade com destino à foz do rio São Francisco.

Atualmente, as agências de Sergipe e Alagoas são responsáveis por fazer o trajeto com o turista, uma vez que se faz necessário o uso de transportes específicos. Assim sendo, são ofertados os seguintes meios de transporte para deslocamento turístico: passeio de barco, passeio de lancha, passeio da rota dourada e da rota dourada plus, esse último é identificado como o mais completo com passeio de buggy e barco, paradas para desfrutar as dunas (Ski Bunda e Ski Pança) e visitar a comunidade Pixaim, geralmente acompanhada de almoço com pratos regionais.

Conforme o zoneamento proposto no Plano de Manejo da APA, foram definidos os seguintes espaços e tipos de turismo: zona de turismo ecológico que abrange a foz do rio São Francisco e possibilita a contemplação da paisagem, a caminhada, educação ambiental e o banho; zona de turismo socioambiental comunitário que se estende a comunidade quilombola, no povoado Pixaim, local que abrange o ecossistema de dunas móveis e que permite trilhas interpretativas, educação ambiental, turismo apenas de base comunitária, pesquisa, contemplação de aves e paisagem, além de poço de água potável e instalações de módulos sanitários de forma adequada para o local (ICMBIO, 2010); e Zona de turismo de sol e praia no Pontal de Peba. Nesse contexto, a APA de Piaçabuçu pode ser interpretada por três tipologias turísticas: turismo ecológico, turismo socioambiental comunitário e turismo de sol e praia (Figura 2).

Figura 2 - Mapa de identificação turística.



Fonte: ICMBIO, 2010. Adaptação: Eduina Bezerra França, 2018.

De acordo com o Plano de Manejo, são os seguintes pontos frágeis e desordenados territorialmente na APA: as ocupações; o comércio e o turismo na Foz do São Francisco sem controle, o tráfego intenso de automóveis na praia em especial no Pontal do Peba e a possível ameaça da especulação imobiliária que pode transformar a região em um turismo de massa e comprometer as condições de Preservação da APA (ICMBIO, 2010).

4 Conclusões

O aumento do fluxo turísticos pode acarretar em quadros problemáticos no setor ambiental, estrutural e simbólico, tais como perda de identidade natural/ambiental e sociocultural. Esse cenário repercute no (des)ordenamento territorial e implica na necessidade de novas práticas gerenciais e configurações organizacionais que possibilitem uma gestão mais democrática e participativa em áreas de proteção ambiental e que atenda o interesse turístico, com o intuito da proteção da natureza e conservação dos recursos naturais e culturais.

A APA de Piaçabuçu apresenta problemas de usos, ocupações e práticas turísticas desordenadas tais como: impactos ambientais, ocupações irregulares, tráfego intenso de automóveis em praias e comércio e turismo descontrolado. São pontos fortes em termos de turismo a geração de empregos e a perspectiva de preservação

cultural e de conservação do meio ambiente.

Referências

ALAGOAS. Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio. **Propostas para o desenvolvimento de um turismo sustentável em Alagoas/Alagoas**. Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio. – Maceió: SEPLAG, 2015.

ANDRADE, Esdras de Lima; CALHEIROS, Silvana Quintella Cavalcanti. Áreas potenciais para o turismo no litoral sul alagoano. Uma análise preliminar por geoprocessamento. **Anais XI SBSR**, Belo Horizonte, Brasil, 05-10 abril 2003, INPE, p. 543-550.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Sol e Praia: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2.ed., Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

COSTA, Helena Araújo; TONI, Fabiano. Desafios para governança em destinos turísticos e roteiros integrados.

Anais do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, ANP-TUR, UAM- 27 a 28 de agosto de 2007.

ECKERT, Natali Oliveira Santos. **Percepção ambiental: um estudo do significado das tartarugas marinhas no Pontal do Peba, Alagoas.** 2017. 116f. Dissertação (Mestrado em Saúde e Ambiente)- Universidade Tiradentes, Programa de Pós-Graduação em Saúde e Ambiente, Aracaju, 2017.

FERRÃO, João. Governança e ordenamento do território. Reflexões para uma governança territorial eficiente, justa e democrática. **Prospectiva e planejamento**, v. 17, 2010, p. 129-139.

ICMBio- Instituto Chico Mendes de Biodiversidade. Área de Proteção Ambiental, Plano de Manejo. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO E SOUZA, Rosemeri. **Redes de monitoramento socioambiental e tramas da sustentabilidade.** São Paulo: Annablume; Geoplan, 2007.

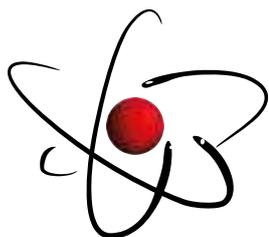
MORAES, Antônio Carlos Robert. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil. Elementos para uma geografia do litoral brasileiro.** 2. ed., São Paulo: EDUSP-HUCITEC, 2007.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do Trabalho Científico [recurso eletrônico]: **métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

TORRES, Francismara Costa; RAMOS, Silvana Pirillo. Conduzindo visitantes na foz do rio São Francisco: o caso de associação dos informantes de turismo de Piaçabuçu-AL. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**, Ano XVII, ed. especial, Salvador, BA, dez. 2015, p. 574-589.

ZAMBI, Maria Madalena. **Representações moventes: um estudo sobre Pixaim, a comunidade das dunas da**

foz do rio São Francisco, AL. 2017. 179f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.



REDETUR – REDE DE APOIO INTEGRADO AO TURISMO QUILOMBOLA DE BASE COMUNITÁRIA NO MÉDIO JEQUITINHONHA/MG

Luciana Priscila do Carmo⁴⁴; Ludimila de Miranda Rodrigues Silva⁴⁵; José Antônio Souza de Deus⁴⁶

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Turismo de Base Comunitária (GTBC)

Resumo:

Este artigo objetivou investigar o processo de formação da REDETUR - Rede de Apoio Integrado ao Turismo de Base Comunitária, desenvolvido juntamente a Comunidades Quilombolas dos municípios de Berilo, Chapada do Norte e Minas Novas, situadas na Mesorregião do Vale do Jequitinhonha, que se destacam pela manifestação cultural afro-descendente em uma das regiões de maior concentração de comunidades quilombolas do estado de Minas Gerais e de menores Índices de Desenvolvimento Humano. Por meio de metodologia qualitativa utilizamos de procedimentos metodológicos da observação participante, trabalhos de campo e estudo de caso envolvendo um grupo focal, além do método Etnogeográfico para interpretação dos dados. Como resultado procurou-se desenvolver uma análise sobre as propostas de Etnodesenvolvimento comunitário e regional, pensando o Etnoturismo como estratégia Etnopolítica e de geração de renda complementar, como tentativa de diminuir os altos índices de êxodo rural para o trabalho sazonal dos quilombolas para outros estados do Brasil.

Palavras-chave: turismo de base comunitária, governança local em rede, etnodesenvolvimento.

1 Introdução

Na contemporaneidade a intervenção em redes vem se despontando como princípio ordenador das políticas sociais e iniciativas de base comunitária, e também se incorporando na gestão de organizações e movimentos sociais. Isso ocorre partindo dos princípios da coletividade

e solidariedade entre mais de uma organização ou pessoa (física ou jurídica), formalizada ou não, e que tenham interesses comuns.

No tema específico da atividade turística de base comunitária, uma rede depende da intersectorialidade, que envolve, neste estudo de caso, o diálogo e a união de re-

44 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia pelo Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), membro do GECES - Grupo de Estudos Culturais e Etnogeográficos vinculado ao Laboratório de Geografia Agrária e Agricultura Familiar do Departamento de Geografia - IGC/ UFMG e Núcleo TERRA & SOCIEDADE - Núcleo de Estudos em Geografia Agrária, Agricultura Familiar e Cultura Camponesa (CNPq-BR). – IGC/ UFMG e Turismóloga pela PUC Minas. E-mail: lupriconsultoria@gmail.com

45 Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Geografia pelo Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), membro do GECES - Grupo de Estudos Culturais e Etnogeográficos vinculado ao Laboratório de Geografia Agrária e Agricultura Familiar do Departamento de Geografia - IGC/ UFMG e Núcleo TERRA & SOCIEDADE - Núcleo de Estudos em Geografia Agrária, Agricultura Familiar e Cultura Camponesa (CNPq-BR). – IGC/ UFMG, Geógrafa e Mestre em Geografia pela UFMG. E-mail: ludimilardrigues86@gmail.com

46 Professor Doutor em Ciências (Geografia – UFRJ). Docente do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Líder de Pesquisa do GECES - Grupo de Estudos Culturais e Etnogeográficos vinculado ao Laboratório de Geografia Agrária e Agricultura Familiar do Departamento de Geografia - IGC/ UFMG e Núcleo TERRA & SOCIEDADE - Núcleo de Estudos em Geografia Agrária, Agricultura Familiar e Cultura Camponesa (CNPq-BR). – IGC/ UFMG. E-mail: jantoniosdeus@uol.com.br

presentantes do setor público, empresários e comerciantes, além da sociedade civil organizada e de cidadãos autônomos. Contextualizando:

O turismo de base comunitária (TBC), ou turismo comunitário, se consolidou na última década no Brasil como um modelo de desenvolvimento do turismo centrado nos recursos (humanos, naturais, de infraestrutura) endógenos. Nesta proposta, a comunidade local participa diretamente da concepção, desenvolvimento e gestão do turismo (FABRINO, 2003, p.14).

Outra característica marcante das metodologias de articulação de redes (e em redes), que se consolidam no contexto da globalização, e que se expandem desde os centros urbanos até às comunidades rurais e tradicionais, é a racionalização da lógica econômica. Este diferencial parte da necessidade de união, não apenas pelo sentido da solidariedade humana já mencionada, mas também pela necessidade de otimização de recursos humanos e redução de custos, e até de evitar retrabalho, já que os membros de uma rede passam a contar com os recursos dos parceiros, tais como o conhecimento técnico, a infraestrutura que oferecem às relações políticas, ao trabalho voluntário, entre outras formas de autoajuda.

A ação do turismo por meio de redes comunitárias na concepção de Lustosa e Almeida (2011) consiste em:

(...) apoiar processos associativos os quais articulam eficazmente a oferta de serviços; busquem uma inserção competitiva nos mercados e exercitem o uso sustentável do patrimônio comunitário e a melhoria da capacidade de auto-gestão no âmbito organizacional, qualificando os recursos humanos envolvidos e os líderes de uma nova geração (LUSTOSA & ALMEIDA, 2011, p. 100).

A competitividade da rede, em relação ao objeto que reúne as partes, se concretiza por meio da cooperação mútua e alinhamento de ações, e não da competição entre os participantes. Dentre os princípios da rede, em análise neste estudo de caso, está o da Economia Solidária (ES):

A busca por alternativas ao modelo socioeconômico dominante no mundo atual são cada vez mais frequentes, assumindo diferentes nomenclaturas e posicionamentos para expressar suas propostas e seus planos de ação. ES é uma das

expressões mais usadas, mas são empregados também termos como socioeconomia, economia social, redes de colaboração solidária, empresas autogestionárias, entre tantas outras, e que ainda que apresentem divergências, possuem elementos comuns que os aproximam e aumentam o seu arcabouço. (BORINELLI *et al*, 2010, p.1)

Alinhada às propostas de organização do turismo de base comunitária e aos princípios da economia solidária, pode-se desenvolver uma análise sobre as propostas de gestão comunitária e governança local para o Etnodesenvolvimento comunitário e regional, pensando o Etnoturismo como estratégia Etnopolítica e de geração de renda complementar para as comunidades envolvidas com projetos de TBC e seus respectivos municípios, inclusive como tentativa de diminuir seus altos índices de êxodo rural.

No caso das comunidades quilombolas que são reconhecidas pela Constituição Federal (Brasil, 1988), mas que apenas no ano de 2005, por meio do Inciso V da Emenda Constitucional nº 48, que foi incluída a “valorização da diversidade étnica e regional”, no 3º Parágrafo do Art. 215:

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. § 1º O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. (BRASIL, 1988)

Estrategicamente o Etnoturismo estaria, dentro das formas de organização do turismo, e hipoteticamente atendendo, de forma mais justa e adequada, respeitando as especificações comunitárias, mas também às especificações de uma cultura diferenciada. Nas pesquisas realizadas por Deus (2011), postula-se que se faz necessário criar e recriar oportunidades para comunidades quilombolas (assim como indígenas), estarem desenvolvendo (...)

(...) estratégias de sobrevivência ao contato em seu cotidiano, de um código cultural próprio.” [observando-se] “também um processo de tomada de consciência e de iniciativa política de muitas sociedades, com a crescente reafirmação de sua identidade étnica e soberania territorial” (DEUS, 2011, p. 6)

O Etnodesenvolvimento seria uma forma alternativa de se entender a organização social, pautada na manutenção da cultura de forma sustentável, e que haja um processo de auto-reconhecimento das potencialidades locais para a autonomia das comunidades. As mesmas estariam frente às tomadas de decisão para escolherem qual o tipo de desenvolvimento elas desejam para suas realidades. Vale ressaltar que, para que haja Etnodesenvolvimento, pressupõe-se que existam “(...) as condições necessárias para que a capacidade autônoma de uma sociedade culturalmente diferenciada possa se manifestar, definindo e guiando seu desenvolvimento” (VERDUM, 2006, p. 73).

Desta forma o artigo propôs realizar o estudo de caso da formação da ‘REDETUR - Rede de Apoio Integrado ao Turismo de Base Comunitária’, no recorte territorial do Médio Jequitinhonha. Esta REDETUR foi articulada dentro das ações do projeto social ‘Agentes Quilombolas Socioambientais: o turismo como geração de renda complementar no Médio Jequitinhonha’, realizado pela equipe da ONG CEDEFES – Centro de Documentação Eloy Ferreira da Silva (2015).

A proposta de se formar a REDETUR foi com o objetivo de unir diversos atores sociais (pequenas e grandes empresas, comerciantes, gestores públicos, ONGs, artesãos, produtores rurais, vereadores, artistas locais, comunidades, monitores de turismo local, igrejas, instituições de ensino, etc), para o apoio integrado à formatação de roteiros turísticos nos territórios da “Rota dos Quilombos”. Por meio da mobilização de parcerias empreendedoras, políticas públicas e do fortalecimento dos destinos envolvidos, a proposta foi de promover assim a valorização do patrimônio cultural, socioambiental, o desenvolvimento local e a geração de renda por meio da atividade turística de base comunitária e da produção local a ela associada.

Neste contexto, este artigo tem como objetivo principal investigar o processo de formação da REDETUR da “Rota dos Quilombos” e seu papel Etnopolítico, com o envolvimento dos três setores da sociedade junto à temática quilombola, para que, após um diagnóstico prévio e um planejamento estratégico participativo, os municípios de Berilo, Chapada do Norte e Minas Novas fossem inseridos em uma proposta efetiva de Turismo de Base Comunitária, que se organizasse junto a comunidades tradicionais remanescentes de quilombos, inseridas nos três municípios mineiros envolvidos, e levassem para suas pautas de discussão sobre (etno)desenvolvimento, investimentos e políticas públicas prioritárias, se tornando instrumento para a valorização e fortalecimento da cultura quilombola em rede e, conseqüentemente, tentasse provocar condi-

ções alternativas para sua permanência em seu território. Para estas análises seguem as especificações da metodologia utilizada.

2 Metodologia

Esta pesquisa de investigação iniciou-se pela autora deste artigo, concomitantemente à realização de um projeto social, realizado por uma Organização da Sociedade Civil sem fins lucrativos – o CEDEFES, realizado entre em 2011 e 2012 nos municípios de Berilo, Chapada do Norte e Minas Novas – Mesorregião do Vale do Jequitinhonha/MG - e perdurou-se por meio da observação participante, trabalhos de campo e sistematização de dados qualitativos, obtidos com a continuidade do projeto nos anos de 2013 a 2015, durante oficinas de planejamento participativo e levantamento de oferta turística.

A observação participante esteve presente durante as oficinas de formação em comunidades quilombolas, de gestores públicos e de formação de rede tripartite, sendo cada um destes grupos tratados como grupos focais para a identificação dos entraves, desafios e potencialidades para a formatação e comercialização dos roteiros turísticos de base comunitária em comunidades quilombolas. A observação participante pode ser concebida então, enquanto parte inicial desta pesquisa empírica, como (...)

(...) uma ciência pautada nessa metodologia e na reflexão sobre seu próprio fazer-se só poderia se autocompreender como uma ciência modesta, que se reconhece enquanto apenas uma interpretação possível da realidade, passível de crítica; uma ciência que reconhece a intervenção da subjetividade do pesquisador/a, na produção e na análise da informação, afinal trata-se de uma ciência dialógica, no sentido de que as informações sobre as quais se pauta são produzidas na interação entre sujeitos – pesquisador/a e informantes. (TURRA NETO, 2012, p. 243)

Também houve análise durante seminários municipais sobre associativismo rural e de turismo de base comunitária realizados durante e após o projeto social (com a articulação da equipe do projeto), e audição e priorização de demandas levadas pelos quilombolas em reuniões das associações comunitárias e quilombolas, além de encontros municipais e estaduais de mulheres e juventude quilombolas. A articulação de lideranças quilombolas da REDETUR foi apoio fundamental para o Encontro Quilombola que deu origem à iniciativa de criação da COQUIVA-

LE – Comissão das Comunidades Quilombolas do Vale do Jequitinhonha para apoio regional à Federação das Comunidades Quilombolas de Minas Gerais.

3 Resultados e Discussão

Diante dos relatórios técnicos consultados nos registros da ONG CEDEFES (2015), a equipe do ‘Projeto Agentes Quilombolas Socioambientais’ realizou formações periódicas entre 2013 e 2015 (em continuidade ao primeiro projeto de formação de jovens quilombolas entre 2011 a 2012), envolvendo diretamente 12 comunidades quilombolas para o planejamento, gestão e execução da atividade turística em seus territórios quilombolas, com todas as especificidades da ‘Rota dos Quilombos’ (produto turístico quilombola autogerido pela REDETUR) e juntamente a estas formações em cada comunidade houve a necessidade de se realizar a articulação e mobilização intersetorial da REDETUR para que houvesse a perspectiva de sustentabilidade da atividade turística, principalmente após o término das ações do projeto, e inclusive na consolidação de tais roteiros, em médio e longo prazo, como alternativa real de geração de renda complementar e alternativa e para o etnodesenvolvimento local.

Toda a dinâmica do TBC, proposta pelas oficinas de formação de redes, foram bem absorvidas pelas comunidades quilombolas participantes durante os últimos cinco anos. Houve momentos de descontinuidade das ações por motivações diferentes: desde problemas pessoais relacionados às referências comunitárias (os nós da rede) e dos participantes da REDETUR, que se posicionaram como elos da gestão, até as dificuldades de comunicação (o uso de internet e do aplicativo *whatsapp* em *smartphones*, pela população local, tem facilitado o diálogo desde 2017). Outro fator limitante está relacionado à falta de transporte coletivo para se realizarem reuniões periódicas. O contexto dos três municípios envolvidos é de que são interligados por um trecho de quarenta quilômetros de uma rodovia “BR 367”, que não é asfaltada (então denominada de ‘estrada’ pelos locais), e isto contribui muito para a desarticulação em rede intermunicipal.

Nos relatórios da autora, quando ainda era contratada como Turismóloga pela ONG CEDEFES (2011 a 2015), a REDETUR iniciou um diálogo entre comunidades quilombolas de uma mesma região, com perfis socioeconômicos e socioculturais parecidos. Historicamente estas comunidades envolvidas na REDETUR passam por um processo de:

(...) reafirmação cultural, (re)criação e resistência de identidades; identificando-se nesse con-

texto, várias subjetividades sociais e, podendo, paralelamente, se transformar numa ‘marca comercial’, que proporciona meios para a própria permanência das pessoas e, conseqüentemente, da arte, da cultura e valorização do território histórico-cultural das comunidades quilombolas de forma empreendedora. (DEUS & CARMO, 2016)

A organização comunitária teve demonstrações claras de desenvolvimento progressivo de valorização da cultura quilombola local, e de empreendedorismo social e coletivo. Alguns testes que foram realizados para os receptivos comunitários e familiares mediante organização de uma ‘Visita de Familiarização Turística’ (FAMTUR), ao final do ‘Projeto Agentes Quilombolas Socioambientais’ e, posteriormente, algumas famílias já receberam pequenos grupos de visitantes e turistas em suas casas e comunidades. Estas iniciativas estão sendo analisadas coletivamente pela REDETUR em Reuniões Técnicas e Seminários de TBC Locais.

Atualmente as comunidades participantes da REDETUR estão reorganizando seus roteiros turísticos (levantados em 2015), devido ao aumento do esvaziamento das casas, e visto que várias famílias estão optando pela migração permanente para centros urbanos, onde antes se ofereciam apenas o trabalho temporário e sazonal. Um dos maiores desafios será a gestão das águas escassas e captadas de chuva para atenderem tanto os moradores como os turistas e a produção rural para sobrevivência e geração de renda.

4 Conclusão

Os maiores entraves para a comercialização dos roteiros e o alcance do objetivo de gerar renda complementar se deram por falta de segurança jurídica mediante a contratação dos serviços, na ausência de uma pessoa jurídica responsável ou co-responsável pela comercialização dos roteiros e autogestão de divisas geradas. Esta situação é conflituosa diante de todos os princípios e conceitos adotados pelo TBC proposto, pois os comunitários são, em sua maioria, assegurados especiais pelo INSS enquanto trabalhadores rurais (e quilombolas) e a simples organização enquanto microempreendedores individuais, ou cooperativas de turismo, por exemplo, com o intuito de formalização da atividade turística, pagamento dos impostos de ISSQN, ICMS e emissão de possíveis notas fiscais, os desestabilizariam, lembrando que a atividade de TBC é sazonal e se desenvolve em médio e longo prazo, não sendo uma opção vantajosa abandonar o trabalho contínuo e tradi-

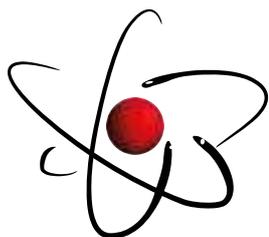
cional de camponeses, lavradores e artesãos.

Outra discussão é que as associações quilombolas e comunitárias não poderiam gerir os recursos arrecadados por prestação de serviços, caracterizando a necessidade de mudança da natureza jurídica das associações para cooperativas de trabalho, fugindo assim de um dos focos de objetivos sociais do TBC, além de que nem sempre haverá a quantidade necessária de cooperados em cada comunidade para se formar uma cooperativa. Este empreendimento teria que ser articulado em maior número de comunidades, de forma que atendesse a lógica jurídica e empreendedora de uma Cooperativa. Pode ser uma alternativa viável em futuro próximo, mas considerando-se a falta de infraestrutura de transporte coletivo na região, as grandes distâncias entre as comunidades, sedes e municípios e ainda a existente dificuldade de comunicação via internet e telefonia celular (pois são operadoras de telefonia de celulares diferentes que atendem os três municípios), os desafios são grandes.

Por fim, a necessidade de instrumentos, que organizem de forma justa as relações comerciais entre comunidades e comunitários comprometidos com o TBC, vai além de acordos verbais e de uma REDETUR informal. Um regimento interno talvez fosse uma das estratégias de prevenção de futuros conflitos internos na divisão dos 'ganhos' e 'comissões', diante das especificidades de comunidades tradicionais e quilombolas, em que seu patrimônio material e imaterial se confunde com sua principal matéria prima para a atratividade turística. Uma das estratégias da REDETUR da 'Rota dos Quilombos' tem sido efetivar parcerias com as Câmaras de Vereadores e terem membros participativos nos diversos Conselhos Municipais dos municípios levando as demandas detectadas em rede para os espaços formais de participação e deliberativos.

Referências

- BRASIL. **Constituição Federal Brasileira**. 1988.
- BORINELLI, Benilson; SANTOS, Luis Miguel Luzio dos. Economia Solidária: Propostas e Perspectivas. p.1-23. In BORINELLI et al. (Orgs.) **Economia solidária em Londrina aspectos conceituais e experiência institucional**. Universidade Estadual de Londrina – UEL. Londrina. 2010. 224 p. Il.
- CEDEFES. **Relatórios Técnicos da Equipe do projeto Agentes Quilombolas Socioambientais: o turismo como geração de renda alternativa no médio Jequitinhonha**. Documentos disponíveis (no prelo) no arquivo físico do Centro de Documentação Eloy Ferreira da Silva - CEDEFES. 2015.
- DEUS, José Antônio Souza. Identidade, Etnicidade e Paisagens Culturais Alternativas no Vale Do Rio Doce/ Minas Gerais- Brasil. **Revista Geográfica de América Central** - Costa Rica: Número Especial EGAL. II Semestre 2011 pp. 1-14
- DEUS, José Antônio Souza de. CARMO, Luciana P. do. ROTA DOS QUILOMBOS: Identidade Quilombola, Etnodesenvolvimento e Paisagens Culturais no Vale do Jequitinhonha/ Minas Gerais – Brasil. 4º COLÓQUIO IBERO-AMERICANO PAISAGEM, PATRIMÔNIO E PROJETO. Novembro, 2016. IEDS/ Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte/ MG, 16p. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <<http://www.forumpatrimonio.com.br/paisagem2016/artigos/pdf/185.pdf>>. Acesso em 10 outubro 2018.
- FABRINO, Nathália Hallack. **Turismo de Base Comunitária: Dos conceitos às práticas e das práticas aos conceitos**. Centro de Desenvolvimento Sustentável. Universidade De Brasília – UnB. Brasília/DF 2003. (Tese, doutorado). Disponível em <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/14215/1/2013_NathaliaHallackFabrino.pdf>. Acesso em 10 outubro 2018.
- LUSTOSA, Isis Maria Cunha; ALMEIDA, Maria Geralda de. Os territórios emergentes de turismo e as redes de turismo comunitário: o caso da Terra Indígena 'Lagoa Encantada' do povo Jenipapo-Kanindé, Ceará, Brasil. **PA-SOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 9(3). Special Issue. 2011.p. 95-104.
- TURRA NETO, Nécio. Vivendo entre jovens: a observação participante como metodologia de pesquisa de campo. **Revista Terr@Plural**. Ponta Grossa/SP: v.6, n.2, p. 241-255, jul/dez, 2012.
- VERDUM, Ricardo. **Etnodesenvolvimento: Nova/Velha utopia do Indigenismo**. Brasília. DF: Programa de Pesquisa e Pós Graduação sobre as Américas - CEPPAC do Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Brasília. DF. 2006. (Tese, doutorado).



ROTEIRO DE TURISMO RURAL: CAMINHOS DA SERRA DE ITABAIANA INSERIDOS NA INOVAÇÃO SOCIAL

Ellen Monique Carvalho Fonseca⁴⁷ ; Itala Margareth Ranyol Aben-Athar⁴⁸

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI).

Resumo:

O comportamento do consumidor do turismo tem vindo a alterar-se intensamente levando ao desenvolvimento de um mercado mais especializado e sofisticado, centrado nas atividades específicas que podem ser desenvolvidas a nível local. As inovações voltadas a área dos serviços do turismo concentram-se mais no âmbito social ou organizacional, diferente da indústria onde é dada maior importância às inovações tecnológicas. Neste artigo apresentamos um case de estudo sobre a introdução ao nível de inovação com a implementação de um Roteiro de Turismo Rural, intitulado de Caminhos da Serra de Itabaiana encontrado na região agreste sergipana, que contempla três municípios: Areia Branca, Itabaiana e Moita Bonita. Desta forma será elaborado um mapa de deslocamento; a criação de uma marca; elaboração de estratégias de promoção e comercialização e, por fim, produção de um relatório para solicitação de marca junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Palavras-chave: inovação, turismo rural, agreste sergipano.

1 Introdução

Diversos fatores contribuíram para a inserção do turismo no espaço rural, a exemplo da desagregação das sociedades rurais, da intensificação da globalização e da modernização da agricultura, desencadeando crises agrárias. Neste cenário, os produtores rurais necessitaram atender a estas transformações e buscaram alternativas econômicas, que iam além das atividades no campo sem que afetasse a produção agrícola, iniciando assim, o desenvolvimento no turismo em espaço rural (BRASIL, 2010).

O turismo rural em Sergipe, vem surgindo lentamente, com o objetivo de apoiar grupos de produtores no desenvolvimento de negócios rurais sustentáveis, agrícolas e não agrícolas, e desenvolver capacidades institucionais,

públicas e privadas, para fornecer serviços técnicos e administrativos adequados ao desenvolvimento de negócios e empreendedorismo entre os pobres rurais.

Conforme Santos; Campos (2016, p.107) “os espaços rurais sergipanos necessitam de uma atividade empreendedora que seja capaz de transformar o quadro atual focando na inserção mercadológica do segmento de forma adequada a fim de minimizar os impactos sociais e ambientais”.

Paralelamente, este tipo de turismo pode proporcionar novas experiências ao turista, como por exemplo: consumir pratos feitos de produtos da terra e produzir produtos agrícolas, promovendo também mudanças no comportamento das pessoas, no modo de se relacionar entre si e na

47 Mestranda em Turismo pelo IFS; Turismóloga pela UNIT; Especialista em Planejamento do Turismo Polo dos Coqueirais pela UFS; Membro do PLAMTUR- Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo e Planejamento/ UFS. E-mail: ellenmoniquetur@hotmail.com

48 Mestranda em Turismo pelo IFS; Turismóloga pela UNIT; Especialista em Planejamento do Turismo Polo dos Coqueirais pela UFS; Especialista em Gestão e Educação Ambiental pela FJAV; Especialista em Consultor SGI pela FSLF; Membro do PLAMTUR- Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo e Planejamento/ UFS. E-mail: italameg@hotmail.com

percepção dos seus valores, das suas necessidades e dos seus costumes (SOUZA et al. 2008).

Deste modo, o turismo rural que se caracteriza como um meio de promoção dos recursos existentes nos territórios rurais, cidades e campos que dinamizam o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, ou seja, um fator econômico e social. Assim sendo, os roteiros rurais destacam-se enquanto componentes do produto turístico ofertado pelo turismo rural, que pode vir a ser mais um atrativo potencial que possibilite conhecer as particularidades de diferentes plantações e culturas que interagem em áreas onde acontece o agronegócio, com ênfase no critério da destinação e na valorização da ruralidade (SCHNEIDER, 2009).

Contudo, é importante que haja um amalgamento entre os gestores públicos, a iniciativa privada e a comunidade, para que juntos possam construir uma estrutura de planejamento com base sólida voltada a realidade de cada localidade. Essa união, fortalecerá a cadeia produtiva, promovendo o desenvolvimento socioespacial das comunidades rurais.

Desta forma, por meio do método observacional foram escolhidos os municípios de Areia Branca, Itabaiana, Moita Bonita e seus *stakeholders* como estudo para esse projeto, por terem perfil de empreendedores rurais, que conseguem atingir todo o Estado, seja em feiras municipais ou de bairros, mercearias, entre outros locais de venda dos produtos rurais, já que na maioria de seus produtos são naturais dessa região. Esses empreendedores conseguem abastecer quase todo o Estado com seus produtos, a ideia básica é propor um roteiro que apresente o agronegócio, contemplando a verticalização da produção *in natura* em pequena escala, o beneficiamento da castanha no povoado Carrilho, a produção de frutas e verduras desta região, a produção da Cooperativa de batata doce de Moita Bonita, as granjas de ovos de galinha, o amendoim cozido, os doces caseiros, produtos típicos, a cultura da feira e as tradições dos comerciantes, além de suas manifestações históricas, culturais e sociais transformando estes recursos em oferta turística diferenciada.

Sendo assim, o turismo rural se configura como uma forma de promover desenvolvimento sustentável e o exercício de atividades diversas no espaço rural, onde o turista tem a oportunidade de conhecer atividades agrícolas, produtos locais, a culinária típica e a rotina dos habitantes, sempre respeitando as características autênticas do espaço, o meio ambiente e as tradições. (TEIXEIRA, 1998).

Agregando valor aos produtos já citados, também se faz presente pela possibilidade de envolver potenciais

atrativos turísticos, como o Forrodromo de Areia Branca, Serra de Itabaiana, o Parque dos Falcões, o povoado Ribeira e suas cachoeiras, o povoado Carrilho e a produção artesanal da castanha de caju, os vários bares e restaurantes que servem comida regional, a Feira Cultural Luiz Gonzaga, as Casas de Farinha e o Museu do Capunga.

Já Schumpeter(1883-1950) definiu cinco tipos de inovação:

- Introdução de um novo produto ou a mudança qualitativa de um produto já existente;
- Inovação de um processo numa indústria;
- Abertura de um novo mercado;
- Desenvolvimento de novas fontes de fornecimento de matérias-primas ou outros inputs;
- Mudanças numa organização industrial

Esta linha de pensamento reforça a necessidade de construir um roteiro de turismo rural em Sergipe, promovendo a diversidade turística e apresentando a ruralidade local, contribuindo para o aumento do fluxo de turistas, bem como para elevar sua permanência nos municípios. O objetivo deste estudo é elaborar um Roteiro de Turismo Rural em alguns municípios Sergipanos, são eles: Areia Branca, Itabaiana e Moita Bonita apostando no potencial dos produtos rurais, culturais, naturais e sociais que podemos encontrar nessas localidades e dessa forma identificar os equipamentos e serviços que são necessários para o desenvolvimento dos atrativos turísticos propostos, para que façam parte da integração do roteiro; catalogar os atrativos naturais, culturais e paisagísticos, que dão acesso aos visitantes do roteiro proposto; estabelecer proposta de operacionalização; elaborar um mapa de deslocamento; criação da marca do Roteiro; sugerir estratégias de promoção e comercialização; produzir relatório para solicitação de marca junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

2 Metodologia

O método do estudo é dedutivo e será realizado por meio de pesquisa com revisão bibliográfica e documental, além de pesquisa de campo com observação direta, também aplicação de um questionário com os *stakeholders*. Será realizado levantamento de dados e observação em campo dos atrativos turísticos rurais. Na revisão bibliográfica será realizado o levantamento de como são criados os roteiros, foi realizada visitas *in loco* e oficinas com a comunidade. Este projeto de pesquisa, que propõe a ela-

boração de um roteiro rural no agreste sergipano, pressupõe uma série de etapas e técnicas a serem aplicadas para que seja atingido este objetivo.

Levantar a bibliografia necessária e a documentação pertinente sobre o objeto a ser tratado, elaborar fichas de leitura para que se estabeleçam os conceitos e métodos apropriados para a realização desse projeto, identificar os dados biográficos do projeto, inventariar os dados de atrativos, equipamentos e serviços no entorno do roteiro. Além disso, será utilizada a fotografia digital, para captar imagem das atividades rurais e visualizar os atrativos e equipamentos levantados e inventariados; o mapeamento digital, para se traçar o percurso; o cronômetro, para estipular o tempo para cumprimento do roteiro; colher informações detalhadas sobre as Associações. Por fim, o roteiro será digitado, passará por uma edição final e revisão textual. Após isso, será impresso e copiado em mídia digital (DVDs), com intuito de ser apresentado a instituição.

3 Resultados e Discussão

Para que o turismo neste roteiro seja desenvolvido de forma eficaz, dentro dos padrões de sustentabilidade, qualidade e competitividade, utilizando-se de ações de gestão, fomento e promoção, que permitam o incremento da economia regional e a inclusão social de sua população e a satisfação dos seus visitantes. Podemos utilizar como exemplo, a Rede Europeia de Turismo de Aldeia, que tem como principal do projeto, o desenvolvimento sustentável das áreas rurais através do turismo em cinco regiões: Alentejo em Portugal, Arad na Romênia, Lapónia na Finlândia, Lomza na Polónia e Trentino em Itália. Esse projeto foca em cinco áreas que trabalham juntas, turismo, gestão de áreas naturais, qualidade, cooperativismo e relacionamento entre cidades e o ambiente rural.

4 Conclusões

Ao final da pesquisa espera-se contribuir com um roteiro no espaço turístico rural que permita experimentar o contato com o meio ambiente e os personagens do cotidiano e da ruralidade local, através da criação de serviços adequados para o roteiro mantendo a sustentabilidade local, a igualdade de oportunidades na comunidade, mantendo as tradições, dando acesso amplo à informação, entretenimento e lazer, a todos os visitantes e turistas, fortalecendo o empreendedorismo dos municípios envolvidos.

No Roteiro intitulado como Caminhos da Serra de Itabaiana, existe uma série de novas experiências a serem

passadas para seus visitantes, que só podem ser encontradas nesta região. O fato de poder colocar aves de rapina no braço ou então no ombro; conhecer os processos de beneficiamento da castanha em uma localidade que não possui plantações de cajueiro; poder experimentar pratos gourmets feitos de produtos locais; como o arroz de castanha, participar da produção de produtos tipicamente nordestinos feitos na hora, poder participar de festejos tradicionais fora de época e ter contato com a rotina de uma comunidade receptiva dos banhistas.

Referências

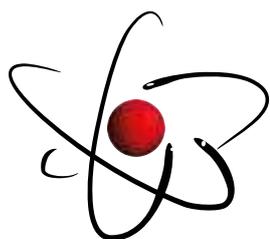
BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Rural: orientações básicas**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Coordenação - Geral de Segmentação - Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSO_.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2017.

CAMPOS, Antonio Carlos; DE JESUS SANTOS, Cristiane Alcântara. Turismo em espaços rurais de Sergipe: realidades e perspectivas. **Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História, Memória & Cultura**, v. 10, n. 19, p. 92-109, 2018. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/pondelanca/article/view/8534>>. Acesso em: 20 out. 2018.

SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo. **A introdução de uma inovação social entre agricultores familiares: o turismo rural em dois roteiros do estado do Rio Grande do Sul**. In: Colóquio Ibérico de Estudos Rurais (7.: 2008 out.: Coimbra, Portugal). Cultura, inovação e território. Coimbra: ESAC, 2008.

TEIXEIRA, V.L. **Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro**. 1998. Tese (Mestrado) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TwqAwQgimO-4J:www.seer.ufu.br/index>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria de Desenvolvimento Econômico**. Disponível em: <http://www.4shared.com/file/32394233/fdacc520/Joseph_Alois_Schumpeter_Teoria_do_Desenvolvimento_Economico.html?s=>. Acesso em: 14 out. 2018.



TECNOLOGIA MÓVEL PARA GERENCIAMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Leylane Meneses Martins⁴⁹; José Wellington Carvalho Vilar⁵⁰; Marcelo de Oliveira Santana⁵¹

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI).

Resumo:

A pesquisa objetiva apresentar o processo de investigação e criação de um aplicativo (app) para dispositivos móveis, capaz de orientar profissionais envolvidos com a gestão do turismo em uma destinação, além de uma maneira de alertar, contribuir e beneficiar todos os agentes sociais envolvidos com a possibilidade da organização de uma governança participativa, contínua e sustentável. A construção do app se dá através do *framework* Ionic, o qual é utilizado para desenvolvimento de aplicações móveis híbridas, em operação nas plataformas Android e iOS. As temáticas que norteiam a elaboração do produto de inovação tecnológica aplicado à gestão do turismo estão presentes nos estudos teóricos sobre inovação, gestão e tecnologia no turismo, os quais envolvem o desenvolvimento de aplicativos de turismo para dispositivos móveis. A partir dos resultados, verifica-se que o aplicativo surge como ferramenta facilitadora de comunicação e auxílio na organização de uma governança turística.

Palavras-chave: gestão do turismo, inovação tecnológica, aplicativo.

1 Introdução

Os artefatos e os recursos aplicados com o propósito de sanar impasses da sociedade podem apresentar um resultado tecnológico como mecanismo essencial para o desenvolvimento de um produto ou destinação turística. A produção tecnológica normalmente tem o intuito de solucionar carências da sociedade através da inovação com (re)criações, e no turismo pode atingir positivamente na expansão tecnológica, econômica e social da atividade.

Para desenvolver um produto de inovação tecnológica no turismo, é necessária fundamentação teórica e metodo-

lógica com procedimentos que auxiliem no conhecimento da problemática, através da investigação da localidade e de seus agentes sociais, com observações relacionadas a sua cultura, economia, meio ambiente e política, fatores que influenciam nas tomadas de decisões para o alcance de resultados benéficos para todos.

Neste cenário, a tecnologia torna-se uma ferramenta importante para a evolução da atividade turística, a fim de facilitar o acesso mais rápido e móvel à informação e comunicação, por exemplo, através de um *smartphone*, equipamento que compreende um sistema operacio-

49 Discente no Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe-PPMTUR/IFS; Discente na Graduação de Administração na Universidade Tiradentes-UNIT; Bacharel em Turismo/FaSe. E-mail: leyланeturismo@yahoo.com.br

50 Doutor em Geografia pela Universidade de Granada, Espanha; Professor Titular do Instituto Federal de Sergipe – IFS. E-mail: wvilar@yahoo.com.br

51 Discente na Especialização de Segurança da Informação da Estácio Sergipe; Gestor de Tecnologia da Informação pela Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE. E-mail: marcelio911@gmail.com

nal com funcionalidades que podem auxiliar e interligar pessoas às suas comodidades, necessidades e obrigações, tanto para uso pessoal quanto profissional (SOARES, 2015; LIMA, 2017).

Os agentes sociais e as empresas que trabalham no turismo devem entender que o uso e a inserção da tecnologia em suas atividades fornecerão resultados promissores a curto, médio e longo prazo, por meio do aprimoramento de seus serviços, rapidez e eficiência das suas práticas e inovação e modernidade nos equipamentos e produtos para o turista/visitante. Esse crescimento da tecnologia é responsável pela ampla quantidade de dispositivos móveis para fins de uso para o trabalho e/ou lazer, com enorme influência na atividade turística (BUHALIS, 1998).

Com o avanço das mudanças tecnológicas, o turismo é contemplado com soluções que podem orientar nos negócios ou no entretenimento, abrangendo todos os agentes sociais envolvidos na cadeia produtiva da atividade, ou seja, para uso pelos turistas e na destinação para uso com os profissionais da iniciativa privada, esfera pública, organizações do terceiro setor e comunidade local.

Estas soluções são denominadas de aplicativos (apps), ferramentas que trazem respostas rápidas em sua aplicabilidade, outro fator positivo para que estejam em contínua criação e crescimento, ocasionado também pelo uso da internet através dos pacotes de dados nos dispositivos móveis (SOARES, 2015). Os apps são utilitários desenvolvidos para a execução de tarefas a qualquer hora e de qualquer lugar através de um dispositivo móvel, em que suas instalações se dão a partir da preferência e perfil do usuário, de forma personalizada (LIMA, 2017).

Diante do exposto acerca da influência da tecnologia, com resultados à tecnologia móvel estimulada em solucionar problemas ou contribuir no cenário da atividade turística, é importante desenvolver pesquisas que estimulem o uso cada vez mais intenso desses mecanismos inteligentes.

Este estudo integra uma dissertação de Mestrado no Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS), em que o seu objetivo macro é o desenvolvimento de um produto de inovação tecnológica com viabilidade para uso no mercado do turismo. O presente trabalho é um recorte da referida pesquisa, com objetivo de apresentar o processo de investigação e criação de um aplicativo (app) para dispositivos móveis, capaz de orientar profissionais envolvidos com a gestão do turismo em uma destinação, bem como ter a funcionalidade de alertar, contribuir e beneficiar todos os agentes sociais envolvidos com a possibilidade da organização de uma gestão participativa,

contínua e sustentável.

Como área de pesquisa, são utilizados três atrativos turísticos localizados no estuário do Rio Vaza-Barris na cidade de Aracaju/Sergipe, são eles: Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados. A justificativa para escolha desta área deve-se à concentração de agentes sociais envolvidos com o desenvolvimento da atividade turística. Nesse contexto, a fim de propor uma organização nos diálogos e na gestão do turismo, bem como elevar e qualificar cada vez mais esta área enquanto produto turístico ofertado pelo destino sergipano, inserir a tecnologia pode ser uma maneira de obter êxito na evolução e participação contínua de todos para o turismo.

Esta área também foi escolhida por reunir atrativos que já são divulgados pelo estado, operadoras turísticas e agências de viagens. São os atrativos que despertam a escolha do turista/visitante em conhecer e vivenciar uma localidade a partir do conjunto de equipamentos e serviços que ela tende a oferecer. A oferta turística é organizada através da composição de seus atrativos em produtos turísticos, responsáveis por determinar o quão atraente é um destino e qual a importância estratégica para o seu desenvolvimento (MTUR, 2011).

O produto turístico elege alguns dos atrativos de uma destinação a partir de sua valorização e inserção de elementos essenciais para torná-los uma amálgama de componentes tangíveis e intangíveis com utilidades ou benefícios aos turistas/visitantes a fim de proporcionar vivências novas e reais (VALLS, 2006).

E assim são os destinos turísticos que devem competir com seus produtos através da competência e ordenamento da atividade, compromisso na manutenção dos atrativos turísticos e conhecimento da população sobre a influência do turismo no desenvolvimento local (BRI-LHANTE, 2016). Com a execução dessas ações sob diretrizes de uma governança turística, é possível unificá-las e mantê-las através de uma solução tecnológica, de forma inovadora, rápida e dinâmica.

2 Metodologia

Metodologicamente, para atingir o objetivo apresentado, a pesquisa compreendeu três etapas, a saber: Levantamento bibliográfico; Pesquisa descritiva e; Entrevistas semiestruturadas.

A pesquisa exploratória, entendida como uma forma de conhecer um fenômeno/problema de modo geral e aproximativo, em busca de obter nova percepção, esclarecer conceitos e/ou descobrir novas informações (GIL,

2008), consiste na primeira etapa da investigação, através de um levantamento bibliográfico acerca da literatura nacional e internacional relacionada à temática objeto da pesquisa, tecnologia no turismo e conteúdos correlatos: inovação, aplicativos móveis e gestão do turismo, que serviram de suporte para a elaboração de uma pesquisa de abordagem qualitativa.

A pesquisa descritiva apresenta características acerca de uma população, fenômeno ou suas relações e consiste em levantar opiniões, atitudes e crenças de uma sociedade (GIL, 2008). Este nível caracteriza a segunda etapa deste estudo, através da busca de informações em visitas a cada atrativo turístico com propósito de descrever sua estrutura, os equipamentos, os serviços, e especialmente, a paisagem natural como forma de comprovar o motivo da sua atratividade.

A terceira etapa aconteceu quanto às técnicas de coleta de dados, utilizou-se a observação direta e a entrevista se-

miestrurada, exclusivamente com os agentes sociais ligados diretamente aos atrativos Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, a fim de coletar informações para auxiliar na criação de uma solução tecnológica para uso e organização da gestão do turismo em produtos turísticos.

De acordo com Dencker (2003), a entrevista semiestruturada propõe maior autonomia ao pesquisador, pois possui um roteiro de questões, que parte de certos questionamentos básicos da pesquisa e oferecem amplo campo de informações adicionais surgidas à medida que se recebem as respostas do entrevistado.

De acordo com o quadro 1, a realização das entrevistas aconteceu no período de junho a setembro de 2018, no total de 16 entrevistados, de acordo com disponibilidade de cada ator social, sob autorização para gravação a partir da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Quadro 1 - Especificação dos agentes sociais.

Quantidade	Agentes Sociais
1	Gestão Pública Municipal (Secretaria de Turismo)
9	Iniciativa Privada (restaurantes, agências de receptivo, microempreendedores)
2	Terceiro Setor (Conselho de Associações de Moradores e Associação de Pescadores)
4	Comunidade Local

Fonte: Elaboração própria, 2018.

O roteiro da entrevista foi feito através de um questionário com perguntas abertas e fechadas, e as variáveis utilizadas foram: procedimentos de atividades; qualificação profissional; mudanças sociais; sustentabilidade; tecnologia no turismo; uso da tecnologia móvel e as relações entre os agentes sociais.

O desenvolvimento das três etapas foram os procedimentos do processo de investigação que a partir da análise das respostas dos agentes sociais, principalmente, foi possível definir as informações relevantes para criação de um aplicativo capaz de orientá-los com a gestão do turismo no produto ou destino turístico.

3 Resultados e Discussão

Segundo o quadro 2, após análise das entrevistas, as informações coletadas serviram como variáveis para criação de um aplicativo para uso na organização da gestão do turismo em produtos turísticos, especificamente no produto turístico do estuário do Rio Vaza-Barris, em que é possível ter uma solução tecnológica prática e ágil com base nas lacunas transformadas em sugestões formatadas em um aplicativo para uso, principalmente pelos agentes sociais de um produto turístico.

Quadro 2 - Resultado de sugestões para elaboração de aplicativo.

Agentes Sociais	Investigação
Gestão Pública Municipal	Possibilidade de armazenar documentos; Apresentação de planos de ações com monitoramento das atividades; Canal de sugestões e comentários para o produto turístico.

Iniciativa Privada (restaurantes, agências de receptivo, microempreendedores)	Espaço para divulgação de promoções; Valores padronizados de passeios; normas e procedimentos para serviços e atividades de todos; Planos de ações com prazos de início e término e os responsáveis.
Terceiro Setor (Conselho de Associações de Moradores, Associação de Pescadores)	Plataforma de treinamentos dinâmicos sobre primeiros socorros, brigada de incêndio, atendimento ao cliente, pós-vendas, negociação, comportamento do consumidor; Atas de reuniões disponíveis; Normas e procedimentos ambientais, sociais e náuticos.
Comunidade Local (comerciante informal, artesão)	Transparência das informações com serviços e atividades realizadas; Contato de todos os agentes sociais; Direitos e deveres dos profissionais que desenvolvem atividades nestes atrativos.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

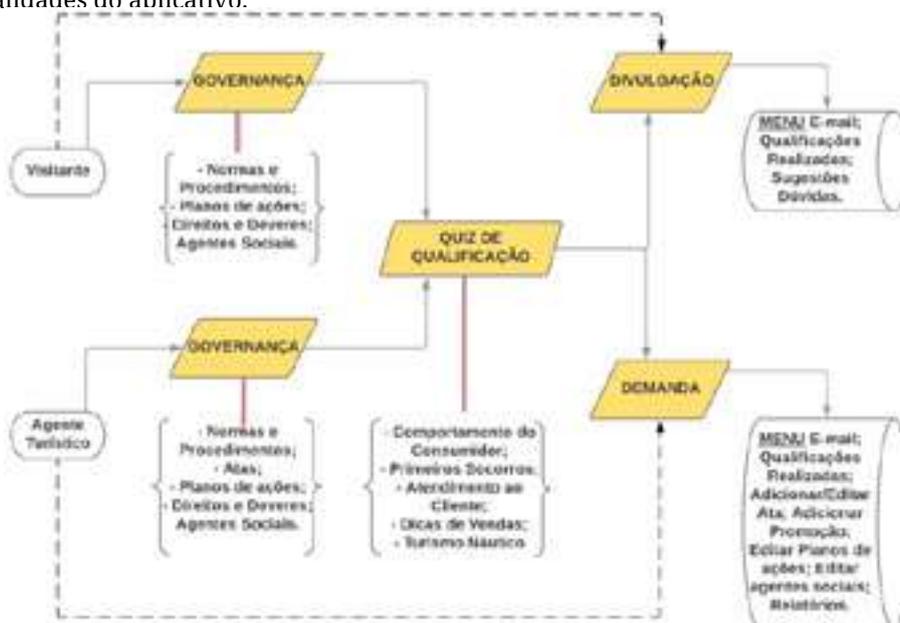
No contexto de tecnologia e turismo, os aplicativos são recursos relevantes para o acesso a informação, desenvolvimento de atividades e solução de necessidades ou carências, de forma rápida e prática na palma da mão. Através das sugestões fornecidas no quadro 2, por profissionais envolvidos com a atividade turística, a tecnologia será a base para o desenvolvimento do aplicativo para o turismo para que os agentes sociais possam, por meio da facilidade, praticidade e interligação da informação e da execução de alguma atividade ter um padrão melhor de organização na gestão do produto ou destino, a fim de oferecer uma experiência única para o turista e uma qualidade de vida mais elevada ao morador local (MENDES FILHO et al., 2017).

Inicialmente, foi desenvolvido um protótipo do aplicativo a partir do programa Visual Studio Code (VSCode),

onde foram inseridos o menu principal Governança com as abas de conceitos pertinentes à gestão do turismo, dados completos de agentes sociais de modo editável, formação de conselho administrativo, inserção de planos de ações, código/cartilha de direitos e deveres, normas e procedimentos e atas de reuniões. Os menus Aperfeiçoamento, Demanda e Divulgação são para complementar com informações estatísticas, de qualificação e de promoção dos empreendimentos e serviços ofertados pelos agentes sociais do determinado produto turístico.

Para a apresentação dos resultados da pesquisa, após transcrições das entrevistas, análise e contribuições dos entrevistados, optou-se por apresentar a criação do aplicativo através de um fluxograma das suas funcionalidades, conforme figura 1.

Figura 1- Funcionalidades do aplicativo.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Através do fluxograma é possível detectar que a criação do aplicativo está direcionado tanto para agentes sociais do turismo, classificado como agente turístico, quanto para o turista/visitante que tem interesse em conhecer a gestão de determinado produto turístico.

A criação do aplicativo é considerada uma inovação, do ponto de vista de conteúdos e funcionalidades, visto que a inovação diz respeito a um bem ou serviço novo ou que tenha suas características significativamente melhoradas.

A inovação no turismo corresponde à implementação de uma nova ideia e/ou solução com objetivo de beneficiar de forma competitiva, tanto as pessoas quanto a destinação como um todo. A inovação na tecnologia é influenciada pelos aplicativos que auxiliam e aproximam as pessoas (MENDES FILHO et al., 2017).

A inovação objetiva a produção de algo totalmente novo, ou um aprimoramento/ajuste de algum produto ou serviço já existente. O aplicativo foi desenvolvido para melhorar a organização da gestão de produtos turísticos, que deverá sempre ir aperfeiçoando suas funcionalidades para acompanhar as mudanças no mercado e na tecnologia, com capacidade de produzir diferenciais competitivos sempre pela inovação, para construção de uma visão de futuro promissora (BRILHANTE, 2016).

Acredita-se que fazer uso de tecnologias móveis no turismo torna a experiência mais profunda, permitindo um conhecimento da localidade e o desenvolvimento de uma consciência mais elaborada do turista, por saber o que busca, e do agente turístico por ter um suporte rápido e prático à mão (KRAMER et al., 2007).

É bom lembrar da necessidade de ter a participação de todos para quaisquer mudanças nas funcionalidades do aplicativo, visto que este foi uma criação voltada para transparência de atividades e informações, ferramenta facilitadora de comunicação e auxílio na organização de uma governança turística.

4 Conclusões

Esta pesquisa busca apresentar o processo de investigação e criação de uma solução tecnológica a partir da participação de todos os agentes envolvidos diretamente com a atividade turística, visto que estarão em contato com a utilização de todas as funcionalidades destacadas.

Criar um aplicativo capaz de orientar profissionais envolvidos com a gestão do turismo em uma destinação, além de uma maneira de alertar, contribuir e beneficiar todos os agentes sociais envolvidos com a possibilidade da organização de uma governança participativa, contínua e

sustentável, é demonstrar caráter inovador, enriquecedor e muito competitivo para qualquer destino turístico.

E para futuras pesquisas, pretende-se contribuir com a oferta de uma metodologia de criação de aplicativos voltados para gestão e governança turística.

Referências

BRILHANTE, Joselito. Empreendedorismo e inovação no turismo. In: SILVA, Lucas da; PEREIRA, Alexandre Queiroz; AMARAL, Eduardo Lúcio Guilherme do. (Orgs.). **Serção Central Cearense: turismo, meio ambiente e desenvolvimento regional**. Recife: Imprima, 2016.

BUHALIS, Dimitrios. Strategic use of information technologies in the tourism industry. **Tourism Management**, v. 19, n. 5, p. 409-421, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 7. ed. São Paulo: Futura, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KRAMER, Ronny. et al. Behavioural Impacts of Mobile Tour Guides. In: International Federation for IT & Travel and Tourism (IFITT) in Ljubljana. **Proceedings**. Slovenia, p. 109-118, 2007.

LIMA, Cíntia Caldas Barcelar de. **Aplicativos móveis de interesse público: limites e possibilidades para a cidadania no Brasil**. 2017. 238 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/23699>>. Acesso em: 18 fev. 2018.

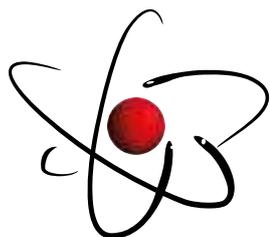
MENDES FILHO, Luiz. et al. Aplicativos Móveis e Turismo: Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 9, n. 2, p. 179-199, abr-jun, 2017.

MTUR. Ministério do Turismo e Fundação Getúlio Vargas. **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Organizador Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. Brasília, DF: SEBRAE, 2011. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/67-estudo-de-competitividade-de-produtos-turisticos.html>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

SOARES, André Luiz Vieira. **Informações turísticas dis-**

poníveis em dispositivos móveis: um estudo de caso com o aplicativo Find Natal. 2015. 71 f. Monografia (Graduação em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Natal, 2015. Disponível em: <https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/4855/1/Andr%C3%A9LVS_Monografia.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2018.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis.** trad. Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: FGV, 2006.



TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E O ASSOCIATIVISMO NO CONTEXTO DA REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA DO MUNICÍPIO DE INDIAROBA/SE

Carla Norma Correia Dos Santos⁵²; José Wellington Carvalho Vilar⁵³

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Turismo de Base Comunitária (GTBC)

Resumo:

No município de Indiaroba, localizado no Litoral Sul de Sergipe, a ocupação recente do espaço rural com novas atividades econômicas, a exemplo do turismo e da carcinicultura, vem reforçando a estrutura fundiária historicamente concentrada, ocasionando conflitos quanto ao uso do território entre a população local, os novos moradores e turistas. O município de Indiaroba vem passando por um processo de reestruturação produtiva, ocasionado pelas novas formas de uso e apropriação do espaço litorâneo, o que contribuiu para que a população visualizasse no turismo de base comunitária a oportunidade de diversificar as possibilidades de emprego e renda, de valorizar a cultura local e de fomentar o associativismo. Assim, o presente estudo tem por objetivo analisar o papel do turismo de base comunitária e o associativismo no contexto da reestruturação produtiva do município de Indiaroba/SE. Do ponto de vista metodológico, para atingir os objetivos da pesquisa foram usados instrumentos qualitativos e quantitativos.

Palavras-chave: Turismo, litoral, comunidades tradicionais.

1 Introdução

O município de Indiaroba, de acordo com a classificação do GERCO estadual, está inserido no Litoral Sul de Sergipe, onde atividades tradicionais como a pesca, a agricultura, a coleta da mangaba e a mariscagem eram predominantes. A construção de materialidades geográficas acelerou o processo de ocupação desse município, sendo o Estado, com o capital privado, os maiores indutores dessa ocupação e da implantação de um novo modelo de desenvolvimento territorial, em que emergem novas formas de uso e ocupação do solo, que promovem uma crescente valorização econômica e intensificam a atração de investimentos públicos e privados neste território lito-

râneo, onde atividades como a pecuária, a carcinicultura, o cultivo do coco e o turismo, vêm interferindo na configuração das paisagens e promovendo a perda da identidade cultural de parte da população local.

Nesta porção do litoral sergipano, conforme apontam Vilar e Vieira (2010), a ocupação recente do espaço rural com novas atividades econômicas, a exemplo do turismo e da carcinicultura, vem reforçando a estrutura fundiária historicamente concentrada, ocasionando conflitos quanto ao uso do território entre a população local, os novos moradores e os turistas.

O município de Indiaroba vem passando por um processo de reestruturação produtiva, ocasionado pelas novas formas de uso e apropriação do espaço litorâneo, o

52 Doutora, Instituto Federal de Sergipe – IFS Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros – GESTAC. E-mail: carlanorma10@yahoo.com.br

53 Doutor, Instituto Federal de Sergipe – IFS Grupo de Pesquisa em Gestão Territorial de Ambientes Costeiros – GESTAC. E-mail: wvilar@yahoo.com.br

que contribuiu para que a população visualizasse no turismo de base comunitária a oportunidade de diversificar as possibilidades de emprego e renda, de valorizar a cultura local e de fomentar o associativismo. Assim, o presente estudo tem por objetivo analisar o papel do turismo de base comunitária e o associativismo no contexto da reestruturação produtiva do município de Indiaroba/SE.

2 Metodologia

Do ponto de vista teórico-metodológico, na elaboração deste estudo o referencial teórico-conceitual e metodológico se inter-relacionam, tendo sido construído durante o desenvolvimento da pesquisa, que seguiu basicamente os seguintes procedimentos: levantamento bibliográfico e cartográfico; pesquisa de campo; análise e interpretação dos resultados.

3 Resultados e Discussão

O município de Indiaroba situa-se na porção meridional do Estado de Sergipe, distante 102 km de Aracaju, e de acordo com os dados do Censo Demográfico do IBGE (2010), a população total aproximada de Indiaroba é de 15.831 habitantes, dos quais 5.585 viviam na zona urbana e 10.246 na zona rural.

O predomínio da população do município na zona rural demonstra a importância dos recursos naturais e da agricultura na reprodução dos habitantes locais, pois em Indiaroba, desde o período colonial, áreas cobertas por mata atlântica, restingas e mangues, que ocorrem junto aos cursos fluviais, vêm sendo destruídas, cedendo lugar a lavouras temporárias e permanentes, bem como a pastagens para o desenvolvimento da pecuária, que constitui uma importante atividade econômica no município.

Na segunda metade do século XX as atividades extrativas e agropecuárias continuaram predominando na estrutura produtiva do município, que a partir da introdução de algumas monoculturas em grandes propriedades, a exemplo da laranja (*Citrus sinensis*) e do coco-da-baía (*Cocos nucifera*), passa a apresentar um incremento na concentração fundiária. Em Indiaroba, a agricultura familiar é um importante meio de subsistência e uma expressiva fonte de renda, destacando-se entre os cultivos temporários o abacaxi, o feijão e o milho, o amendoim e a mandioca.

A pesca também é uma atividade de grande importância para a economia local, pois embora seja desenvolvida de forma artesanal, é destinada a comercialização do pescado e a subsistência de algumas famílias, que vendem o excedente para gerar renda e adquirir outros produtos

alimentícios, sobretudo na feira.

Em Indiaroba, o extrativismo é uma importante atividade econômica desenvolvida pelas catadoras de mangaba, garantindo-lhes a sobrevivência associada a atividades como a pesca de aratu, sururu, peixes e mariscos. As populações locais dependem socioeconomicamente dessa atividade, e ao desenvolvê-la, contribuem tanto para a conservação dos recursos naturais, pois ajudam a conter os desmatamentos, quanto colaboram para resguardar os saberes e práticas associadas ao seu manejo. Em Indiaroba, existem hoje associações de catadoras de mangaba, destacando-se a Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroba (ASCAMAI), localizada no povoado Pontal, criada em 2009, que busca desenvolver ações ecologicamente sustentáveis e que promovam o desenvolvimento socioeconômico das catadoras.

Nos territórios onde ocorre a coleta da mangaba foi implantado em 2011 o Projeto “Catadoras de Mangaba, Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe”, que vem sendo realizado pela ASCAMAI e patrocinado pela Petrobras através do Programa Petrobras Desenvolvimento & Cidadania, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe e do Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe. Este Projeto tem por objetivo contribuir para o fortalecimento e sustentabilidade das comunidades extrativistas, e vem promovendo a difusão da agroecologia e dos princípios do associativismo e do cooperativismo.

A ASCAMAI hoje possui sede própria, pois em 25 de março de 2015 foi inaugurada a Unidade de Processamento e Beneficiamento de Frutos Tropicais da comunidade de Pontal, onde as catadoras dispõem de uma cozinha com todos os equipamentos necessários para o beneficiamento da mangaba, e através do programa da Petrobras a associação conseguiu adquirir dois veículos. Este programa estimulou o processamento dos frutos sob a forma de bombons, biscoitos, licor, geléia, compota, bolinho, torta, alfajor, brigadeiro, pão de mel e enroladinho de mangaba, fornecendo também recipientes e rótulos para comercialização dos produtos.

Atualmente a ASCAMAI possui uma loja na Feira do Turista, em Aracaju, onde comercializa e distribui seus produtos, que também são vendidos em algumas feiras culturais, em alguns eventos e até mesmo na sede da Petrobras. Em 2015, foi criada a Cooperativa de Economia Solidária de Mulheres Extrativistas de Sergipe (COOPMESE), da qual as catadoras de mangaba de Indiaroba fazem parte e que vem ajudando-as a garantir a manutenção da prática do extrativismo. Esta cooperativa auxilia as catadoras na tomada de decisões coletivas para suas ações,

exercitando de forma democrática a construção de projetos que buscam melhorar as condições de vida e a renda das comunidades tradicionais.

Contudo, em Indiaroba, atividades tradicionais, como a agricultura familiar, o extrativismo da mangaba, a mariscagem e a pesca, vêm sendo substituídas por atividades que intensificam o uso do solo e utilizam pouca mão de obra, como a carcinicultura, que promove transformações na produção e organização do espaço.

Nas áreas do município onde esta atividade é desenvolvida observou-se erosão, a supressão da vegetação de mangue e da mata ciliar para instalação de viveiros e implantação de vias de acesso, e também alterações no regime hidrológico dos rios, o que reduz o ingresso de nutrientes e gera problemas socioeconômicos para as comunidades promovendo a desestruturação das comunidades de marisqueiras e pescadores artesanais locais, que dependem diretamente dos recursos naturais disponíveis (Suzart 2015).

No município, embora a carcinicultura tenha criado novos postos de trabalho, como a maior parte dos empregos gerados são temporários, constatou-se que são poucos os benefícios dessa atividade para população local, o que demonstra que o espaço litorâneo é estruturado de acordo com os interesses dos grupos dominantes que detém o capital e dominam as técnicas de produção, num processo de inclusão e exclusão. Nesse contexto, a população local passa a desenvolver atividades econômicas complementares, a exemplo de turismo que vem gerando novas oportunidades de trabalho e promovendo a agregação de renda.

Em Indiaroba o turismo de base comunitária constitui uma estratégia utilizada por algumas comunidades tradicionais para valorizar seus diferentes modos de vida e o potencial natural existente em uma localidade. A Prefeitura de Municipal construiu uma orla ribeirinha com bares, alguns restaurantes e um mirante as margens do rio Real, porém a atividade turística ainda é incipiente, apresentando maior importância econômica nos povoados Pontal e Terra Caída, de onde são ofertados aos turistas fretes de lanchas para o povoado Mangue Seco, na Bahia.

Em Terra Caída, de nome oficial Praia de São José, diante da queda da produção pesqueira, o turismo foi introduzido como alternativa econômica, tendo sido realizados investimentos públicos em infraestrutura, o que favoreceu a instalação de duas pousadas de pequeno porte, Sonho Meu e Restaurante e Pousada do Ninho, bem como casas de segunda residência e veraneio. Assim, ocorreu um aumento no número de visitantes que procuram este povoado, onde atualmente mais uma pousada está sendo

construída. Terra Caída, situada na confluência dos Rios Cajazeiras e Piauí, hoje é considerada uma das principais localidades turísticas de Indiaroba, pois nela está localizada a praia fluvial de São José, além de ser ponto de parada de lanchas.

A Associação pela Cidadania dos Pescadores e Moradores de Terra Caída (ASPECTO) desenvolveu ações para fomentar o turismo de base comunitária neste povoado, que foi o pioneiro em Sergipe, estimulando os turistas a se hospedarem nas casas dos nativos e a degustarem, mediante pagamento, de pratos da culinária local, preparados pelos moradores. A associação vem oferecendo à população cursos de capacitação voltados a confecção do artesanato, atuando também como gestora comunitária para diversas atividades.

No Pontal e em Terra Caída, os pescadores, as marisqueiras e as artesãs vendem seus produtos para os restaurantes e para os visitantes, gerando renda direta e indiretamente do turismo. Estas localidades eram consideradas, até o aumento do número de visitantes e turistas, locais de descanso e refúgio, mas se tornaram espaços de maior movimentação, posto que a pavimentação da Rodovia SE100 e a construção da ponte Gilberto Amado promoveram uma intensificação do fluxo de pessoas que passou a se deslocar para tais localidades (ALMEIDA; VIEIRA, 2011).

O Ministério do Turismo com a administração dos recursos pelo Governo do Estado de Sergipe, beneficiou o município de Indiaroba com a pavimentação da rodovia Convento-Pontal, com 8,5 km de extensão, que interliga os povoados de Convento a Pontal e vice-versa. Tais ações aumentaram a atratividade e a oferta de produtos complementares ao turismo nessa porção do litoral sergipano, sobretudo com a construção da ponte Gilberto Amado, inaugurada em 2013, sobre o Rio Piauí, que interliga Estância a Indiaroba (Porto do Cavalo à Terra Caída) e foi construída visando conectar plenamente o litoral sul sergipano e encurtar o trajeto Sergipe/Bahia em cerca de 30 km.

A construção da ponte Gilberto Amado promoveu a conexão territorial de Indiaroba com os demais municípios sergipanos e com outros Estados, abrindo a possibilidade de reestruturar economicamente o município. A construção da ponte incrementou o comércio local, aumentando a geração de emprego e renda, sobretudo nas atividades relacionadas direta e indiretamente ao turismo. Contudo, uma parcela da população local que trabalhava como ambulante, vendendo água, refrigerante e alimentos para os visitantes que desembarcavam das balsas que realizavam a travessia sobre o Rio Piauí, ligando Porto do Cavalo (Estância) a Terra Caída (Indiaroba), com a construção da

ponte deixaram de desenvolver tais atividades e se sentiram prejudicados.

De acordo com Vieira et al. (2002), o turismo é uma atividade com grande poder de produzir e reproduzir espaços, podendo desta forma contribuir para o desenvolvimento regional. No município, a atividade turística foi impulsionada pela construção de infraestruturas complementares por meio do PRODETUR-SE e pela edificação de materialidades geográficas, como pontes e rodovias, que possibilitou uma maior fluidez territorial e favoreceu o acesso viário às praias, promovendo a intensificação de loteamentos imobiliários e a construção de segundas residências para veraneio no Pontal e em Terra Caída, que privilegiam as classes sociais de maior poder aquisitivo.

Os atrativos naturais de Indiaroba são ampliados pela presença de uma elevada densidade da rede hidrográfica e pela diversidade geomorfológica, que, aliados ao acesso rodoviário, facilitam a utilização do espaço como área de segunda residência para o veraneio e o turismo, ocasionando conflitos socioambientais e afetando as territorialidades locais, devido a descaracterização da cultura e dos costumes tradicionais. No entanto, em geral, os visitantes param no município para se alimentar e seguem viagem, não se hospedando em Indiaroba, uma vez que a falta de um produto turístico consolidado ocasiona o predomínio da atividade excursionista.

O turismo no município enfrenta alguns problemas como a falta de infraestrutura básica e recursos mínimos para investir em políticas públicas voltadas para a atividade, que poderia se transformar em uma importante fonte de renda dos moradores locais se houvesse investimentos em treinamento e capacitação técnica para atender a demanda de turistas e visitantes. Na visão do Secretário de Turismo do município, é necessário que a gestão municipal se organize para incrementar e impulsionar o turismo, que atualmente tem como principal renda oriunda dessa atividade, o frete de lanchas para realizar a travessia para Mangue Seco.

O povoado Mangue Seco destaca-se como destino turístico de Sergipe, e embora esteja localizado no Estado da Bahia, devido à proximidade geográfica, abre oportunidades de trabalho e renda para parte da população residente no município de Indiaroba, que trabalha em estabelecimentos comerciais, como restaurantes, bares e pousadas em Mangue Seco. O acesso dos turistas a Mangue Seco é realizado através do povoado Pontal, situado às margens do Rio Real, que pertence a Indiaroba, o que impulsionou o desenvolvimento de atividades ligadas ao turismo nessa localidade, como a instalação de restau-

rantes, uma pousada, a comercialização de artesanato, o transporte em lanchas que realizam o traslado até Mangue Seco e o estacionamento de veículos para os turistas que se deslocam de barco para as praias da Bahia, que é disponibilizado por “flanelinhas”.

De acordo com Lima (2013), Terra Caída apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do turismo gastronômico, pois o povoado e a praia fluvial de São José contam com restaurantes e peixarias rústicas que comercializam pescados e frutos do mar. Ainda segundo esta autora, Terra Caída é uma área também favorável ao turismo ecológico e fluvial, visto que a disponibilidade de embarcações náuticas para a realização de passeios tanto em praias e ilhas sergipanas quanto baianas tem atraído um crescente número de visitantes e turistas. Neste povoado é ofertada a travessia em lanchas ou barcos à vela para o povoado Mangue Seco, distante trinta minutos de barco, ao preço de R\$ 120,00 para cinco pessoas, ida e volta, constituindo assim uma possibilidade de complementação de renda para os pescadores locais.

Ainda segundo o Secretário de Turismo de Indiaroba, através do estabelecimento de parcerias entre a Prefeitura, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAEC), o Instituto Federal de Sergipe (IFS), o SEBRAE e a Capitania dos Portos foram realizadas palestras, cursos de capacitação de confeitiro, garçom, marinheiros, agentes de turismo e condutores turísticos, bem como a confecção de um inventário turístico. No município, já começam a ser realizadas ações visando desenvolver o turismo e engajar a população nesse processo, a exemplo da formação de uma Comissão Comunitária de Gestão Turística (CCGT) nos povoados do Pontal e Terra Caída e da construção de um guia e roteiro turístico que foi discutido e elaborado em conjunto com a comunidade.

Tais ações são importantes, pois o turismo de base comunitária ao ser desenvolvido e operado pela população do município, poderia gerar o fortalecimento das comunidades envolvidas e a manutenção da cultura e das tradições locais, estimulando também a formação de cooperativas, associações, empreendimentos comunitários, redes, além do estabelecimento de micros, pequenos e médios empresários locais que, com seus empreendimentos, gerariam novos postos de trabalho.

4 Conclusões

No município de Indiaroba a dinâmica de uso do solo vem sendo modificada ao longo dos últimos anos, com a introdução da carcinicultura e do turismo que coexistem com a agricultura, a pecuária, a pesca e a coleta da man-

gaba, imprimindo assim novas feições ao espaço litorâneo e dotando-o de novas funções, que refletem o modo de vida dos agentes sociais. As novas atividades econômicas ao serem introduzidas no município, promoveram um reordenamento do território e geraram impactos socioeconômicos, tendo em vista que dificultaram a entrada da população local em áreas que eram acessadas livremente, promovendo a expropriação de marisqueiras, pescadores e catadores de mangaba de suas áreas de trabalho.

Nesse contexto a população local encontrou no associativismo e no turismo de base comunitária uma estratégia de reprodução e uma e uma forma de viabilizar seus respectivos modos de vida. Em Indiaroba, o associativismo constitui uma alternativa de fortalecimento das comunidades tradicionais, com desvantagens históricas, sobretudo num momento de acirramento de conflitos entre as catadoras de mangabas e os proprietários de terras.

A participação das coletoras em associações e cooperativas é de grande importância para fortalecer o Movimento das Catadoras de Mangaba e a luta pela garantia do direito a terra por meio da criação da Reserva Extrativista, tendo em vista que a demarcação do ecossistema de restinga é imprescindível para reprodução econômica e social das comunidades tradicionais extrativistas, contribuindo assim para o fortalecimento do conjunto, através da participação da sociedade em prol de interesses coletivos.

O turismo comunitário, mesmo que seja uma atividade nova, tímida, pode tornar-se uma atividade que agregue valor ao espaço mesmo que não seja um valor econômico, sendo potencial para o desenvolvimento do local, que não envolve somente o crescimento econômico, mas sim o alcance de melhores condições de vida pelos meios disponíveis a uma dada comunidade ou sociedade vivendo em um dado lugar. Neste sentido, o desenvolvimento local é um processo socializante, no qual as comunidades envolvidas são protagonistas de seu tempo e de seu espaço, ou seja, possuem autonomia para decidir quais as melhores estratégias, planos, políticas e ações devem ser tomadas para o desenvolvimento do território e não ficando sujeitos aos atores que hegemonomizam.

Referências:

ALMEIDA, M. G.; VIEIRA, L. V. L. Turismo no povoado de Terra Caída/Indiaroba/SE: do individual ao comunitário. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 3, n. 2, p. 159-171, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Demográfico de**

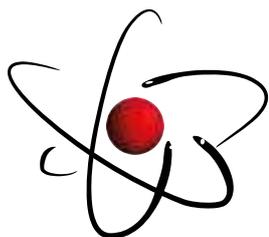
Sergipe, 2010.

LIMA, L.B.B.M. **Qualidade dos equipamentos e serviços turísticos do Litoral Sul de Sergipe**: perspectivas de integração dos roteiros sergipanos e baianos. In: II SEMINÁRIO ESPAÇOS COSTEIROS, 2013, Salvador-BA. Anais do II Seminário Espaços Costeiros, 2013.

SUZART, Emanuele Maria Leite. **Entre a terra firme e a terra molhada**: reprodução social das marisqueira/catadoras de mangaba do povoado Pontal, SE. 2015. 122 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2015.

VIEIRA, Lício Valério Lima; FONTES, A. S.; JORGE, Marco Antonio; QUEIROZ, Bianca Dourado; BARROS, Mateus de Sá Barreto. **Turismo Sustentável no Litoral Sul de Sergipe**: Zoneamento e Impactos Ambientais e Associados. In: IV Semana de Pesquisa da Unit, 2002, Aracaju, 2002.

VILAR, José Wellington Carvalho; VIEIRA, Lício Valério Lima. A dinâmica sócio-demográfica e os conflitos territoriais no litoral sul de Sergipe. In: ARAÚJO, Hélio Mário; VILAR, José Wellington Carvalho (Orgs.). **Território, meio ambiente e turismo no litoral sergipano**. São Cristóvão: Editora, UFS, 2010, p. 98-119.



TURISMO E ACESSIBILIDADE: ESTUDO NAS IGREJAS CATÓLICAS DE PLANALTINA/DF PARA O DEFICIENTE MOTOR E VISUAL

Leonardo Felipe de Oliveira Palheta⁵⁴, Donária Coelho Duarte⁵⁵

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

O trabalho discute a potencialidade do turismo acessível nas cinco principais igrejas católicas da cidade de Planaltina/DF sob a ótica das deficiências motora e visual. Analisa de forma crítica como se encontra a infraestrutura das igrejas e a percepção dos responsáveis sobre a importância desse público. Constata-se a relevância das igrejas no cenário do turismo por serem consideradas locais de visitação, procuradas por visitantes regionais, do país e de outras nações. Nesse contexto, a acessibilidade é um ponto chave, pois por meio dela se consegue a inclusão social. O resultado do estudo foi que as igrejas investigadas não possuem acessibilidade na sua totalidade, embora os entrevistados estejam conscientes da necessidade de tê-la. Neste sentido, recomenda-se a fomentação de políticas públicas que viabilizem obras para que esses templos sejam, de fato, acessíveis aos seus diversos públicos, dentre esses os deficientes motores e visuais.

Palavras-chave: acessibilidade, inclusão social, turismo acessível.

1 Introdução

Na atualidade a visita a pontos turísticos cresce consideravelmente e com isso traz à tona a questão da acessibilidade, sendo este um fator importante a ser abordado pois reflete na inclusão social. O turismo acessível envolve uma cadeia de necessidades, que se constitui em ações de inclusão social de pessoas com deficiência no roteiro turístico. Com isso é importante que as organizações, sejam elas de qualquer natureza, se adaptem, primando por uma estrutura que possa atender a demanda das pessoas com deficiência na busca de alcançar e até ultrapassar as expectativas esperadas pelo cliente/usuário.

Uns dos destinos procurados pelos visitantes e que será

abordado neste trabalho são as igrejas, levando em consideração que são locais de procura pelos turistas/visitantes. Tendo em vista esta demanda, entende-se que as igrejas precisam ter estrutura adequada para receber seus visitantes, sejam eles pessoas com ou sem deficiência, pois estes também querem conhecer a arquitetura, a história de sua fundação e ainda registrar o momento da visita.

Nesse contexto, a cidade de Planaltina/DF possui igrejas católicas que fazem parte do seu histórico-cultural e atrai visitantes ao longo do ano, o que também contribui para a economia da cidade. Dentro do contexto histórico e cultural, no centro de Planaltina é possível encontrar casarões do século XIX em bom estado de conservação. No que se refere às igrejas, há o destaque para a de São Se-

54 Discente do Curso de Gestão do Agronegócio da Universidade de Brasília – Campus Planaltina. E-mail: leonardopalheta@yahoo.com.br

55 Doutora em Engenharia de Produção; Membro do Laboratório de Estudos em Turismo Sustentável – LETS/UnB; Professora do Curso de Gestão do Agronegócio da Universidade de Brasília – Campus Planaltina. E-mail: donaria@unb.br

bastião, construída a 200 anos por escravos e faz parte do acervo histórico da cidade.

Assim, o presente trabalho aborda a acessibilidade das cinco principais igrejas católicas de Planaltina/DF. A questão da religiosidade não é o objeto de estudo deste trabalho, servindo apenas como parâmetro para delimitação do objeto de estudo. As catedrais possuem um cunho cultural e arquitetônico significativo. Dentro dos aspectos mencionados de atração turística, destaca-se uma das maiores festas ocorridas em Planaltina conhecida como “Festa do Divino Espírito Santo”, que atrai muitos fiéis e assim reforça a economia local.

2 Metodologia

A metodologia de pesquisa tem como objetivo a formulação de questões e levantamento de problemas, assim como definir de forma criteriosa como será realizado o levantamento de dados, a fim de se responder as perguntas formuladas, elaborando explicações, ideias, opiniões e conclusões que estejam de acordo com as informações levantadas (FONSECA, 2002).

Levando em consideração tais premissas, este trabalho teve o formato descritivo, visto que o pesquisador foi em busca das informações indo in loco a cada igreja da cidade de Planaltina/DF e com isso descreveu a estrutura, sua história e especialmente, sua estrutura em termos dos equipamentos de acessibilidade.

O artigo também se enquadra como sendo exploratório, pois teve a intenção de tornar o objetivo do estudo e sua temática melhor compreendidos, na busca de uma maior familiaridade com o tema acessibilidade no contexto das igrejas.

Neste artigo foi utilizada a pesquisa de campo que se caracteriza pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.) (FONSECA, 2002).

Neste contexto, ressalta-se que foi aplicado um roteiro de entrevista com perguntas abertas sobre o conhecimento do entrevistado (no caso, o responsável pela igreja) em relação ao tema de acessibilidade. Além do roteiro de entrevista, foi aplicado um roteiro de observação com fotos da estrutura interna e externa das igrejas investigadas, o que permitiu averiguar, de fato, a acessibilidade de cada igreja investigada.

Quanto ao roteiro de entrevista, foram elaboradas perguntas acerca da acessibilidade em três blocos: Bloco A,

Bloco B e Bloco C. O Bloco A buscava os dados gerais da igreja, Bloco B continha cinco perguntas para saber a percepção do entrevistado em relação a acessibilidade e no Bloco C foi elaborado um roteiro de observação para analisar a estrutura de acessibilidade e constatar o que cada igreja possuía, fazendo ponderações sobre os relatos feitos.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada por meio de pesquisas em sites e artigos científicos específicos sobre o tema turismo e acessibilidade e turismo em igrejas. A pesquisa documental foi realizada na busca sobre informações referentes a legislação sobre acessibilidade e normas de acessibilidade, realizada na pesquisa em sites do governo.

Assim, com base neste estudo descritivo e exploratório, as informações necessárias para o desenvolvimento deste trabalho tiveram o intuito de descrever e compreender acerca da estrutura de acessibilidade, tanto na parte externa como interna da igreja. Portanto, para embasamento de todas as informações aqui apresentadas buscou-se por orientações teóricas e documentais, assim como também por dados empíricos, por meio dos dados obtidos na pesquisa de campo.

O pesquisador usou o método qualitativo para a pesquisa, pois buscou o porquê das coisas, explicitando o que realmente convém a ser feito, porém sem aderir à quantificação, sem colocar valores na pesquisa.

A pesquisa qualitativa é um método de investigação científica que tem como foco o caráter subjetivo do objeto analisado, estudando suas particularidades e experiências individuais, ou seja, não preocupa com representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização e etc. (GOLDENBERG, 1997).

Assim, com base nesse tipo de pesquisa, as informações necessárias para o desenvolvimento deste trabalho têm por intuito descrever, compreender e explicar como se encontra a estrutura acessível das cinco igrejas católicas de Planaltina/DF.

3 Resultados e Discussão

As análises dos dados foram feitas em cinco igrejas católicas da cidade de Planaltina/DF e que foram visitadas in loco para atender satisfatoriamente o roteiro de entrevista e o roteiro de observação sob a ótica da acessibilidade. Com isso foi possível detectar as facilidades e as dificuldades que as igrejas investigadas apresentam nesse quesito (principalmente em relação a deficiência visual e motora), além de verificar a percepção dos responsáveis sobre a

sua visão de acessibilidade.

A primeira igreja investigada é a Paróquia Santa Rita de Cássia. Na Paróquia existe uma equipe de apoio para receber pessoas com deficiência ou pessoas idosas que sentem dificuldade na locomoção e assim ajudar no desembarque até a entrada na igreja. A mesma já fez obras para melhoria da acessibilidade e ainda pretende fazer mais obras para melhorar o espaço.

Na parte do estacionamento, a igreja não possui vagas reservadas para as pessoas com deficiência. Os mesmos precisam encontrar um local nesse espaço onde o piso é constituído por brita, o que pode dificultar a locomoção tanto do deficiente motor quanto visual até a entrada na igreja e assim precisando de ajuda tanto no desembarque como no embarque.

A igreja possui três banheiros, um convencional masculino e feminino e o outro próprio para as pessoas com deficiência. O acesso para o banheiro é interno, por dentro da igreja e o piso até o banheiro é plano, facilitando também o acesso.

A segunda paróquia investigada é a Paróquia de São Sebastião, que possui membros que ajudam no desembarque e embarque de pessoas que precisam de ajuda e, observando também esta necessidade, a igreja está em obras para melhoria de acesso. No período da visita estavam com canteiros de obras na parte externa da igreja, realizando a construção de rampas. No estacionamento da igreja há duas vagas reservadas para cadeirantes, que são demarcadas no asfalto e com placa sinalizando a vaga.

Entretanto, esta vaga reservada para cadeirantes não possui a parte listrada que serve para dividir o mesmo espaço adicional de circulação, como recomenda a norma NBR 9050/2004, ou seja, o deslocamento fica prejudicado. É interessante observar que na área de estacionamento, especificamente a demarcada, fica ao lado da rampa que se dá acesso principal para a igreja, facilitando a locomoção e a rapidez de chegar na igreja.

A terceira paróquia investigada é a Paróquia Santa Luzia. A sua estrutura em termos de acessibilidade pode ser considerada boa, tem alguns pontos que a igreja atende aos requisitos e em outros apresenta fragilidades. A última obra que foi realizada foi a construção das rampas laterais para o acesso ao interior da paróquia. O estacionamento, pelo que foi observado no local e comentado pelo responsável da igreja, ainda está em obras tendo o piso em terra batida.

Não foi informado quando terminará a obra e o restante do recurso o responsável informou que está esperando o governo repassar e esperando a documentação do de-

partamento de trânsito para a aprovação total da obra a ser realizada. A igreja, como foi citado, possui rampas de acesso para o interior da igreja e são duas rampas laterais e o piso para ser tátil também está em obras.

A quarta igreja pesquisada refere-se à capela São Leonardo Murialdo, onde o responsável pela igreja informou que pretende melhorar as estruturas da igreja principalmente a parte dos sanitários, porém ainda não fez a reforma por falta de recurso. O estacionamento da igreja não tem vagas reservadas e nem demarcadas para as pessoas com deficiência e o estacionamento é usado no espaço aberto da praça.

Quando não é possível estacionar nesse espaço, encontra-se lugar no canto da rua onde fica localizada a igreja, porém não tem demarcação e nem reserva de vaga sinalizada. Na entrada principal da igreja há rampa, o que facilita a entrada do cadeirante no interior da capela de forma segura e rápida.

O banheiro da igreja não é acessível e não há um banheiro exclusivo para as pessoas deficientes. A igreja só possui dois banheiros, um masculino e outro feminino. O caminho para lá é acessível, porém dentro do banheiro não cabe uma pessoa cadeirante, o que é muito prejudicial.

Nesta igreja também não foram observados equipamentos de infraestrutura que possam auxiliar algum visitante que tenha deficiência visual para o acesso ao templo, o que causa dificuldade na entrada na igreja, ida ao banheiro e acesso ao altar.

A última igreja investigada é a Capela Nossa Senhora de Fátima, que já passou por algumas obras recentemente nas calçadas e banheiros. O recurso que conseguem para as reformas é através de doação, pois não tem verba pública. A Capela Nossa Senhora de Fátima não possui banheiros acessíveis, somente convencionais e não possui elevação no sanitário e nem barras de apoio e a torneira não é de pressão. O acesso ao banheiro é de piso plano e não possui piso tátil.

O espaço é pequeno para que um cadeirante consiga atravessar a porta, o que pode causar transtornos ao usuário deficiente.

As fotos do acesso ao santuário não puderam ser tiradas por conta do responsável não autorizar, alegando o local ser sagrado e no momento estava ocorrendo um evento importante no momento da pesquisa.

Como as demais igrejas, essa também não possui estrutura para atender pessoas com deficiência visual, pois além do acesso ao banheiro ser feita exclusivamente por escadas, a porta que permite acesso a parte interna do banheiro tem um espaçamento pequeno, ou seja, inadequado.

Os dados obtidos mostram que nenhuma das igrejas visitadas houve estrutura adequada em todos os itens/equipamentos de acessibilidade: estacionamento, salão principal (missa), banheiros, acesso ao altar – em nenhuma delas foram constatados todos os quesitos necessários de acesso. Essas igrejas são significativas para a cidade e, portanto, é importante que as mesmas possam ter estruturas necessárias para atender melhor e de maneira confortável ao visitante, pois as igrejas vêm crescendo no

turismo e se firmando como uma parada obrigatória para qualquer tipo de turista e visitantes.

Dentre as igrejas pesquisadas, foi constatado que a Paróquia Santa Rita de Cássia possui mais itens de acessibilidade, com banheiro parcialmente acessível, rampas em todas as entradas, uma vaga reservada no estacionamento que está de acordo com a norma da ABNT. Como foi mencionado destaca-se a seguir as Figuras 1 e 2 do banheiro acessível:

Figura 1: Identificação de acessibilidade



Figura 2: Parte interna do banheiro



Em relação a entrevista realizada, foi diagnosticado que os responsáveis sabem a importância de se ter estruturas melhores para suas respectivas igrejas, porém alguns empecilhos como falta de verba fazem com que as obras acabem não acontecendo ou demorem a ocorrer. É de suma importância ter essa percepção, pois é possível notar que o pensamento é de melhora, de querer acolher melhor os visitantes, deixar a igreja de uma maneira aconchegante para receber os turistas, para que no futuro esse mesmo turista possa voltar mais vezes ao local por ser bem recebido.

Foi possível detectar a partir do que foi coletado nas entrevistas com os respectivos entrevistados (responsáveis da igreja), que o pensamento é de fazer obras para melhorar o templo, principalmente a parte da acessibilidade, na questão de estacionamento e banheiros acessíveis que estejam de acordo com as normas estabelecidas pela ABNT, e com isso poder oferecer um conforto e uma segurança a mais ao visitante, seja ele da própria cidade ou não.

4 Conclusão

O objetivo do estudo foi evidenciar a estrutura de acessibilidade das cinco principais igrejas de Planaltina – Distrito Federal, analisando os seus pontos positivos e negativos. Também foi objetivo desse estudo conhecer a percepção

dos responsáveis sobre o seu conhecimento sobre a questão da acessibilidade e sua importância para o templo.

Constata-se que a igreja tem um papel fundamental no ramo turístico, haja vista a representatividade do mesmo no cenário mundial. Nesse contexto, as igrejas se tornam um atrativo turístico procurado pelos visitantes seja pela religiosidade, história, arquitetura, entre outros. Sob esta ótica, enfatiza-se a necessidade de uma estrutura que possa atender os seus diversos públicos, sejam esses com ou sem deficiências.

Entretanto, a pesquisa realizada in loco diagnosticou que nenhuma das igrejas visitadas possuía estrutura adequada acessível em todos os locais investigados: estacionamento, salão principal (missa), banheiros, acesso ao altar. Constata-se que essas igrejas são significativas para a cidade e para o país e, portanto, é importante que as mesmas possam ter estruturas necessárias para atender melhor e de maneira confortável ao visitante, pois as igrejas são importantes para o turismo e se firmam como uma parada obrigatória tanto para o turista, como para o visitante.

Foi analisado que os responsáveis sabem a importância de ter estruturas acessíveis para suas respectivas igrejas, porém alguns empecilhos como falta de verba fazem com que obras demorem a ocorrer. É de suma importância ter essa percepção, pois é possível notar que o pensamento é de melhora, de querer acolher melhor os visitan-

tes, tornando a igreja mais aconchegante para recebê-los, para que no futuro esse mesmo turista ou visitante possa voltar mais vezes ao local por ser bem recebido.

Foi possível detectar a partir do que foi coletado nas entrevistas que o pensamento é de fazer obras para melhorar o templo no quesito acessibilidade. Ressaltou-se a necessidade de estacionamento e banheiros acessíveis de acordo com as normas estabelecidas pela ABNT, para que com isso se possa oferecer conforto e maior segurança ao visitante, seja ele da própria cidade ou não.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **Acessibilidade de Pessoas Portadoras de Deficiências a Edificações, Espaço, Mobiliário e Equipamento Urbano** – NBR 9050. São Paulo: ABNT, 2004.

BRASIL. **Decreto no. 5.296 de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta a Lei 10.048.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm> Acesso em: 20 ago. 2017.

DIAS, I. N. **Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e Profano.** Dissertação de Mestrado. Universidade de Coimbra, 2010.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

GONÇALVES, K. P. **Materiais de ponto de venda e decisão de compra – um estudo na ENY Comércio de Calçados.** Trabalho Final de Graduação II. Centro Universitário Franciscano. Santa Maria, RS, 2013.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar.** Rio de Janeiro: Record, 1997.

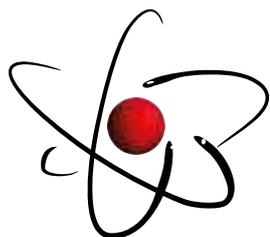
MENDES, B. C.; DE PAULA, N. M. A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes. **Revista Turismo em Análise**, v.19, n. 2, p. 330, ago. 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo acessível: introdução a uma viagem de inclusão.** v.1. Brasília. Ministério do Turismo, 2009, 48 p.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo religioso ganha espaço no nordeste.** 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2133-turismo-religioso-ganha-espaco-nonordeste.html>> Acesso em: 28 de jun. 2018.

PORTAL Católico. **Pastoral do Turismo.** Disponível em: <<http://www.portalcatolico.org.br/main.asp?View=%7BBB63CEDC-F103-40C3B5C7819D54ABE0A%7D&Team=¶ms=item%7BE108CEA7-CE47-408C90FD5C3C484F94C%7D%3B&UIPartUID=%7B2C3D990E0856-4F0C-AFA8-9B4E9C30CA74%7D>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

TRIGO, L. G. G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** 1. ed. São Paulo: Roca, 2005.



VALIDAÇÃO DE VARIÁVEIS PARA AVALIAÇÃO DA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS

Aristides Faria Lopes dos Santos⁵⁶

EIXO TEMÁTICO: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Resumo:

As relações de hospitalidade e hostilidade entre os stakeholders atuantes no setor de viagens e turismo em uma localidade são fatores determinantes para seu posicionamento mercadológico. Destinos turísticos localizados próximos a grandes centros emissores de turistas tendem a um modelo de turismo autônomo, no qual os turistas acessam ao destino, circulam na localidade e visitam atrativos – sobretudo aqueles que se tornaram tradicionais para este tipo de consumidor – sem recorrer a serviços locais especializados. Por outro lado, há destinos que induzem o turista à compra de pacotes ou serviços isolados por meio de agências de viagens ou mesma a contratação de agências de turismo receptivo. Em ambos os casos a configuração da cadeia produtiva do turismo pode ser mais ou menos coesa, conforme as relações de hospitalidade e/ou hostilidade estabelecidas entre os stakeholders do setor.

Palavras-chave: Hospitalidade, Hostilidade, Competitividade, Stakeholders, Turismo.

1 Introdução

As relações de hospitalidade e hostilidade entre os stakeholders atuantes no setor de viagens e turismo em uma localidade são fatores determinantes para seu posicionamento mercadológico. Destinos turísticos localizados próximos a grandes centros emissores de turistas tendem a um modelo de turismo autônomo, no qual os turistas acessam ao destino, circulam na localidade e visitam atrativos – sobretudo aqueles que se tornaram tradicionais para este tipo de consumidor – sem recorrer a serviços locais especializados. Por outro lado, há destinos que induzem o turista à compra de pacotes ou serviços isolados por meio de agências de viagens ou mesma a contratação de agências de turismo receptivo. Em ambos os casos a configuração da cadeia produtiva do turismo

pode ser mais ou menos coesa, conforme as relações de hospitalidade e/ou hostilidade estabelecidas entre os stakeholders do setor.

Beni (2012) aponta a confiança e a solidariedade como valores que moldam as relações estabelecidas entre os múltiplos stakeholders do sistema de turismo e Tomazoni (2012) afirma que o capital social, quando positivo, articula-se por meio de “elos de confiança”. Desta forma, é possível inferir que as relações de hospitalidade e/ou hostilidade são fatores determinantes para a sustentabilidade dos destinos turísticos já que têm relação direta com a consistência dos vínculos entre os stakeholders atuantes na localidade.

Tanto confiança quanto solidariedade, por exemplo, podem ajudar a caracterizar uma relação de hospitalidade. O inverso é verdadeiro, ou seja, a ausência destes valores denota relações baseadas na hostilidade. Lashley

56 Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão) e Doutorando em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: aristidesfaria@ifsp.edu.br

(2015) afirma que há diversos motivos possíveis para se oferecer hospitalidade às outras pessoas, mas as características naturais daqueles que são genuinamente hospitaleiros são um assunto de grande relevância entre os estudos sobre a hospitalidade em todos os seus domínios – sociocultural, privado (particular) e comercial – domínio no qual se concentra este estudo.

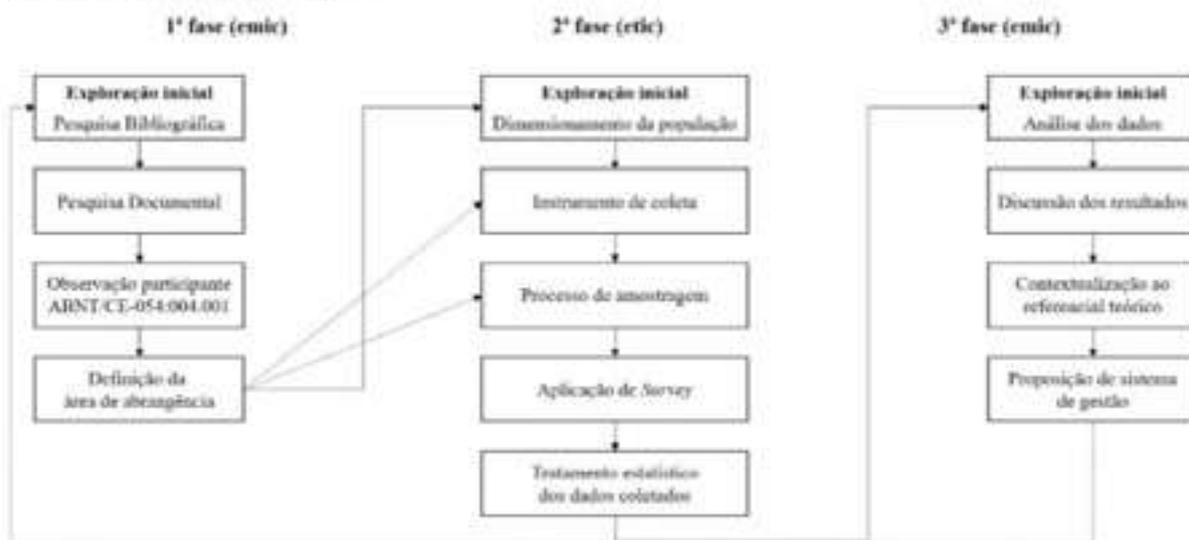
Ainda sobre a gestão de destinos turísticos, no Brasil, o principal mercado emissor de turistas domésticos encontra-se na região Sudeste e, mais especificamente, na Região Metropolitana de São Paulo. Assim, é possível assumir esta região como ponto de referência geográfica, o que auxilia as destination management organizations [DMOs; organizações gestoras de destinos, em inglês] no processo de pla-

nejamento estratégico e posicionamento mercadológico.

Neste artigo são apresentados resultados parciais de projeto de pesquisa, em execução em nível de doutorado, no âmbito do Programa de Pós-graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (2016-2019). Neste sentido, o objetivo deste trabalho foi estruturar o processo de validação das variáveis empregadas para avaliar a competitividade de destinos turísticos no contexto brasileiro.

Trata-se, pois, de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa. Para a elaboração deste trabalho foi feita pesquisa bibliográfica sistemática, cujos resultados foram apresentados na seção de revisão da literatura (Godoy, 1995; Martins & Theóphilo, 2007; Gibbs, 2009; Creswell, 2010), conforme esquematizado na figura 1.

Figura 1: Modelo metodológico.



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Punnett et al. (2017).

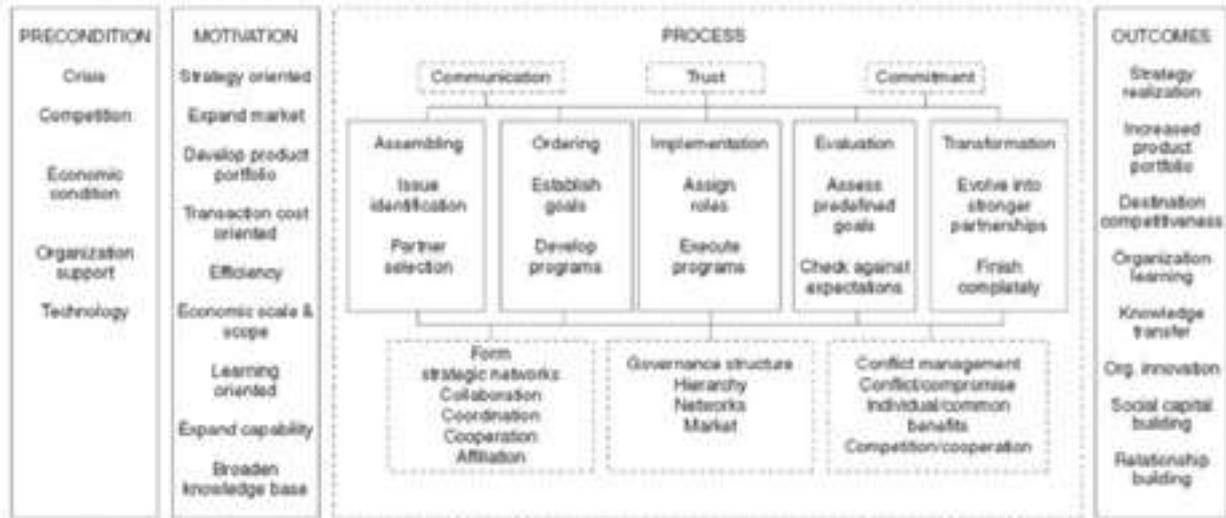
A pesquisa será realizada por meio de abordagem mista, ou seja, qualitativa e quantitativa. Ambas as abordagens se complementam e, em termos operacionais, serão implementadas em fases consecutivas (figura 1) (Gibbs, 2009; Creswell, 2010). Para a tomada desta decisão estratégica foi considerado o tempo disponível para a implementação da pesquisa, assim como os recursos materiais e financeiros previstos para tal também.

A combinação entre as duas abordagens é fundamental para a manutenção da consistência e coerência da pesquisa. O ciclo de pesquisa “emic-etic-emic” proposto por Pun-

nett et al. (2017), foi contemplado como base para o modelo metodológico da pesquisa proposta (figura 1). Neste sentido, torna-se clara e objetiva a sequência lógica de ações propostas para cada da investigação ao longo do tempo.

O modelo conceitual adotado (figura 2) trata do fator “colaboração” na implementação de estratégias mercadológicas em destinações turísticas. Propõe-se, então, a decomposição deste modelo para orientar a elaboração do questionário que será aplicado na fase de pesquisa de campo a ser implementada em 2019.

Figura 2: Modelo conceitual.



Fonte: Wang & Xiang (2007).

Este modelo estrutura-se sobre quatro construtos: pre-condições para a formação de alianças mercadológicas, motivação para o ingresso em alianças mercadológicas, processo formativo de alianças mercadológicas e estratificação dos resultados. Conforme será visto na seção seguinte, a revisão de literatura buscou abarcar aspectos relacionados ao modelo conceitual adotado.

2 Metodologia

Trata-se, pois, de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa. Para a elaboração deste artigo foi feita pesquisa bibliográfica sistemática, cujos resultados foram apresentados na seção de revisão da literatura (Godoy, 1995; Martins & Théóphilo, 2007; Gibbs, 2009; Creswell, 2010).

O referencial teórico sobre a abordagem dos stakeholders foi elaborado a partir de Bornhorst, Ritchie, & Sheehan (2010). Procedeu-se revisão bibliográfica com foco em artigos científicos publicados entre os anos de 2010 e 2017 que houvessem citado a obra em questão. Foi feita pesquisa ano a ano no Scholar Google, sendo identificadas, inicialmente, 257 resultados, sendo nenhuma citação em 2010 (ano da publicação original), quatorze em 2011, trinta e seis em 2012, quarenta e cinco em 2013, quarenta e três em 2014, quarenta e quatro em 2015, quarenta e cinco em 2016 e trinta publicações mencionadas

em 2017 (resultados que possivelmente apresentavam duplicidades ou interferências de quaisquer naturezas).

O referencial teórico sobre competitividade teve foco em artigos científicos publicados entre os anos de 2007 e 2017. A busca partiu das publicações que houvessem citado Wang & Xiang (2007), então procedeu-se pesquisa ano a ano no Scholar Google, sendo identificadas, inicialmente, 125 resultados, sendo nenhuma citação em 2007 (ano da publicação original), zero em 2008, seis em 2009, cinco em 2010, seis em 2011, dezenove em 2012, dezoito em 2013, dezoito em 2014, dezessete em 2015, vinte e um em 2016 e 15 resultados até o dia 30 de agosto de 2017 (resultados que possivelmente apresentavam duplicidades ou interferências de quaisquer naturezas).

3 Resultados e Discussão

A partir do referencial teórico apresentado, sintetizado no quadro 1, foi possível elaborar as hipóteses de pesquisa a serem testadas estatisticamente após a implementação da fase de pesquisa de campo. Foram determinadas, ainda, as variáveis de pesquisa que fundamentarão a criação do instrumento de coleta de dados a ser aplicado futuramente também. Assim, este trabalho buscou relacionar as hipóteses e as variáveis de pesquisa.

Quadro 1: Sintetize das obras analisadas na seção revisão de literatura.

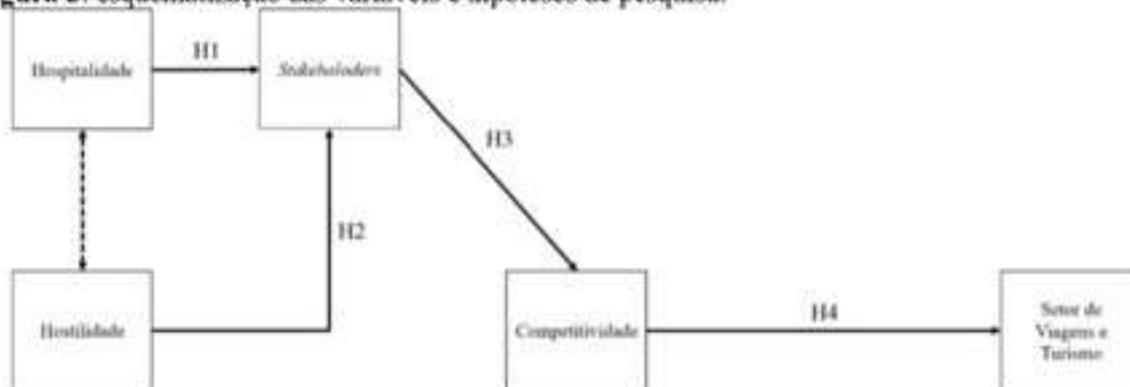
Stakeholders	Competitividade
<ul style="list-style-type: none"> · Adeyinka-Ojo et al. (2014) · Czernek (2013) · Fyall et al. (2012) · Garcia et al. (2012) · Hatipoglu et al. (2014) · Longjit & Pearce (2013) · Saito & Ruhanen (2017) · Valente, Dredge, & Lohmann (2015) · Volgger & Pechlaner (2014) 	<ul style="list-style-type: none"> · Atorough & Martin (2012) · Beritelli, Buffa, & Martini (2015) · Bregoli (2013) · Chim-Mikia & Batista-Canino (2017) · Elbe & Emmoth (2014) · Halkier (2013) · Ness et al. (2014) · Tkaczynski & Rundle-Thiele (2011) · Werner, Dickson, & Hyde (2016) · Zach (2012) · Zemla (2014; 2016)

Fonte: Elaboração dos autores.

O esquema apresentado na figura 3 representa esta relação. Esta representação é resultado da busca pela resposta ao seguinte problema de pesquisa: Por que as rela-

ções de hospitalidade e hostilidade entre os stakeholders do setor de serviços podem interferir sobre a competitividade do turismo brasileiro?

Figura 3: esquematização das variáveis e hipóteses de pesquisa.



Fonte: elaboração dos autores.

É possível observar a representação das relações de hospitalidade e hostilidade – que são dinâmicas e recíprocas – entre os stakeholders do poder público no âmbito do turismo, que influenciam a competitividade do setor de

viagens e turismo em um dado destino turístico. Na figura 4 são representadas, então, as variáveis de pesquisa organizadas junto a cada uma das hipóteses a serem testadas.

Figura 4: Relação entre variáveis e hipóteses de pesquisa.

H1	H2	H3	H4
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Comprometimento • Estabelecer metas • Atribuir funções, tarefas • Modelo para formar redes estratégicas • Afiliação, adesão, aderência • Mercado • Competição, Cooperação 	<ul style="list-style-type: none"> • Confiança • Direcionamento • Reavaliar resultados esperados • Coordenação • Cooperação • Gerenciamento de conflitos • Conflitos, Compromissos 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação de problemas • Desenvolver programas • Executar programas • Avaliação • Avaliar metas predefinidas • Encerrar completamente (capacidade de execução) • Estrutura de governo • Benefícios individuais e coletivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Articulações, reuniões • Seleção de parcerias • Implementação • Transformação • Evolução para parcerias mais fortes • Colaboração • Hierarquia (arranjo institucional) • Redes

Fonte: elaboração dos autores.

A hipótese 1 reúne oito variáveis (H1), a segunda hipótese é composta por um grupo de sete variáveis (H2), a hipótese 3 reúne oito variáveis (H3) e a quarta hipótese também é formada por um grupo de oito variáveis de pesquisa. Cada uma destas dará origem a uma assertiva que será mensurada em uma escala Likert de cinco níveis.

As variáveis apresentadas remontam ao modelo conceitual de Wang & Xiang (2007), sendo que estas trinta e uma fazem parte do processo formativo de alianças mercadológicas, que é um dos construtos fundamentais deste modelo – que foi traduzido livremente pelos autores do presente artigo.

A partir do referencial teórico, então, foram elaboradas as hipóteses de pesquisa assim o que levou à possível aproximação destas com as variáveis originais de Wang & Xiang (2007). Deste modo, estruturou-se a proposta esquemática nas figuras 3 e 4, apresentadas anteriormente.

4 Conclusões

Este trabalho faz parte do processo de validação das variáveis e hipóteses de pesquisa apresentadas. Assim, buscou-se reunir o referencial teórico empregado na fundamentação do processo de elaboração das mesmas assim como a esquematização da relação entre estas.

O objetivo deste artigo foi estruturar o processo de validação das variáveis empregadas para avaliar a competitividade de destinos turísticos no contexto brasileiro. Neste sentido, acredita-se que o trabalho cumpriu seu propósito a contento. Isso significa que se cumpre uma etapa da pesquisa – publicação e validação das variáveis e hipóteses de pesquisa – o que abre caminho para uma nova etapa: elaboração e posterior validação do instrumento de coleta de dados (questionário).

Uma vez que este artigo apresenta resultados parciais de um projeto de pesquisa em andamento, sua fragilidade reside na possível fragmentação do processo reflexivo inerente à investigação. Pesquisas futuras poderão seguir o percurso metodológico apresentado – notadamente o referencial teórico – e, assim, aprofundar a discussão em torno do modelo conceitual adotado (Wang & Xiang, 2007).

Referências

ADEYINKA-OJOA, S. F.; KHOO-LATTIMOREA, C.; NAIRA, V. A framework for rural tourism destination management and marketing organizations. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 144, p.151-163, 2014.

ATOROUGH, P.; MARTIN, A. M. The politics of destina-

tion marketing: Assessing stakeholder interaction choice orientations toward a DMO formation, using the Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument. **Journal of Place Management and Development**, v. 5, n. 1, p. 35-55, 2012.

BENI, M. C. Clusters de turismo. In: BENI, M. C. (Org.) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri (SP): Manole, 2012.

BERITELLI, P.; BUFFA, F.; MARTINI, U. The coordinating DMO or coordinators in the DMO? An alternative perspective with the help of network analysis. **Tourism Review**, v. 70, n. 1, p. 24-42, 2015.

BORNHORST, T.; RITCHIE, J. R. B.; SHEEHAN, L. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. **Tourism Management**, v. 31, n. 5, p. 572-589, 2010.

BREGOLI, I. Effects of DMO Coordination on Destination Brand Identity: A Mixed-Method Study on the City of Edinburgh. **Journal of Travel Research**, v. 52, n. 2, p. 212-224, 2013.

CHIM-MIKIA, A. F.; BATISTA-CANINO, R. M. Tourism co-competition: An introduction to the subject and a research agenda. **International Business Review**, 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

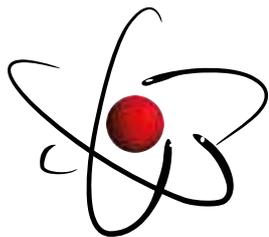
CZERNEK, K. Determinants of cooperation in a tourist region. **Annals of Tourism Research**, v. 40, p. 83-104, 2013. destination governance: Understanding DMO success. **Tourism Management**, v. 41, p. 64-75, 2014.

ELBE, J.; EMMOTH, A. The use of rhetoric in legitimization strategies when mobilizing destination stakeholders. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 3, p. 210-217, 2014.

FYALL, A.; GARROD, B.; WANG, Y. Destination collaboration: a critical review of theoretical approaches to a multi-dimensional phenomenon. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 1, n. 1-2, p. 10-26, 2012.

GARCÍA, J. A.; GÓMEZ, M.; MOLINA, A. A destination-bran-

- ding model: an empirical analysis based on stakeholders. **Tourism Management**, v. 33, p. 646-661, 2012.
- GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.
- HALKIER, H. Innovation and Destination Governance in Denmark: Tourism, Policy Networks and Spatial Development. **European Planning Studies**, v. 22, n. 8, p. 2-12, 2013.
- HATIPOGLU, B.; ALVAREZ, M. D.; ERTUNA, B. Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey. **Journal of Cleaner Production**, v. 111, p. 306-317, 2016.
- LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, v. 12, p. 70-92, 2015.
- LONGJIT, C.; PEARCE, D. G. Managing a mature coastal destination: Pattaya, Thailand. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 2, p. 165-175, 2013.
- MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.
- NESS, H.; AARSTAD, J.; HAUGLAND, S. A.; GRØNSETH, B. O. Destination Development: The Role of Interdestination Bridge Ties. **Journal of Travel Research**, v. 53, n. 2, p. 183-195, 2014.
- PUNNETT, B. J.; FORD, D.; GALPERIN, B. L.; & LITUCHY, T. The Emic-Etic-Emic Research Cycle. **Academy of International Business**, v. 17, n. 1, p. 3-6, 2017.
- SAITO, H.; RUHANEN, L. Power in tourism stakeholder collaborations: Power types and power holders. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 31, p. 189-196, 2017.
- TKACZYNSKI, A.; RUNDLE-THIELE, S. Segmenting destinations: in the eyes of the stakeholders. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, v. 5, n. 3, p. 255-268, 2011.
- VALENTE, F.; DREDGE, D. LOHMANN, G. Leadership and governance in regional tourism. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 2, p. 127-136, 2015.
- WANG, Y.; XIANG, Z. Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing. **Journal of Travel Research**, v. 46, n. 1, p. 75-85, 2007.
- WERNER, K.; DICKSON, G.; HYDE, K. F. Mega-events and increased collaborative capacity of tourism destinations: The case of the 2011 Rugby World Cup. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 5, n. 3, p. 227-238, 2016.
- ZACH, F. Partners and Innovation in American Destination Marketing Organizations. **Journal of Travel Research**, v. 51, n. 4, p. 412-425, 2012.
- ŻEMŁA, M. Inter-destination cooperation: Forms, facilitators and inhibitors. The case of Poland. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 3, p. 241-252, 2014.
- ŻEMŁA, M. Tourism destination: The networking approach. **Moravian Geographical Reports**, v. 24, n. 4, p. 2-14, 2016.



PÔSTER - AS CONTRIBUIÇÕES DAS METODOLOGIAS PARTICIPATIVAS NA CONSTRUÇÃO DO TBC: A EXPERIÊNCIA NA COMUNIDADE JACARÉ, EM TOBIAS BARRETO/SE

Sobre os Autores

SILVA, Rosângela Vieira Sobral¹; NASCIMENTO, Ineila Rosa²

¹Bolsista Propex-IFS e mestranda em Turismo no Instituto Federal de Sergipe - IFS. rosangelaavilela@gmail.com; ²Doutora em Química pela Universidade Federal da Bahia. Professora Titular do Instituto Federal de Sergipe - IFS. ineilarosa@gmail.com.

Introdução

O Turismo Comunitário busca construir a atividade turística com a participação da comunidade local. O turismo rural é um segmento que tem por finalidade, segundo Tulik (2003), Weissbach (2011), Barros Neto, Oliveira e Almeida (2017) promover atividades realizadas em ambientes rurais, proporcionando intensa relação com a natureza histórica local.

As metodologias utilizadas para a construção da atividade turística em comunidades deve colaborar para obter resultados concretos e de acordo com os anseios da comunidade. Este artigo busca apresentar as metodologias participativas que estão sendo utilizadas na área rural do município de Tobias Barreto/SE, para a conclusão da dissertação de mestrado.

Pretende-se caracterizar os aspectos sociais, culturais, ambientais, produtivos e econômicos presentes na localidade; identificar as potencialidades para o turismo; realizar um levantamento das demandas para a capacitação dos membros da comunidade e traçar estratégias de planejamento junto à comunidade, visando a implantação e desenvolvimento de um turismo rural de base comunitária sustentável.

Resultados e Discussão

A partir das metodologias utilizadas constatou-se que:

- Trabalho coletivo para fortalecer as atividades turísticas que já ocorrem na região;
- Identificação de sete potenciais atrativos turísticos (riachos, serras, artesanato, agricultura familiar) que estão localizados na Comunidade Jacaré e em comunidades vizinhas, que são os povoados Nova Brasília, Samambaia, Pitombas e Fazenda Salgado;
- Percepção de que um dos elementos principais para o desenvolvimento da atividade turística é a organização;
- Construção do produto final do mestrado;
- Articulação dos potenciais atrativos elencados pela comunidade para a construção de um roteiro turístico.



Imagem 2. Mapa da comunidade. Foto: As autoras, 2018.

Material e Métodos



Imagem 1: 1ª Oficina com a identificação das potencialidades. Foto: As autoras, 2018.

Conduta dos dados:

- Pesquisa bibliográfica
- Pesquisa documental;
- DRP (Diagnóstico Rápido Participativo). (VERDEJO, 2006)

Método da pesquisa:

- Pesquisa ação;
- Pesquisa qualitativa.

Conclusão

As metodologias participativas utilizadas no projeto até o momento, já apresentam respostas significativas que contribuem não só para o ambiente acadêmico, mas principalmente para a comunidade onde é desenvolvido o projeto do mestrado.

Desta forma, enfatiza-se que o processo metodológico utilizado traz resultados positivos à dissertação, visto que contribuirá para a construção do Plano de Gestão, para a elaboração do roteiro turístico e trará ainda respostas para as lacunas que identificadas no caminho da pesquisa.

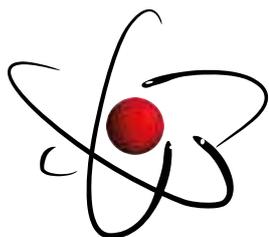
Referências

- BARROS NETO, Jaime José da Silveira et al. Histórico da Legislação Brasileira para o desenvolvimento do Turismo Rural no Século XXI. *Revista A Barriguda*, Campina Grande, v. 7, p. 61-75, 2017. Disponível em: < <http://www.abarriguda.org.br/revista/index.php/revistaabarrigudaarepb/articulo/view/332/197> > Acesso em: 05 dez. 2017.
- VERDEJO, Miguel Expósito. *Diagnóstico Rural Participativo*: um guia prático. Secretaria de Agricultura familiar, MDA, Brasília, 2006.
- TULIK, Olga. *Turismo Rural*. São Paulo: Aleph, 2003.
- WEISSBACH, Paulo Ricardo Machado. *Turismo no espaço rural: um ensaio de uma tipologia e outros conceitos*. 1 ed. Curitiba, PR: CRV, 2011.

REALIZAÇÃO:



INSTITUTO FEDERAL
Sergipe



PÔSTER - DESENVOLVIMENTO DE METODOLOGIA PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS SISTEMATIZADO POR MEIO DE UM SOFTWARE

Sobre os Autores

A SAMPAIO, E. A. ¹; ANDRADE FILHO, J. A. ¹; BARROS NETO, J. J. S. ¹
¹. Programa de Pós Graduação de Mestrado Profissional em Turismo- Instituto Federal de Sergipe
 eifaneavelina@yahoo.com.br augustoa@gmail.com jamesbng@hotmail.com

Introdução

A decisão sobre a metodologia a ser adotada em um processo de planejamento é talvez, o passo mais importante, pois implica em processos que visem, orientar o desenvolvimento turístico de um empreendimento, de uma localidade, região, municípios, estado ou país, resultando em ações que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, que garanta investimentos públicos e privados e que comobore com os princípios da sustentabilidade (VIGNATI, 2012).

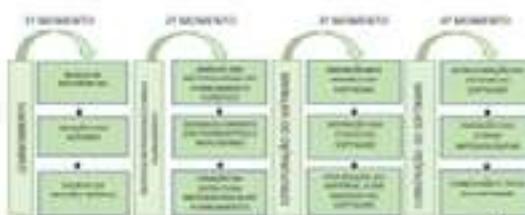
Diante dessa importância, é preciso repensar a articulação entre turismo e planejamento, afastando-a de uma visão estática e ultrapassada de gestão, bem como, desenvolver novos procedimentos metodológicos com abordagens sociais e tecnológicas inovadoras e suas aplicabilidades por meios de sistemas e processos informacionais e computacionais.

Desse modo, o projeto ora proposto tem como objetivo desenvolver um novo procedimento metodológico de planejamento e gestão municipal de destinos turísticos, sistematizado por meio de uma Tecnologia Computacional, software, o qual apresente como resultado o documento técnico: Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.

Material e Métodos

- **Desenvolvimento de Processo metodológico de Planejamento:**
 - Pesquisa Bibliográfica; Pesquisa Documental;
 - Revisão sistemática de Literatura (RSL);
- **Desenvolvimento do Software:**
 - Framework estrutural: Metodologia Scrum

Figura 1: Etapas de realização de pesquisa



Resultados e Discussão

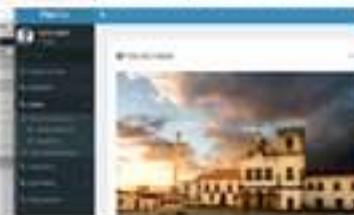
Com o desenvolvimento do projeto, espera-se que sejam gerados uma metodologia de Planejamento e Gestão do Turismo que atenda as variáveis e etapas do processo do planejamento, e um software para sistematização da metodologia, e que estes produtos possam instruir aos gestores de turismo na elaboração dos Planos Municipais, contribuindo com os seguintes aspectos: diminuição de tempo de operações básicas do planejamento; redução de custos; eliminação de retrabalhos; aumento da eficiência da gestão do turismo e consequentemente um diferencial competitivo para o destino.



Figura 2: Protótipo de Tela do Software

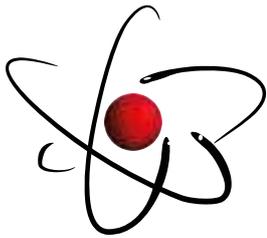


Figura 3: Protótipo de Tela do Software



Referências

VIGNATI, Frederico. **Gestão de destinos Turísticos**. Como atrair pessoas para pólos, e países. Rio de Janeiro: Senac, 2012.



PÔSTER - DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO PARA IMPLEMENTAÇÃO DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO POVOADO PALMEIRAS, MUNICÍPIO DE MALHADOR, SERGIPE

Sobre os Autores

Igor Augusto dos Santos(1); Larissa Menezes Lino(2).

(1) e (2) Tecnólogos em Gestão de Turismo.

E-mail: im.igor442@gmail.com, larylino96@gmail.com

Introdução

As transformações ocorridas na sociedade globalizada, impulsionadas a convergência e a prática do turismo. A atuação do turismo tem sido impulsionada e promovida como um fator de inclusão da sociedade, promovendo o crescimento e desenvolvimento de cidades e estimulando a geração de empregos e renda, beneficiando quem participa esta atividade (MOCINA, 2009).

O crescimento exacerbado da atividade turística favoreceu a geração de diversos setores, turísticos e não-turísticos, para a sociedade na qual está inserido. Deste modo, o turismo, quando bem planejado, é um poderoso gerador de benefícios para desenvolvimento cultural, pelo fato de estimular a melhoria de tudo o que concerne economia de cada terra que hospede esta ação.

Sempre em expansão no Brasil Nordeste, com uma área de 23.919 km² e população de 22,22 milhões, abrangendo 1,60% do território brasileiro e 6,26% do território nacional. Não obstante é possível perceber que toda sua população é distribuída em uma 77 municípios (IBGE, 2010).

O povoado Palmeiras está localizado no município de Malhador, a poucos quilômetros da margem esquerda do Rio Jacaré. O município está localizado no município do Agreste de Malhador, distante 09 km do capital do Estado, a cidade de Malhador com a capital e com outros municípios vizinhos é feita através das rodovias estaduais BR - 176 e BR - 245, que se liga a BR-301 (RONSIN *et al*, 1999).

A questão malhadora desta cidade é: de que forma o diagnóstico participativo de base comunitária do Povoado Palmeiras, município de Malhador, viabiliza o desenvolvimento local?

Nessa perspectiva é, em conformidade com a questão levantada o objetivo deste trabalho é:

- Analisar os aspectos turísticos do Povoado Palmeiras, município de Malhador, em Sergipe, em perspectiva de criar um produto de turismo de base comunitária;
- Descrever os aspectos turísticos e culturais existentes;
- Avaliar a infraestrutura turística;
- Propor um diagnóstico participativo do Povoado Palmeiras com vistas a implementação do turismo de base comunitária.

A pesquisa tem o objetivo de analisar a comunidade com um todo, com o propósito de estimular a geração de emprego e renda para as pessoas que vivem na localidade e dialogar com o povoado com um potencial turístico.

Resultados e Discussão

Foi realizada, no dia 23/09/2017, a oficina de diagnóstico participativo, à qual estiveram presentes 10 pessoas, que contribuíram significativamente nos resultados de pesquisa. Foi discutido de tudo os aspectos culturais existentes na comunidade e os fatores locais para participação da oficina, no entanto no dia da realização da oficina os aspectos presentes pessoas que, de fato, dialogar com a comunidade através de atividades.

Na realização da oficina foram usadas cartilhas para construção de painéis, com os seguintes temas: importância de obter (não de tirar) a vida; pontos fortes e pontos fracos; oportunidades e obstáculos. Essas painéis serviram para gerar ideias e discutir os problemas através dos dados obtidos pelas entrevistas que estavam presentes no sistema. Com os resultados adquiridos os autores fizeram uma análise e observou as dificuldades que o povoado está passando. Foi utilizada, na oficina de diagnóstico participativo local, a análise SWOT, pontos fortes e fracos (aspectos internos), oportunidades e obstáculos (aspectos externos).

Quadro 01 - Análise SWOT

Forças (F)	Oportunidades (O)
<ul style="list-style-type: none"> • Localização estratégica do povoado em relação ao rio Jacaré. • Proximidade com o município de Malhador. • Presença de pontos turísticos e culturais. • Disponibilidade de mão de obra local. • Acesso por via terrestre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do turismo de base comunitária. • Valorização da cultura local. • Desenvolvimento de produtos turísticos. • Aumento da geração de emprego e renda. • Melhorias na infraestrutura turística.
Frquezas (F)	Oportunidades (O)
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de infraestrutura turística adequada. • Baixa renda da população local. • Falta de planejamento turístico. • Dificuldade de acesso por via terrestre. • Falta de divulgação turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investimento em infraestrutura turística. • Realização de eventos turísticos. • Criação de produtos turísticos inovadores. • Capacitação da população local. • Parceria com o município de Malhador.

Material e Métodos

A pesquisa consistiu-se de quatro fases sendo elas:

- ✓ Na primeira fase foram realizadas pesquisas bibliográficas, através de livros, artigos científicos, documentos e revistas de turismo, com o objetivo de se aprofundar no tema, com vistas de conhecer por e tirar ideias;
- ✓ Na segunda fase foram aplicadas as questionários estruturados à comunidade, no sentido de obter dados de **informações básicas e dos aspectos turísticos**. O objetivo do propósito é o povoado Palmeiras, que possui 1.000 habitantes, obter uma lista de moradores com o intuito de 10 pessoas representativas, para responderem ao questionário. A partir desses dados, os autores da pesquisa fizeram um levantamento turístico;
- ✓ Na terceira fase foi desenvolvido, junto à comunidade e oficina de diagnóstico participativo que teve como objetivo obter as informações, pontos e os aspectos turísticos, pois, assim, contribuído com o projeto de desenvolvimento de turismo de base comunitária, a fim de diagnosticar o estado do povoado. Nesse sentido, utilizou-se ainda a Matriz SWOT, no sentido de oferecer um instrumento de análise através resultados em campo de análise dos pontos fortes e fracos (aspectos internos), oportunidades e obstáculos (aspectos externos). Segundo Petrocchi (1996), as finalidades dessa análise são: FOF, Na questão obtida;
- ✓ Na quarta fase foram apresentados os resultados de pesquisa, o que levou aos autores a fazer uma análise a fim de verificar se a localidade de povoado Palmeiras está apta para o turismo de base comunitária. Dessa forma, tem-se a perspectiva de gerar emprego e renda para a comunidade local, a partir desses resultados.

Conclusão

Concluiu-se inicialmente no campo discursivo da pesquisa, o objetivo foi a implementação em projeto um Diagnóstico Participativo para implementação do Turismo de Base Comunitária do Povoado Palmeiras, município de Malhador.

Os resultados desta pesquisa levaram a necessidade de desenvolvimento entre a comunidade local e a gestão municipal, com o intuito de buscar melhorias no campo de educação, saúde, infraestrutura e lazer. Nessa pesquisa buscamos compreender e analisar as necessidades da comunidade do povoado Palmeiras, suas especificidades e características de base, e sempre com a ideia para o turismo, isso que representa, na atualidade, desenvolvimento.

Os aspectos turísticos do Povoado Palmeiras foram aspectos relevantes que é de suma importância para a comunidade. É primordial trabalhar que nos níveis de turismo e em dados estatísticos, as pessoas gostam de passar a fim de melhorar de Cachoeira e de Rio Jacaré II, observando os aspectos desde aspectos de infraestrutura básica que ainda há necessidade dos visitantes. A localidade ainda possui aspectos com potencialidade, e ao longo da obra foram obtidos pontos na via, desenvolvendo a localidade. A falta de investimento do poder público trouxe a oportunidade que não tivemos representamos para os visitantes e obter a potencialidade turística que os mesmos podem oferecer.

Referente a esses problemas, a partir desse que está em andamento a implementação dos estudos com a comunidade, mas não são projetos para a implementação. Em relação ao turismo a pesquisa mostrou que é necessário a análise dos pontos fortes, fracos e oportunidades de promover investimentos através da pesquisa que foram desenvolvidos e promovido. É importante ressaltar a perspectiva de obter dados.

Nessa pesquisa, o material produzido que a gestão municipal tem a responsabilidade de garantir para a comunidade, não atendendo as necessidades da mesma. A comunidade local acredita que o turismo pode ser um agente transformador de valores, na perspectiva da geração de emprego e renda, porém é necessário o uso de políticas públicas que fortaleçam e sustentem projetos que visem beneficiar os moradores e a comunidade.

Referências

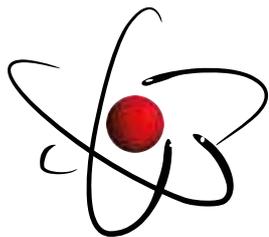
BRASIL. *Censo demográfico 2010*. IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 20/11/2017.

CSAR, P. A. B., STELLANO, B. V. *Aspectos turísticos principais etapas da elaboração do plano de desenvolvimento turístico* - Campinas, SP: Editora Atlas, 2008.

ZEUS, L. M., OLIVEIRA, M. L., SANTOS, M. B., LIMA, V. R. G. *Malhador: nossa terra, nossa gente*. Malhador, Sergipe, 1999. Apostila produzida para atividades didáticas.

HOLINA, S. *Turismo: metodologia e planejamento*. Baurer, SP: Edusp, 2005.

PETROCCHI, M. *Turismo: planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, 1996.



PÔSTER - OURICURI, PRODUÇÃO ARTESANAL E TURISMO EM ALAGAMAR – PIRAMBU/SE

Sobre os Autores

Silene Lazarito Alves.¹; Lício Valério Lima Vieira.²; Leandra Caroline³

INTRODUÇÃO

A fibra vegetal da palmeira do Ouricuri é considerada um recurso importante em diversas comunidades rurais, com relevante contribuição para o desenvolvimento do artesanato de palha e das populações que mantêm essa matéria-prima como fonte de renda.

Por outro lado o turismo mantém relação direta com a cultura e neste caso específico com o artesanato. Diante deste contexto, esta pesquisa se desenvolve na perspectiva de identificar estratégias que valorizem a relação entre o turismo e o artesanato na Comunidade Alagamar em Pirambu/SE.



Figura 1: Palmeira do Ouricuri



Figura 2: Fibra vegetal da palmeira do Ouricuri

OBJETIVO GERAL

Elaborar um catálogo promocional e turístico da diversidade da produção artesanal da fibra do Ouricuri, desenvolvida pelas artesãs do povoado Alagamar em Pirambu/SE.

MATERIAIS E MÉTODOS

O método de abordagem será o fenomenológico, através da realização de entrevistas com diversos atores sociais locais, complementado com pesquisa bibliográfica e documental, e ainda, observação sistemática.

Serão realizadas portanto observações das condições climáticas, sociais, financeiras, culturais e turísticas, por meio da pesquisa-ação, e ainda, com a realização de seminários e oficinas.

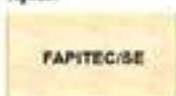


Figura 3: no processo de extração da fibra do Ouricuri



Figura 4: tapeira feita de fibra do Ouricuri

Apoiado:



FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O artesanato é uma das representações da identidade cultural de uma região; pode ser caracterizado por ser útil, funcional, decorativo, litúrgico e lúdico. Artesanato é toda atividade produtiva que resulta em objetos e artefatos acurados, confeccionados manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade (SEBRAE, 2004, p.21).

Além disso, afirma Tabosa (2007), a cadeia produtiva artesanal traz símbolos de flexibilidade, criatividade, cooperação, forma de organização, motivação, consideração e respeito ao meio ambiente, transferência de conhecimentos dentre outros. Dando equilíbrio sintético a forma de sentir, viver, fazer e visualizar o mundo como ele realmente se apresenta cotidianamente. Ainda para o autor "[...] a visão da cadeia produtiva é uma forma de agregar valor aos produtos artesanais e aumentar a prosperidade de suas comunidades produtoras como uma estratégia de competitividade, equidade, inovação e desenvolvimento sustentável." (TABOSA, 2007, p. 47).



Figura 5: Peças de fibra do Ouricuri

RESULTADOS ESPERADOS

- Identificar práticas conscientes e sustentáveis, em prol do meio de vida da comunidade e seu espaço social e econômico;
- Contribuição científica para o desenvolvimento do Litoral Norte de Sergipe;
- Espera-se que o catálogo venha dar visibilidade à comunidade de Alagamar a partir da divulgação do artesanato e assim tornando uma localidade mais evidente diante da sociedade, da atividade turística (turista e visitante);
- Evidenciar a identidade cultural de uma comunidade e seu papel diante da importância em salvaguardar elementos tradicionais da história e do patrimônio cultural material.



Figura 6: objeto de fibra do Ouricuri

REFERÊNCIAS

- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, 2004, p. 24. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/images/sebrae/sebrae_ppt0004.pdf. Acesso em: 07 jan. 2018.
- SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO. Povoado Alagamar recebe visita de planejamento. *36 Anos de Fomento de 2018*. Secretaria Municipal de Planejamento. Disponível em: <http://povoado-alagamar.socorro.br/pt-br/planificacao/>. Acesso em: 23 fev. 2018.
- TABOSA, Tábata César M. "Criando uma Proposta de Valor para os Consumidores Conscientes: Produtos Artesanais, Sotilezas do Estar e Anar". Revista Anuário de Artes e Ofícios. CIDAP - Centro Interamericano de Artesanato y Artes Populares DE LA Organización de Estados Americanos número 63-64, julho de 2007. Quercia, Ecuador. Disponível em: <http://www.consejoandino.com.br/images/Artesanato%20Interamericano%20Cultural%2007%2014.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2018.