

# Cenário

#11



## **Revista CENÁRIO**

Associada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília  
[www.unb.br](http://www.unb.br)

É permitida a reprodução dos artigos desde que se mencione a fonte.



## **UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

Reitora: Márcia Abrahão Moura

## **Centro de Excelência em Turismo**

Diretor: Neio Lucio de Oliveira Campos

## **Programa de Pós-Graduação**

Coordenador: Luiz Carlos Spiller Pena

## **REVISTA CENÁRIO**

Editora Responsável: Marutschka Martini Moesch

Editores Executivos: Kerlei Enele Sonaglio, Lívia Barros da Silva Wiesinieski, Luiz Carlos Spiller Pena

Administração do site, Projeto gráfico, capa e diagramação: Lívia Barros da Silva Wiesinieski

Normatização: Barbara Rodrigues, Mariana Tomazin

Periodicidade: semestral

Divulgação eletrônica

## **Endereço para correspondência do Cet /UnB**

Campus Universitário Darcy Ribeiro - Gleba A, Bloco E - Av. L3 Norte, Asa Norte - Brasília-DF, CEP: 70.904-970

## **Telefones:**

55(61) 3107-6000/ 3107-6001/ 3107-5981

Fax: 3107-5972

---

Cenário – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília,

v. 6, n. 11 (2018). – Brasília

Semestral

1. Turismo. Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo.

**Fotografias de Barbara Rodrigues**

## **Comitê Científico da Revista**

### **Conselho Editorial:**

Marutschka Moesch, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil – Editora Chefe  
Kerley Sonaglio, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil – Editora Executiva  
Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil – Editora Executiva  
Luiz Carlos Spiller Pena, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil – Editor Executivo  
Susana Gastal, Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil  
Ilia Alvarado Sizzo, Universidad Nacional Autónoma de México - México  
Maria Eunice Maciel, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Brasil  
Everaldo Batista Costa, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Mario Carlos Beni, Universidade de São Paulo - Brasil  
Luiz Octávio de Camargo (UAM, BR),  
Cristiane Luce, Universidade Federal de Minas Gerais - Brasil

### **Comitê Científico:**

Ada de Freitas Maneti Dencker, Universidade Anhembi Morumbi (UAM) - Brasil  
Aguinaldo César Fratucci, Universidade Federal Fluminense (UFF) – Brasil  
Anderson Pereira Portuguesez, Universidade Federal de Uberlândia (UFU) - Brasil  
André de Almeida Cunha, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Bernadete Aparecida Caprioglio de Castro, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – Brasil  
Donária Coelho Duarte, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Eduardo Abdo Yáziqi, Universidade de São Paulo (USP) - Brasil  
Eloísa Pereira Barroso, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Everaldo Batista da Costa, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Flávia Baratieri Losso, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) - Brasil  
Francisco Antonio Dos Anjos, Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) – Brasil  
Helena Araújo Costa, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Iara Lúcia Gomes Brasileiro, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil  
João Paulo Faria Tasso, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil  
Kerlei Enele Sonaglio, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Leandro Benediti Brusadin, Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) - Brasil  
Luiz Carlos Spiller Pena, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Marutschka Martini Moesch, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Neio Lúcio de Oliveira Campos, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Neuza de Farias Araújo, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil  
Paula Wabner Binfaré, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) – Brasil  
Regina Schluter, Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)/Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET) - Argentina  
Rodrigo Cardoso da Silva, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB) - Brasil  
Rodrigo Meira Martoni, Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) - Brasil  
Silvio José de Lima Figueiredo, Universidade Federal do Pará (UFPA) – Brasil  
Sinthya Pinheiro Costa, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) – Brasil  
Soraya Kobarg de Oliveira, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) - Brasil  
Susana de Araújo Gastal, Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil  
Vander Valduga, Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Brasil  
Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – Brasil

# SUMÁRIO



## **EDITORIAL, 5**

Marutschka Martini Moesch

## **PROJETO POLÍTICO ACADÊMICO, 8**

### **ARTIGOS**

- **TURISMO, INFORMAÇÃO E SENTIDO: REFLEXÕES ACERCA DA APLICAÇÃO DA TEORIA DO SENSE-MAKING NO TURISMO E DA NECESSIDADE DE IR ALÉM, 17**

*Tourism, information and Sense-Making: thinking over the use of Sense-Making Theory in tourism and the need to go beyond*

Juliana Medaglia, Carlos Eduardo Silveira

- **TURISMO, UNIDADES DE CONSERVAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL: UMA ANÁLISE DA "ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL RECIFES DE CORAIS" (APARC), 35**

*Tourism, Protected Areas and Social Inclusion: An analysis of the "Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais" (APARC)*

Wagner Araújo Oliveira, Kerlei Enele Sonaglio

- **Estudo bibliográfico do turismo e dos museus na conformação de paisagens culturais, 58**

*Bibliographical study of tourism and museums in the conformation of cultural landscapes*

Marina Marins Morettoni

- **Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade, 85**

*Leisure and LGBT tourism in Brasilia / DF from the perspective of hospitality*

Agatha Rita Doroteia Tavares Guerra, Lívia Cristina Barros da Silva Wiesinieski, Iara Lúcia Gomes Brasileiro

- **Apoio de residentes ao desenvolvimento do Turismo na cidade de Florânia, Rio Grande do Norte, Brasil, 92**

*Support of residents to the development of Tourism in the city of Florânia, Rio Grande do Norte, Brazil*

Helayne Claedna de Souza Silva, Marcelo Chiarelli Milito, Ana Catarina Alves Coutinho, Mayara Ferreira de Faria

- **Turismo Ferroviário contribuições e entraves do grupo de trabalho interministerial para gestão responsável do patrimônio ferroviário brasileiro, 114**

*Rail Tourism: Contributions and Barriers of the Interministerial Working Group for Responsible Management of the Brazilian Railway Heritage.*

Vânia Oliveira Antunes, Flávia Luciane Scherer

# EDITORIAL



O Centro de Excelência em Turismo, da Universidade de Brasília, tem a satisfação de tornar publica mais uma edição da Revista Cenário, seu Volume 6, número 11. Periódico que tem o compromisso de tratar o campo do Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia como objetos de pesquisa interdisciplinar no campo das Ciências Sociais.

Esse periódico mantém seu compromisso com a divulgação de ideias comprometidas com uma sociedade plural, justa, solidária onde as pesquisas e seus resultados são instrumentos de religação entre a universidade publica e a sociedade. Todo o espaço possível de debate deve ser espaço de resistência diante dos caminhos preocupantes - por seu caráter autoritário e fundamentalista - dos rumos do Brasil a partir de janeiro de 2019. Quando as iniciativas do novo governo saírem do papel e forem postas em prática vai se instaurar um confronto aberto entre valores conservadores e neoliberais e grupos sociais pluralistas que defendem e respeitam as diversidades existenciais que se formataram no período democrático (1985-2016).

Estamos submetidos à violência *simbólica* encarnada pelos pronunciamentos nas redes sociais, na prática do *firehosing* - envio de mensagens que funciona como um mecanismo psicológico, que podem ser assimiladas pela persuasão mesmo sendo mentiras - reproduzem um discurso de relações de dominação social e impõem um certo universo de sentido, permitindo que mentiras óbvias consolidem crenças absurdas para o pensamento moderno. Chega o momento histórico em que devemos ter a capacidade de descrever esta certa *premonição histórica* do porvir de uma tragédia.

Lembremos que as Ciências Humanas se constituíram no início do século XIX, momento da transição da era da representação a da positividade, ou seja, a promoção da lógica e de seu formalismo, do *entendimento* das representações ao entendimento do discurso e da reflexão discursiva sobre o discurso. A necessidade de denunciar os discursos das representações pelo espírito que reivindica o conhecimento positivo, ou seja, um pensamento realista da sociedade foi o campo de batalha da ciência moderna, onde a razão kantiana foi glorificada. Século dos déspotas esclarecidos, da verdade escancarada, da irradiação da ciência, da Razão em luta contra as trevas, do mundo repensado à luz natural, da materialidade da história, de uma força histórica agindo em todos os sentidos contra o fundamentalismo religioso.

Ser resistência a essa onda conservadora que assola princípios da modernidade em nossa sociedade tanto pelo retrocesso nas políticas publicas, quanto no aumento da repressão e perseguição política, volta de métodos de censura e difamação com base em intimidação, assim desrespeitando o que há de substantivo na democracia, o respeito ao outro e a pluralidade do pensamento, nos impõem um posicionamento editorial mínimo, o de ser *resistência a quem está mexendo em nossa existência*.

Esperançamos, não é o fim da história, mas tempos do enfrentamento desta onda conservadora que vai exigir dos democratas coragem para defender seus direitos, a qual deve ser somada a alegria trazida pela leveza do tempo de lazer, das práticas de tolerância com o diferente construídas pela hospitalidade, da amorosidade dos espaços de gastronomia e do encontro pacífico entre culturas proporcionado pelo turismo humanizador.

Nesse volume da Revista Cenário a equipe editorial apresenta o seu Projeto Político Acadêmico, documento que torna transparente as(os) leitoras(es) e autoras(es) sua maneira de atuação orientada pela missão em compreender o *Turismo, o Lazer, a Hospitalidade e a Gastronomia* e suas dinâmicas sobre os territórios como fenômenos sociais que merecem a publicização dos resultados de pesquisas, debates, teorias e métodos críticos, que igualmente fortaleçam uma Epistemologia do Sul, descolonizadora. Nesse sentido, organizou para seus leitores artigos que trazem os significados de um turismo mais humano como no artigo *Turismo, Informação e sentido*, de Juliana Medaglia e Carlos Eduardo Silveira, e, *Turismo, Unidades de Conservação e Inclusão Social: Uma análise da “Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais”* (APARC), de Wagner Araújo Oliveira e Kerlei Eniele Sonaglio. Destacou a relação do turismo com lugares de memória nos artigos sobre *Turismo Ferroviário*, de Vânia Oliveira Antunes e Flávia Luciane Scherer, no *Estudo bibliográfico do turismo e dos museus na conformação de paisagens culturais*, de Marina Marins Moretoni, e no *Turismo Cívico e Educação*, de Nicecleide Pereira da Costa. As leituras também incluem abordagens sobre o turismo e o protagonismo dos sujeitos turistas e residentes, a partir do artigo intitulado *Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade* de Agatha Rita Doroteia Tavares Guerra, Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski e Lara Brasileiro, e o artigo *Apoio de residentes ao desenvolvimento do Turismo na cidade de Florânia, Rio Grande do Norte, Brasil*, dos autores Helayne Claedna de Souza Silva, Marcelo Chiarelli Milito, Ana Catarina Alves Coutinho, Mayara Ferreira de Faria.

Boa leitura,

Marutschka Moesch  
Editora Chefe

Luiz Carlos Spiller Pena  
Editor Executivo

# PROJETO POLÍTICO ACADÊMICO





Projeto Político Acadêmico

**Revista Cenário**

**Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**

Centro de Excelência em Turismo - Universidade de Brasília

Editora Chefe - Dr<sup>a</sup>. Marutschka Martini Moesch

Centro de Excelência em Turismo

Universidade de Brasília

ISSN 2318-8561



DOI:[https:// 10.26512/revistacenario.v6i11](https://10.26512/revistacenario.v6i11)

Brasília-DF, Brasil.

Dezembro de 2018

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| 1. Criação e histórico da Revista Cenário  | 11 |
| 2. Missão e objetivo científico da Revista Cenário                               | 12 |
| 3. Construção e atuação do Conselho Editorial da Revista Cenário                 | 12 |
| 4. Construção e atuação do Conselho Científico da Revista Cenário                | 13 |
| 5. Construção e atuação do Conselho Técnico da Revista Cenário                   | 14 |
| 6. Características das publicações da Revista Cenário (volumes, números, normas) | 15 |
| 7. Fluxo de edição e publicação dos números por parte da Revista Cenário         | 16 |

## 1 CRIAÇÃO E HISTÓRICO DA REVISTA CENÁRIO

A Revista Cenário é uma revista científica que publica artigos inéditos sobre a dinâmica contemporânea de Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia em seus estudos interdisciplinares.

A proposta originária desta Revista nasce no seio do grupo de pesquisadores do Programa de Mestrado em Turismo, do Centro de Excelência em Turismo, da UnB, no ano de 2013. Resultado do debate estabelecido sobre a importância de publicizar as pesquisas realizadas na área de concentração do programa como ampliar o impacto das produções expressas pelas dissertações de mestrado produzidas. Soma-se a essas intenções o pequeno número de periódicos existentes na área de Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia que desse vazão as inúmeras produções científicas realizadas.

O projeto foi iniciado em um momento singular para os estudos do Turismo, em que estava sendo vislumbrada uma nova epistemologia para a área, mas também pela conjuntura que ocorreu a com o advento de grandes eventos programados para o Brasil, em especial a Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas.

O objetivo original foi o de discutir e trazer “à arena dos debates questões que interessavam ao saber e a excelência acadêmica na área do Turismo e suas interfaces e das possibilidades interpretativas que o campo nos oferece. Queremos ainda, com esta publicação, estabelecer diálogo com diferentes áreas do saber, levando em conta que o Turismo, pela sua interdisciplinaridade, comunica-se e integra-se com várias disciplinas do campo do conhecimento e por reconhecer as contribuições que outras áreas fornecem para a compreensão da sociedade.” (Editorial de 2013, vol.1, nº1).

O processo foi iniciado com a criação de um grupo de trabalho composto por servidores técnicos da biblioteca setorial, da assessoria da comunicação e a coordenação e professores do Programa de Mestrado Profissional em Turismo todos do CET/UnB. A elaboração do designer da Revista ficou a cargo de um profissional e a escolha das fotografias como forma estética de apresentação relaciona-se aos inúmeros imaginários que os cenários da realidade e hiper-realidade no Turismo produzem aos seus praticantes.

No ano de 2017 a Cenário já havia percorrido um caminho de consolidação tendo publicado 9 volumes, sem descontinuidade no processo como avaliado pelo Qualis CAPES 2015 B4. Importante registrar nesse caminho a inestimável contribuição de colegas como a Coordenadora do Programa de Mestrado em Turismo da época Dr<sup>a</sup> Karina Dias, da assessora de comunicação do CET Inês Ulhôa, da bibliotecária setorial Denise Bacellar, do Diretor do CET Dr. Neio Campos, e dos primeiros editores que alicerçaram essa trilha Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Karina Dias, Prof. Dr. Everaldo Costa, Prof. Dr. Biagio Avena.

Em uma nova etapa a Cenário prepara-se para ampliar seu percurso na publicação científica interdisciplinar em Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia razão deste novo projeto político acadêmico.

## **2 MISSÃO E OBJETIVO CIENTÍFICO DA REVISTA CENÁRIO**

Construir um espaço simbólico de publicização de pesquisas, debates, teorias e métodos críticos na busca de uma Epistemologia do Sul, descolonizadora, sobre as compressões dos fenômenos sociais, como o Turismo, o Lazer, a Hospitalidade e a Gastronomia e suas dinâmicas sobre os territórios é a missão da Revista Cenário.

A Revista Cenário é um periódico que tem o compromisso de tratar o campo do Turismo, Hospitalidade, Lazer Gastronomia como objetos de pesquisa interdisciplinar. O conhecimento interdisciplinar manifesta ainda um estado de carência como método de pesquisa, o que incentiva a defender espaços de sua disseminação, a fim de romper com os feudos disciplinares acadêmicos que pouco tem contribuído para um conhecimento emancipador. O conhecimento pertinente é aquele capaz de situar qualquer informação em seu contexto e, se possível, no conjunto em que estiver inscrita, contextualizando e englobando de forma crítica. Criar uma ciência do Turismo significa buscar dar conta da complexa multiplicidade do que é humanos no processo de fluxos- mobilidades- e fixos- nos encontros. O estudo do Turismo requer um questionamento sistemático de tudo que envolve o fazer-saber turístico, e do que se quer fazer. O saber turístico é e será objeto de desconstrução permanente em suas relações interdisciplinares com a Hospitalidade, o Lazer e a Gastronomia.

O olhar interdisciplinar, que possibilita a troca e cooperação, possibilita a organicidade, estabelecendo pontos entre ciências e disciplinas não comunicantes.

## **3 CONSTRUÇÃO E ATUAÇÃO DO CONSELHO EDITORIAL DA REVISTA CENÁRIO**

Por ser um periódico com a missão de publicizar de forma científica as produções de professores, pesquisadores, estudantes e a profissionais em geral do Brasil e América Latina, Revista Cenário congrega uma equipe de acadêmicos comprometidos com a realidade crítica do Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia no continente. Ao longo de sua consolidação espera-se agregar profissionais de diferentes países Latino Americanos e de outras partes do mundo.

O Conselho Editorial está hoje integrado pelas (os) seguintes (res) representantes: Dr<sup>a</sup> Marutschka Moesch (UnB, BR – Editora Chefe), Dr<sup>a</sup> Kerley Sonaglio (UnB, BR – Editora Executiva), Dr<sup>a</sup> Susana Gastal (UCS, BR), Dr<sup>a</sup> Ilia Alvarado Sizzo (UNAM, MX), Dr<sup>a</sup> Maria Eunice Maciel (UFRGS, BR), Dr Everaldo Batista Costa (UnB, BR), Dr Luiz Carlos Spiller Pena (UnB, BR – Editor Executivo), Dr Mario

Carlos Beni (USP, BR), Dr Luiz Octávio de Camargo (UAM, BR), Ms Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski (UnB, BR – Editora Executiva) e Drª Cristiane Luce (UFMG, BR).

As atribuições do Conselho Editorial correspondem:

- a) Emitir o primeiro parecer genérico dos artigos submetidos à Revista Cenário, com respeito o alinhamento do conteúdo da Revista, suas normas e objetivos (a cada 1 ou 2 anos, o Editor Chefe convidará um membro do Conselho Editorial ou do Conselho Científico para presidir com ele a elaboração da edição da Revista);
- b) Revisar, permanentemente, com o Editor Chefe e os demais Editores, a Política da Revista;
- c) Assumir, quando convidado pelo Editor Chefe, a co-edição – por um ano ou dois –, para contribuir, de forma mais efetiva, com a divulgação e a consolidação da Revista;
- d) Escrever o editorial de cada número da Revista, quando convidado pelo Editor Chefe;
- e) Contribuir com a divulgação (em seu país e em redes de investigação) da Revista para ampliar seu impacto social e científico.

Todo artigo, resenha submetido a Revista Cenário será revisado, primeiramente, por 2 membros do Conselho Editorial da Revista (o Editor Chefe e um editor convidado para edição anua ou bianual). Se tiverem potencial de publicação, serão então encaminhados pelo menos para 2 membros do Conselho Científico, que emitirão pareceres por meio do sistema de avaliação double cego por pares (*double blind peer review*). Somente depois da avaliação dos editores, o trabalho será enviado a dois avaliadores do Conselho Científico.

Contamos, veementemente, que cada membro de nosso destacado Conselho Editorial atue com a finalidade de valorizar o trabalho realizado, por parte da Revista Cenário, de forma ativa e crítica, e que seu engajamento contribua de fato para fortalecer a qualidade das publicações interdisciplinares em Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia.

#### **4 CONSTRUÇÃO E ATUAÇÃO DO CONSELHO CIENTÍFICO DA REVISTA CENÁRIO**

A equipe de avaliadores que compõem o Conselho Científico da Revista Cenário congrega um coletivo de acadêmicos e profissionais comprometidos com a pesquisa e o debate sobre os temas interdisciplinares em Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia, em âmbito nacional, latino americano e mundial. Este Conselho Científico é composto por professores e investigadores do Brasil, México, Cuba, Argentina, Chile, Uruguai, Colômbia, Equador, Portugal, Espanha, os quais contribuirão na consolidação da Revista Cenária e sua internacionalização.

O compromisso do Conselho Científico é de emitir opiniões consistentes e circunstanciadas em pareceres de artigos submetidos, respeitando os prazos estipulados pelo Editor Chefe, para que assim a Revista consolide seu trabalho em respeito aos autores.

Na perspectiva que o papel de conselho científico da Revista Cenário seja um compromisso acadêmico de cada membro, e não mais uma tarefa, pois está envolvido na publicização do conhecimento da área e a consolidação como um campo de conhecimento científico e sua transposição para a realidade vivida e sua transformação para uma sociedade mais justa e digna.

Assim, a contribuição de cada membro do Conselho Científico abrange:

- a) Emitir uma avaliação cuidadosa e circunstanciada (na planilha de avaliação) dos artigos enviados a Cenário, com respeito a área de suas investigações, os colaboradores devem realizar avaliações coerentes e densas, que contribuam com a melhora do trabalho enviado aprovando-o ou reprovando-o;
- b) Aceitar ou rejeitar, pelo sistema digital da Revista Cenário, qualquer solicitação de avaliação solicitada pelo Editor Chefe (dentro do prazo indicado e pelo próprio sistema de solicitação). É fundamental que se dê respostas, sempre, ao pedido de avaliação, para não atrasar o fluxo de publicação da Revista;
- c) Assumir, quando convidado pelo Editor Chefe, a co-edição da cenário (por um ou dois números);
- d) Participar e/ou propor a organização de números especiais, como uma política de longo prazo da Revista Cenário.

## **5 CONSTRUÇÃO E ATUAÇÃO DO CONSELHO TÉCNICO DA REVISTA CENÁRIO**

O Conselho Técnico da Revista Cenário, coordenado pelo Editor Chefe da Revista é o responsável por todo o processo de edição de cada novo numero da revista (desde os encaminhamentos para avaliação até a publicação final).

A equipe está constituída por doutores, doutorandos, mestres, mestrandos e pesquisadores do Grupo de Pesquisa CNPq – Políticas Públicas e Turismo –, do Centro de Excelência em Turismo, da Universidade de Brasília, assim como por pesquisadores convidados e assessores técnicos da UnB.

As atribuições do Conselho Técnico são:

- a) Verificar a submissão dos artigos na plataforma digital da Revista Cenário;
- b) Encaminhar os artigos aprovados na primeira rodada de avaliação (feita pelo Editor Chefe) aos avaliadores credenciados;
- c) Acompanhar o processo de avaliação cega por pares dos artigos;
- d) Realizar a normalização, diagramação e publicação dos artigos aprovados para a publicação dos novos números e volumes da revista;
- e) Acompanhar e atualizar, permanentemente, o layout e os parâmetros de qualificação da Revista Cenário.

O Conselho Técnico, como os demais Conselhos, é parte estruturante da qualificação da Revista Cenário. O cuidado técnico do processo de publicação da Revista faz parte da construção de sua imagem no meio acadêmico, no sentido de seriedade, respeito aos autores e valorização das publicações, ampliando sua aceitação em âmbito nacional e internacional ao longo do tempo. Na busca de manter uma dinâmica de atualização os integrantes do Conselho Técnico, na medida em que se tornam doutores também passem a ser Conselheiros Científicos da Revista Cenário.

## **6 CARACTERÍSTICAS DAS PUBLICAÇÕES DA CENÁRIO (VOLUMES, NÚMEROS, NORMAS)**

A Revista Cenário publica artigos científicos e resenhas de livros (clássicos e atuais) relativos aos estudos em Turismo, Hospitalidade, Lazer e Gastronomia em âmbito nacional, na América Latina e no mundo: resultados de pesquisas inéditas e estudos ensaísticos comprometidos com a discussão crítica, interdisciplinar e emancipadora em termos teóricos e metodológicos. Reúne artigos de base disciplinar e interdisciplinar não se restringindo a estudos de caso, desde que fomente, epistemologicamente, o debate referenciado.

Desde dezembro de 2013, a Revista Cenário publica um volume anual composto por dois números, com quantidade de artigos que pode variar entre oito a doze por número, nos idiomas português, espanhol, francês.

Dentre os critérios adotados para seleção/avaliação dos artigos submetidos se destacam:

- a) os originais devem ser encaminhados para o repositório SEER/UnB (de acordo com as normas editoriais). Opiniões, análises e conteúdo teórico, assim como correção gramatical, ortográfica e de sintaxe são de inteira responsabilidade dos autores;
- b) o Conselho Técnico (normatizadores e diagramadores) se reserva ao direito de realizar alterações nos originais, para melhor qualidade da publicação, respeitando ao estilo e as opiniões dos autores;
- c) a Revista Cenário não oferece revisão da escrita dos textos, devendo os autores responsabilizar-se pelas alterações solicitadas pelos avaliadores;
- d) artigos submetidos com problemas de escrita serão devolvidos aos autores;
- e) os Editores poderão solicitar alterações no manuscrito mesmo posterior a sua aprovação.

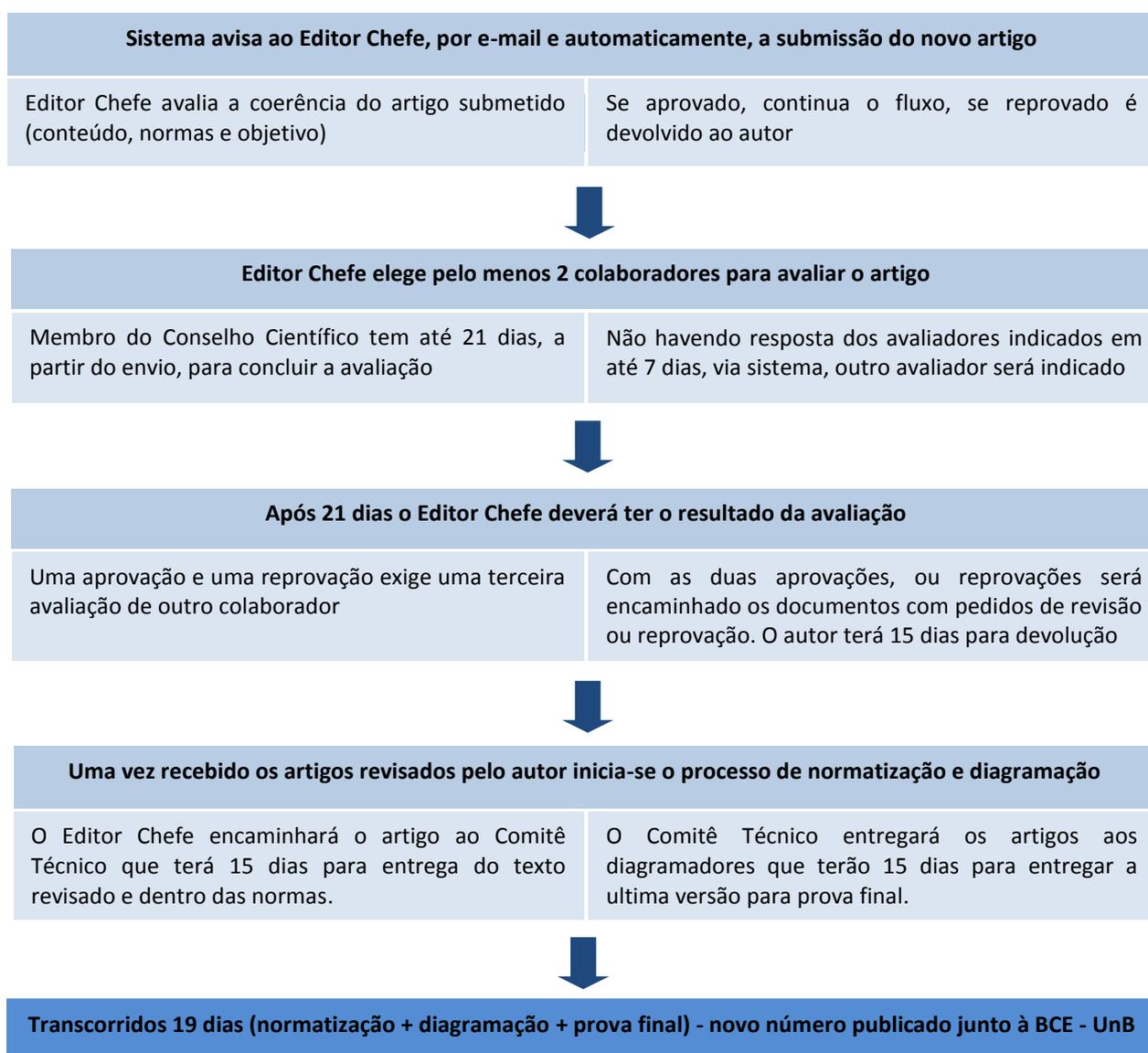
As normas de publicação devem ser respeitadas para a devida submissão do artigo, elas se encontram na página da Cenário. Em resumo, os critérios básicos normativos do artigo são:

- a) Autor (es) possuir (em) número orcid;
- b) Máximo de 3 (três) autores;
- c) Artigo entre 12 a 22 páginas (fonte Arial 11 e interlinhas simples)
- d) Resenhas de obras até 4 (quatro) páginas;

- e) Resumo entre 100 a 150 palavras (nos idiomas, português, espanhol, inglês) e até 5 (cinco) palavras chaves;
- f) Escrita cuidadosa;
- g) Maior cuidado com a qualidade das imagens, figuras e os dados apresentados em forma de tabelas, quadros, etc.

## 7 FLUXO DE EDIÇÃO E PUBLICAÇÃO DOS NÚMEROS POR PARTE DA REVISTA CENÁRIO

O fluxo da edição e publicação se inicia com a recepção de um novo artigo no sistema digital (OJS3/UnB) da Revista Cenário, conforme a sequencia do fluxo a seguir:



# ARTIGOS



# TURISMO, INFORMAÇÃO E SENTIDO: REFLEXÕES ACERCA DA APLICAÇÃO DA TEORIA DO *SENSE-MAKING* NO TURISMO E DA NECESSIDADE DE IR ALÉM

*Turismo, Información y sentido: reflexiones acerca de la aplicación de la Teoría del Sense-Making en el turismo y de la necesidad de ir más allá*

*Tourism, information and Sense-Making: thinking over the use of Sense-Making Theory in tourism and the need to go beyond*

Juliana Medaglia<sup>1</sup>  
Carlos Eduardo Silveira<sup>2</sup>

**Resumo:** A relação entre turismo e informação acontece de maneira essencial para o desenvolvimento da atividade turística, quer seja nas escolhas de viagens dos turistas (informação turística) ou especialmente no âmbito da tomada de decisão dos *policymakers* do turismo de determinada localidade (informação em turismo). A partir dessa reflexão, apresenta-se a Teoria do *Sense-Making*, de Dervin (1983), cuja colaboração para o turismo é encontrada no fato de trabalhar a partir de abordagem cognitiva do usuário e sua relação com a informação. Tal abordagem aponta para possibilidades que se abrem no sentido de avanços na relação da informação gerada na Academia e desenvolvimento do mercado turístico, no âmbito da criação de sentido para todos os possíveis usuários envolvidos, colaborando dessa forma, para o desenvolvimento turístico das localidades.

**Palavras-chave:** Turismo. Informação. Informação em turismo. *Sense-making*.

**Resumen:** La relación entre turismo e información acontece de forma esencial para el desarrollo de la actividad turística, en el ámbito de las elecciones de viaje de los turistas (información turística) o especialmente en el ámbito de la toma de decisiones de los responsables por las políticas de turismo de determinada localidad (información en turismo). Con esa reflexión, presenta-se la Teoría del *Sense-Making*, de Dervin (1983), cuya colaboración para el turismo se encuentra en el hecho de trabajar a partir del abordaje cognitivo del usuario y su relación con la información. Ese abordaje señala para posibilidades que indican avances con la relación de la información generada en la academia y desarrollo del mercado turístico, en el ámbito de la creación de sentido para todos los posibles usuarios involucrados, colaborando, de esa manera, para el desarrollo turístico de las localidades.

**Palabras-clave:** Turismo. Información. Información en turismo. *Sense-making*.

**Abstract:** The interaction of information and tourism takes place in an essential way for the development of the tourism activity, either if it relates to the choices of tourists in their trips (tourist information) or, especially,

---

1 Especialista em Marketing (UFSC), Mestre em Turismo e Comunicação (UMA/Espanha) e Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Professora adjunto do Curso de Turismo da UFVJM e professora colaboradora do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. <<http://lattes.cnpq.br/5292267261816076>>. E-mail: [julianamedaglia@gmail.com](mailto:julianamedaglia@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4034-5113>

2 Bacharel e Especialista em Turismo e Hotelaria (UNIVALI), Mestre em Turismo em Países em Desenvolvimento (Strathclyde/Escócia) e Doutor em Gestão e Desenvolvimento Turístico Sustentável (UMA/Espanha). Professor adjunto do Curso de Turismo e professor permanente do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. <<http://lattes.cnpq.br/4985906077402962>>. E-mail: [caesilveira@gmail.com](mailto:caesilveira@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1414-1096>

for the policymakers decision-making in particular destinations (information for tourism). Bearing this reflection in mind and using it as a start point, Devin's (1983) sense-making theory is presented. The author's contribution and its impact on tourism relies on the users' cognitive approach and its relation with information. Such approach points out possibilities both in terms of information and in terms of advances in information generated in the academic world. The development of the tourism market in terms of sense making for all users is reinforced, thus collaborating for the tourism development of the destinations.

**Keywords:** Tourism. Information. Information for tourism. Sense-making.

---

## INTRODUÇÃO

O desenvolvimento turístico de uma localidade não depende exclusivamente de sua capacidade de atrair visitantes, ainda que esteja intimamente relacionado ao que ela pode oferecer a pessoas que a desejam. Ser atrativa e ensejar o desejo de ser conhecida formaliza a necessidade de discussão acerca dos papéis da demanda e da oferta turísticas como bases primárias da construção de um destino. Ainda que uma localidade esteja estruturada e possua potencial para desenvolvimento, ela não terá sucesso caso não atinja o público que possa frequentá-la, ou possa simplesmente ser comunicada a existência dessa localidade. Igualmente, na outra face da moeda, não haverá continuidade na visita e muito menos repetição de visita a um destino que somente apresente condições de atrair turistas, mas não disponha de infraestrutura e de serviços que se façam conhecidos e que atendam suas necessidades e desejos. A julgar pelas características da atividade turística, destinos e turistas comungam da necessidade de informação. Seja acerca de suas condições próprias e do público desejável (efetivo ou potencial), seja acerca do local a ser escolhido e sua estrutura. Independentemente da abordagem – a partir da oferta ou da demanda –, os elementos que constituem a informação e a compreensão do que é comunicado compreendem a questão individual de seu uso para aplicação em diferentes contextos, o que diz respeito à apropriação dessa informação para enfrentar os desafios do mundo exterior, com aplicabilidade em abordagens no desenvolvimento do Turismo, assim como da Ciência da Informação.

Nesse contexto, no que diz respeito à informação, Medaglia e Ortega (2015) afirmam que, apesar de possuírem a mesma essencialidade, oferta e demanda trabalham em medidas distintas e com necessidades informacionais próprias. O objetivo deste estudo reside em refletir sobre o protagonismo da informação no turismo, para além da informação em si, buscando compreender seu uso e significado para o público-alvo informacional por meio da aplicação da teoria do *Sense-Making*, de Brenda Dervin (1983). Essa teoria, por sua vez, apresenta foco no processo cognitivo do usuário da informação, trazendo o sujeito como protagonista, o que é considerado essencial nas relações humanas. Dessa forma, é preciso indicar que o potencial de assimilação da informação por

parte do usuário será consideravelmente maior se ela estiver organizada para esse fim. Contudo, informação organizada não é garantia de assimilação, e seu uso efetivo será mais provável se, além de organizada, a informação for imbuída de significados para esses usuários. Deriva desse processo a justificativa do presente estudo, partindo do *Sense-Making* para a organização da informação no turismo, com o intuito de oferecer subsídios informacionais para o desenvolvimento turístico.

Essa reflexão acontece a partir da apropriação de conhecimentos oriundos da Ciência da Informação, buscando sua aplicação no Turismo. Assim, compreende-se que o objeto do estudo aqui exposto possui duas vertentes, uma teórica e outra empírica.

A teoria diz respeito à exploração de conteúdos da organização da informação que fomentem o uso da informação no turismo, ainda mais considerando que muitas das informações no turismo são estruturadas em forma de produtos, tais como: relatórios, bancos de dados, cadernos de apoio para comercialização, folhetos, entre outros. Assim, é exatamente no uso e na aplicação de conteúdos informacionais desses produtos que se encontra a vertente empírica, indicando a aplicabilidade da teoria na sociedade e, mais especificamente, na atividade turística.

Nas áreas sociais percebe-se mais claramente o espaço para questionar a classificação tradicional que divide a pesquisa em “pura” e “aplicada”. Bulmer (1978, como citado em Minayo, 2014) elucubra que pesquisas teóricas apresentam consequências para a realidade, ao mesmo tempo que pesquisas aplicadas necessitam de um arcabouço teórico para sua realização. Richardson recorda que, ainda que se tenha clareza sobre a pesquisa social como um benefício do pesquisador, não se pode perder de vista “que o objetivo último das Ciências Sociais é o desenvolvimento do ser humano” (Richardson, 2012, p.16). Portanto, a pesquisa social deve contribuir nessa direção, claramente percebida nas áreas sociais aplicadas, como o Turismo e a Ciência da Informação.

No caso da teoria do *Sense-Making* seu desenvolvimento também se deu nesse sentido, com discussões acadêmicas no âmbito da universidade e de gestão, considerando a sociedade (Costa, 2000).

Dessa forma, este trabalho é apresentado como um estudo de caráter eminentemente exploratório, que faz uso de buscas em fontes secundárias teóricas, por meio de uma pesquisa bibliográfica, e assim, a partir de constatações teóricas, apresenta-se a discussão acerca da informação no contexto do turismo, relacionada aos principais autores que discutem a teoria do *Sense-Making* em âmbito nacional.

Esta introdução é seguida pela discussão sobre a informação e suas possibilidades no turismo, para depois apresentar a teoria do *Sense-Making* à luz da teoria de turismo antes apresentada. As constatações teóricas identificadas são destacadas no subtítulo resultados e discussões. O artigo é finalizado com as considerações finais e as referências bibliográficas utilizadas.

## INFORMAÇÃO E TURISMO

São diversas as variáveis que compõem o turismo em uma perspectiva de prestação de serviços, que por sua vez podem ser classificados como complexos e fragmentados. Desde a decisão de compra até a viagem e as sensações por ela provocadas no retorno, são muitos os serviços envolvidos – públicos e privados, além de contatos com a comunidade local, que passam por vivências de hospitalidade, que necessitam de serviços de transporte entre os núcleos emissor e receptor e, por fim, na expectativa da sociedade contemporânea, vêm as interações nas redes sociais. Todo esse processo é intangível e indica a centralidade da informação como mecanismo de aproximação com a tangibilização num espectro amplo, que vai desde algum contato físico até a segurança na aquisição de produtos turísticos.

Assim, é possível afirmar que é a partir da informação que se dá o incremento da atividade, dividindo-se em duas grandes discussões. Segundo Medaglia e Ortega (2015), a primeira é o fato de ser impossível planejar o desenvolvimento turístico de uma localidade sem ter como base a informação dos diferentes elementos que o compõem. Todo o processo de planejamento baseia-se em dados e informações concretos, sobre os quais se apoiam os diagnósticos e a visão de futuro. Não é possível olhar para o futuro com vistas a desvendá-lo sem basear-se em informações. A segunda envolve a motivação e posterior decisão de viajar, assim como a viabilização da própria viagem e sua efetiva realização - todas ações que só se realizam a partir da informação. Desta forma, a informação possui papel de destaque na atividade turística, funcionando como insumo essencial da atividade. Cacho e Azevedo (2010) comentam a amplitude do papel da informação em turismo:

A informação é o principal instrumento e ferramenta de trabalho de um profissional da área. Sem informação não existe turismo, pois o ator principal desse processo, o turista, não reside no local a ser visitado (p.45).

A constatação dos autores é corroborada pelas características singulares que o turismo apresenta, enquanto prestação de serviços. Essas características são frequentemente discutidas na área, a saber: a) intangibilidade (não resulta em propriedade), b) perecibilidade (não pode ser estocado), c) inseparabilidade (produção e consumo simultâneos), e d) heterogeneidade (não é possível produzir serviços idênticos). (Andrade, 1995; Acazar & Martinez, 2005). A base para lidar com essas características é a informação, que por sua vez atuará:

- na tangibilização (conforme comentado no primeiro parágrafo deste subtítulo);
- no processo de perecibilidade, já que aquilo não é estocável pode ter seu consumo incentivado a tempo se as informações corretas forem utilizadas;

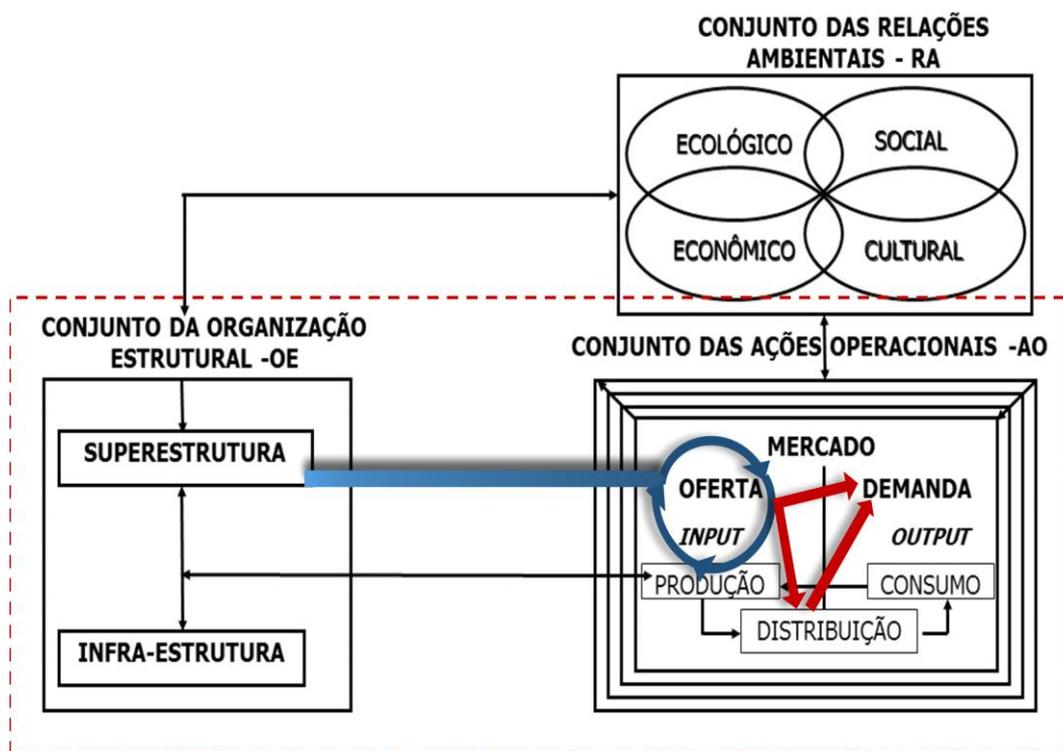
- na inseparabilidade, uma vez que a exigência da clientela no local de produção exige processos de serviços, baseados em informação organizada para essa finalidade;
- na heterogeneidade, considerando que, na busca por prestar serviços com determinado padrão, novamente a informação é essencial.

Nesse contexto, a gestão de um destino turístico precisa de informações estruturadas, desde o inventário da oferta até dados econômicos sobre a região em que se encontra. Como base nessas e em muitas outras informações definem-se, entre outros, o perfil de turista a ser conquistado ou a política de desenvolvimento a ser implementada.

Do outro lado, o segundo grupo envolvido, o dos turistas, baseia-se em informações para decidir e realizar suas viagens, seja por meio de consultas e conselhos de amigos, redes sociais, *blogs* de viagens ou outro meio direto, seja pela decisão de contratar um serviço intermediário, como um agente de viagens. O fato é que a decisão de consumo ou a opção por um destino se dão antecipadamente à viagem.

Medaglia (2017) diferencia o primeiro grupo, cuja função é subsidiar o desenvolvimento da atividade turística de informações, o chamando de **informação em turismo**; enquanto o segundo grupo, caracterizando por aquela informação utilizada pelo turista, é denominado como **informação turística**, com canais de distribuição e esforço de comunicação distintos e próprios. A autora ainda destaca os caminhos do fluxo da informação no turismo, por meio de representação a partir do esquema do Sistema de Turismo (SISTUR) de Beni (2001), paradigma amplamente discutido na área por diferentes autores (Acerenza, 1991; Boullón, 2002; Petrocchi, 2001). Na figura 1, foi acrescentada ao esquema do SISTUR (Beni, 2001), dentro do retângulo pontilhado, uma seta azul, que indica o grupo de informações oriundas do Conjunto da Organização Estrutural, especialmente da Superestrutura, campo que rege leis, normas e informações em geral. Tais informações são repassadas ao *trade* turístico, responsável pela oferta, que acaba fazendo uso de tais informações para gestão. Também foram inseridas as setas vermelhas, que indicam os conjuntos informacionais direcionados à distribuição e comercialização, que é trabalhada com foco na viagem em si (e não na gestão), caracterizando o que autora chama de informação turística, pensada para o turista e acessada por ele por meio de diferentes canais informacionais, desde a própria oferta até a internet.

**Figura 1** - O fluxo informacional turístico a partir do SISTUR



Fonte: Medaglia (2017, p.64) a partir de Beni (2001).

Outros autores fizeram a relação entre Turismo e Informação a partir de diferentes abordagens. Indiretamente, Lohmann e Panosso Netto (2008), na obra *Teoria de Turismo: conceitos, modelos e sistemas*, apresentam situações em que se pode perceber o uso da palavra “informação” a partir do índice remissivo da obra. A informação é identificada em doze páginas, de sete capítulos diferentes. É possível, objetivamente, indicar que a informação aparece em esquemas teóricos do turismo, bem como no estudo do turismo como ciência, com apoio nas ciências sociais, dentro da seção que versa sobre pós-modernidade e lazer. De Lucca Filho (2005) apresenta um quadro-resumo da relação existente (à época) entre turismo e informação, com base em referências internacionais da área que apontam o que se discute atualmente também. O quadro 1 é apresentado a seguir:

**Quadro 1 - Relação da atividade turística com a informação**

| <b>Autor</b>   | <b>Relação do turismo com a informação</b>  |
|--|---|
| <b>Poon<br/>1988</b>   | Na rotina da atividade turística existe a geração, coleta, processamento, aplicação e comunicação de informação. A informação é o laço que amarra todos os componentes da indústria turística. Os links entre os integrantes do <i>trade</i> turístico são os fluxos de informação. |
| <b>Sheldon<br/>1984; 1993</b>                                    | O mundo tem apresentado mudanças incontestáveis, numa velocidade cada vez maior. A atividade turística – assim como uma infinidade de outras áreas – depende cada vez mais da informação. A informação tem (...) uma grande importância no turismo.                                 |
| <b>Naisbitt<br/>1994</b>   | “Com o crescimento do turismo e com a sofisticação crescente dos viajantes, a demanda por informações levará a uma interconectividade [dos agentes envolvidos no setor] ainda maior”. (p.132)   |
| <b>Perdue<br/>1995</b>   | A disponibilidade de informações pode definir a ida de turistas para determinadas localidades. Da informação depende a satisfação do turista pelo local e eventualmente pode definir o retorno do turista àquela região.  |
| <b>Buhalis<br/>1998</b>  | Informação é vital para a indústria de viagens  |
| <b>Trigo<br/>1999</b>  | A informação no mundo atual é produzida em massa, como uma mercadoria qualquer. Pode ser vendida, consumida ou trocada. (p. 47)   |
| <b>O’Connor<br/>2001</b>   | A atividade turística depende cada vez mais da informação. A informação é o nutriente básico do turismo.  |
| <b>Middleton<br/>2002</b>  | O turismo é um mercado totalmente baseado no fornecimento de informações  |
| <b>Schertler <i>apud</i><br/>Stamboulis e<br/>Skayannis 2003</b> | O turismo é o negócio da informação. A informação é o principal suporte para os negócios acontecerem.   |

Fonte: De Lucca Filho, V. (2005, p.32).

É interessante perceber que no quadro 1 o termo informação no turismo é relacionado com maior frequência às questões da atividade da “indústria”, mais do que sua utilização na observação do fenômeno em suas vertentes socioeconômicas ou filosóficas. Medaglia e Ortega (2015) mencionam que essa característica é notada em livrarias que situam o termo turismo nas prateleiras de guias e livros de viagem, e, no caso de livros acadêmicos, os de turismo costumam estar junto com outras áreas, especialmente as de negócios, indo ao encontro da constatação do quadro 1.

Cacho e Azevedo (2010) comentam que a diversidade de canais que dão acesso à informação nos dias atuais tem feito com que a demanda turística seja muito mais exigente, e que, do lado da oferta, haja a necessidade de ser cada vez mais qualificada. Considerando o processo informacional contemporâneo, a informação em turismo pode ser considerada fundamental tanto no passado quanto no momento atual, embora haja diferença em sua quantidade e na velocidade com que transita; dependendo da tecnologia adotada, em uma ou outra época, a essencialidade é a mesma. A popularização da internet gerou no mercado turístico a discussão sobre o futuro dos agentes de viagens, os quais paulatinamente deveriam ser substituídos pela tecnologia. Contudo, diante do desafio da sociedade atual de transformar informação em conhecimento, o profissional que agencia viagens teve que se adaptar, em vez de buscar uma nova profissão. Guerra, Gosling e Coelho (2014,

p.408) refletem que “a busca de informação turística é vista como resultado de um processo dinâmico, no qual os viajantes usam vários tipos e quantidades de fontes para responder às contingências internas e externas referentes ao planejamento de viagens”. O mesmo é possível ser dito acerca da oferta, pois os atores do turismo fazem uso de diferentes fontes de informação, para o planejamento turístico de uma localidade. Esse processo é igualmente facilitado pelo advento da tecnologia, quer seja para acessar um banco de dados público, quer seja para acompanhar as percepções dos turistas por meio das redes sociais. Enfim, as possibilidades e transformações geradas pela tecnologia na sociedade contemporânea, obviamente, atingem também a atividade turística. Para Neves, Biz e Bettoni (2012, p. 389) a partir da internet, no turismo os “atores investem para se aproximar dos consumidores conhecendo seus desejos e experiências para adequar posteriormente os produtos e serviços que envolvem o segmento” (tradução nossa).

Assim, mesmo sabendo qual o lugar da informação no turismo, é necessário estar consciente de que o uso da informação envolve outras questões, especialmente aquelas vinculadas à ação do usuário, na busca e apropriação das informações.

### **A APLICAÇÃO DO *SENSE-MAKING***

Originada na área de comunicação, a teoria desenvolvida por Brenda Dervin chegou ao Brasil pelas mãos da comunicação social e teve grande impacto, além dessa área, na área de Ciência da Informação, na qual teve grande ascensão a partir da década de 1980 e tem sido amplamente utilizada no Brasil, de acordo com Araújo et al (2009). A expressão *sense making* em inglês teria como equivalência em português “fazer sentido”, mas sua conotação costuma não ser somente literal no idioma de origem. Por esse motivo, seu uso é mais apropriado na versão original, já que o termo “fazer sentido” em português não é frequentemente usado com conotação acadêmica, e sim mais coloquial. Costa (2000) ressalta que o grupo de pesquisa ligado aos estudos de Dervin convencionou, desde 1994, que a grafia com letras maiúsculas trata da abordagem, e com minúsculas o fenômeno estudado. A importância do “fazer-sentido” com o uso da informação é percebida tanto no contexto acadêmico quanto no âmbito da gestão. Para Rozados (2003) o *Sense-Making* é

Um outro modo de tratar de necessidade de informação, aqui focada na relevância – a produção de sentido (relevância é o que produz sentido; relevante é o que tem sentido). No Sense-Making a busca de informação é orientada por um gap, uma falta, uma falha na estrutura de conhecimento do usuário. Por esta teoria, produzir sentido é lançar pontes para sanar esta falha. (p. 89)

Entretanto, outras discussões acerca da informação, seus usuários e como se relacionam a partir da criação de significados foram levadas a cabo até se identificar a amplitude da teoria do *Sense-Making* (já na grafia proposta). Operacionalmente os estoques informacionais são acessados a partir de uma abordagem sistêmica. A cadeia de elementos integrados, pelos quais a informação passa desde a seleção de documento, seguindo pelas etapas de classificação e armazenamento até sua recuperação, representa um sistema no qual a informação é o *input*, e as pessoas informadas o *output*. A provisão de informação por si só não garante o resultado, pois não há como assegurar a transformação da informação em conhecimento, uma vez que o processo depende do usuário (Robredo & Cunha, 1994). Em estudos conduzidos por Ingwersen (1992, como citado por Rocha, 2006), pode-se perceber que a questão central da recuperação da informação apresenta foco na significação, fato que pode explicar o uso reduzido de determinadas informações, como as estatísticas. Em casos como esses, devido à ausência de vínculos ao contexto social em que são compartilhadas as informações, uma parcela reduzida da população consegue vislumbrar a aplicação, o uso, a inserção de dados estatísticos em seu cotidiano, já que números e gráficos não encontram sentido espontâneo em uma parcela significativa de pessoas, para as quais, ainda que essas informações existam e estejam disponíveis, não as informará. O fato é que a informação como “um instrumento modificador da consciência do homem e de seu grupo” (Barreto, 1994, p. 3 como citado em Smit, 2012, p. 91) carece tanto de processos internos (produtor e receptor da informação) quanto externos do ser humano, para que possa fazer sentido. Smit (2012) depreende que para que o conhecimento seja gerado há a necessidade não só do conhecimento prévio, mas também da disposição de completar ou rever esse conhecimento.

A partir de tantas asserções acerca do protagonismo do receptor-usuário-sujeito no processo de transformação da informação em conhecimento é que destaca a teoria de Dervin (1983) e seu foco na geração de sentido da informação para o receptor. Na proposta, o *Sense-Making* foca primeiramente nos movimentos internos, inerentes ao ser humano e como as informações lhe fazem sentido. Baseia-se, portanto na cognição e na apreensão de conteúdos que sejam imbuídos de sentido, a partir das relações ditas internas, derivando de estudos de diversas áreas, incluindo o construtivismo. Porém, abrange também o âmbito externo e as relações com a realidade circundante e no significado que essa realidade eventualmente impõe ao indivíduo. Contudo, a simplicidade da base teórica e a variedade de áreas que permitem a aplicação desta mantiveram a teoria em evidência como abordagem alternativa. Segundo Ferreira (1997):

A base conceitual do Sense-Making foi desenvolvida com suporte na teoria de vários estudiosos, como Bruner e Piaget (cognição), Kuhn e Habermas (constrangimento das ciências tradicionais e alternativas), Ascroft; Beltran e Rolins (teórica crítica), Jackins e Roger

(teoria psicológica) e principalmente em Carter, teórico da comunicação, afirmando que o homem cria ideias para transpor as lacunas que lhes são apresentadas em decorrência da descontinuidade sempre presente na realidade. (s.p.)

Nesse contexto, a produção de sentido se dá, conforme interpretação de Costa (2000), internamente (*sense making*) e permite ao ser humano a projeção e a construção dessa compreensão externamente, no espaço-tempo onde os indivíduos criam quadros da realidade baseados nas observações de outras pessoas e deles mesmos.

A informação, sob essa ótica, não existe externamente de forma independente do ser humano. Ao contrário, faz parte da interpretação que este dá às observações próprias e alheias, que lhe façam sentido. Dervin (1983), em tradução nossa, coloca que os estudos de *Sense-Making* e sua aplicação sempre considerarão dois ou mais dos elementos abaixo:

- SITUAÇÕES: contexto espaço-tempo em que o sentido é construído;
- GAPS: espaços nos quais são consideradas as necessidades de criação de pontes, traduzidas na maioria dos estudos como “necessidade de informação” ou as questões que as pessoas apresentam como constrição de sentido e movimento espaço-tempo;
- USOS: os usos aos quais o indivíduo aplica o recém-criado sentido, que é traduzido, na maioria dos estudos, como o que ajudou e o que atrapalhou o uso da informação.

Há atualizações que também traduzem os *gaps* para lacunas (Moreira & Bax, 2016), mas a exemplo do termo *sense making* a utilização de *gap* é mais ampla na língua inglesa do que sua tradução abrangeira. Mas cabe mencionar que esses elementos compreendem em muito a questão individual do uso da informação, o que diz respeito à apropriação desta para enfrentar os desafios do mundo exterior, para tomada de decisões, com aplicabilidade em uma série de abordagens para além da Ciência da Informação. Gonçalves (2012) trata da aplicação da teoria no Brasil e a abrangência que tem tomado. O autor menciona que “a maior contribuição da autora [Dervin] se dá no âmbito dos estudos de usuários da informação e a instituição brasileira que mais a cita é a Universidade Federal de Minas Gerais” (Gonçalves, 2012, p. 9). Araújo et al (2009) também fazem um levantamento que aponta um grande impacto da teoria na área de usuários. Para além do uso acadêmico, Gonçalves (2012), junto com exemplos das mais diversas áreas de aplicação da teoria, indica que “Venâncio e Nassif (2008) investigaram o comportamento de busca de informação de pessoas responsáveis pela tomada de decisão organizacional aplicando a metodologia de Dervin” (p. 8). O uso desse conceito no turismo encontra um campo fértil pelas características da necessidade de adequar a mensagem externa para que ela faça sentido suficiente pelo receptor, o que encontra importância e utilidade tanto na dispersão de informações em turismo quanto de informações turísticas.

Entre os autores que abordam o *Sense-Making* não há consenso no que diz respeito à abrangência do modelo, ainda que seja entendimento coletivo sua importância. A representação gráfica do que ficou conhecido por uns como método, por outros como abordagem, ou ainda como metodologia de *Sense-Making*, foi elaborada pela autora nos anos 1980 e é adaptada a seguir:

O modelo apresenta uma simplicidade gráfica decorrente do período em que foi desenvolvido, mas que favorece uma compreensão que independe de geração anterior de vínculos ou conhecimentos teóricos. A figura simboliza as situações que os indivíduos encontram e a necessidade de informação para suprir um *gap* que os impede de avançar ou de resolver situações ou tomar decisões. Analogicamente a autora trata a informação como fonte para resolução de problemas ou para usos e resultados.

Parece mais óbvio reconhecer o *gap* e a busca por pontes concomitantes, quando se vislumbra a informação turística. Isso porque, uma vez que a ação em direção à busca de soluções, por parte do turista ou do intermediário, no processo de compra ou distribuição, parece mais factível a partir da informação. Já quando a análise recai sobre os gestores e a informação em turismo a centralidade do *Sense-Making* recai mais nas situações espaço-tempo e menos nos *gaps* e pontes, pois muitas vezes o *trade* não percebe, não vislumbra, não investe nas pontes que poderiam ser criadas e acaba por resolver seus problemas de gestão por meio do seu contexto e não da criação de novos, a partir da informação. Ou seja, é possível recorrer, nessa análise, à tríade que forma os paradigmas da informação (Capurro, 2003; Smit, 2012).

Essa percepção vai diretamente ao encontro do paradigma social, na produção de sentido, ou seja, a tríade sujeito-objeto-contexto (Smit, 2012) apresenta questões que precisam ser sanadas para que a informação faça sentido para o público-alvo, o qual, por sua vez, irá gerar conhecimento com impacto positivo no contexto no qual a informação é desenvolvida. A partir dessas constatações teóricas é possível indicar que a teoria do *Sense-Making* pode ajudar a criar no *trade* turístico *gaps*, pontes e posteriores usos, se o processo cognitivo de criação de sentido para os sujeitos da informação for considerado, no sistema informacional da informação em turismo.

Para além de perceber a possibilidade clara de aplicação do *Sense-Making* na informação em turismo, é preciso indicar também que a teoria recebeu, igualmente, análises negativas. Mesmo sendo popular a teoria não é universal e perdeu espaço nas últimas décadas, quando o paradigma cognitivista da Ciência da Informação sofreu uma diminuição em sua influência. Nesse sentido, Cohen (1995) ressalta a importância da experiência de vida atribuída por Dervin no processo de fazer sentido. O papel da sociedade na criação de uma visão organizada de mundo permite que o indivíduo tenha uma experiência que seja ao mesmo tempo pessoal e cognitiva, também imbuída de características dadas pelas regras de convivência e pelo sistema de valores sociais. No entanto, a

abordagem adotada para o comportamento informacional em relação ao conjunto de experiências vividas é vista por Cohen (1995) como sendo “de uma generalidade tal que pouco esclarece” (p. 133) – em especial no que tange à construção de sistemas de informação. Linares Columbié (2010) acrescenta a crítica à teoria do *sense making* por sua ruptura entre o ser humano e os sistemas de informação, a qual, em função do foco nas transformações individuais, tornou-se anacrônica. Ou seja, a aplicação do *sense making* requer cuidado no processo e exige busca de equilíbrio entre as necessidades individuais dos sujeitos envolvidos e as instituições aos quais seus papéis servem. Nesse sentido, fica clara a aplicação da teoria junto aos estudos de usuário, sendo importante mencionar que o termo é utilizado em dois sentidos. Araújo et al (2009) apresentam que:

Sense making refere-se ao objeto de estudo, ao processo empírico por meio do qual os usuários de informação atribuem sentido às situações em que se encontram (às lacunas cognitivas, às necessidades de informação sentidas, ao engajamento no processo de busca da informação) e, também, às informações que encontram, que utilizam e das quais se apropriam. Mas *sense making* também se refere à forma de estudar o comportamento informacional dos usuários, isto é, ao tipo de metodologia preparada para analisar os processos pelos quais os usuários atribuem sentido às situações em que se encontram e às informações que utilizam. (p. 60)

Retomando a teoria do *Sense-Making* (Dervin, 1983), foi possível vislumbrar que assim como na Ciência da Informação, o *Sense-Making* pode ter maior aplicabilidade na informação turística (turistas-usuários), mas também pode ser utilizada junto à informação em turismo (tomadores de decisão-trade turístico).

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Mesmo que a informação proporcione a gama de possibilidades discutidas até aqui, sua mera existência não é garantia de seu uso. Existem questões relacionadas à credibilidade da informação, bem como de confiança em suas fontes que extrapolam a existência abundante de dados. A partir das pesquisas de Capurro (2003) é possível perceber as transformações que o entendimento sobre informação sofreu na própria Ciência da Informação. O autor descreve a informação em uma perspectiva física, passa pelo processo cognitivo do usuário dessa entidade física e chega à informação enquanto fenômeno social ao considerar as dimensões tangíveis (física) e intangíveis (cognitiva) da informação, contextualizadas em práticas intersubjetivas de diferentes sujeitos. Esse último paradigma indica, de alguma forma, o momento no qual a teoria de *Sense-Making* (Dervin, 1983) encontrou espaço no campo. Cabe ainda indicar que não se trata de paradigmas estáticos e

isolados de informação, mas de modelos que foram gerando pesquisas complementares nas diferentes subáreas do campo e contribuindo para tal construção.

Em outro texto, escrito junto com Hjørland, Capurro destaca a informação na contemporaneidade como conhecimento comunicado de natureza digital (Capurro & Hjørland, 2007), indicando que os paradigmas da informação acompanham a sociedade, que tem na tecnologia digital uma essencialidade cada vez mais profunda. Considerando esse contexto, seja na academia, seja no mercado, a origem das informações e a credibilidade das fontes têm papel central na opção pelo uso de determinadas informações. Ainda assim, de outro lado, há a falta de vínculo com o significado dos dados disponibilizados, como percebido por Medaglia (2017), em situações de gestão tanto pública quanto privada específicas no turismo. São contextos nos quais, mesmo com dados confiáveis disponibilizados, a utilização dos mesmos não acontece, às vezes não chegam sequer a ser compreendidos por gestores. Somando a isso o fato de a informação na pesquisa em turismo ser majoritariamente abordada a partir do mercado (informação turística), percebe-se a necessidade de que as informações que chegam aos (possíveis) usuários possam fazer sentido.

Assim, retomando a informação no campo do turismo e seus possíveis usuários – oferta ou demanda, gestores ou turistas –, percebem-se as possibilidades de investigação e aplicação efetiva da teoria do *Sense-Making* (Dervin, 1983) junto aos usuários no turismo, tanto da informação em turismo quanto da chamada informação turística (Medaglia, 2017). Nesta última, o campo do turismo apresenta alguns estudos que abordam o comportamento do consumidor (Crompton, 1992; Schmöll, 1977; Urry, 1996 como citados em Lohmann & Panosso Netto, 2008; entre outros); entretanto, focados no comportamento de compra do usuário-turista e não em seus métodos de busca de informação, que antecedem a compra. Com menos abrangência ou estudos reconhecidos, o mesmo observa-se no universo da informação em turismo: usuários-gestores apresentam diferentes *gaps*, que necessitam de criação de sentido para que sejam construídas as chamadas pontes.

Os gargalos na informação parecem estar, em ambos os casos no turismo, na produção de sentido que as informações têm gerado. Não se pretende afirmar que os dados e informações tenham menor informação no processo, mas o subaproveitamento de seus significados pode ser reduzido não necessariamente pela geração de mais informações, mas sim pela transposição dos *gaps*, investindo-se em pontes adequadas. Em qualquer uma das duas realidades o desafio colocado indica um processo contínuo, no qual a transformação da informação em conhecimento, em um ambiente contextualizado, se vale da promoção da produção de sentido para que haja vínculo entre o objeto, o usuário e seu entorno.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A princípio é necessário ressaltar que este artigo não tem a pretensão de gerar ou desenvolver nova prática de pesquisa, mas, sim, incentivar novas possibilidades de pensar e/ou pesquisar em campos próximos da área sociais aplicadas, que usualmente já trabalham com propostas interdisciplinares, a partir de constatações teóricas reconhecidas.

Assim, como cerne dessa aproximação teórica dirigida à relação entre os campos da Ciência da Informação e do Turismo, apresenta-se o questionamento sobre a eficácia de pesquisas acadêmicas compartilhadas com gestores e comunidades, se a elas as informações disponibilizadas, mesmo que direcionadas, não fizerem sentido. O que parece ser óbvio colocado de maneira tão objetiva não se reconhece de forma efetiva, diante dos altos custos de geração de pesquisas primárias, bem como do tratamento de dados para geração de informação a partir de fontes secundárias, em diferentes áreas, incluindo o turismo (Cooper et al, 2011). Dessa forma, acredita-se que o objetivo proposto de refletir sobre o protagonismo da informação no turismo foi apresentado, incluindo a compreensão do uso e significado pela aplicação da teoria do *Sense-Making*, de Brenda Dervin (1983), no turismo.

Enquanto pesquisadores que trabalharam no contexto abordado a partir de Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região - PDTD (Medaglia & Silveira, 2014), é possível realizar tal abordagem, considerando que, mesmo com o envolvimento da comunidade local e do meio acadêmico, a aplicação de informações geradas no turismo costuma ter resultados aquém dos desejados. A principal constatação percebida nesse processo investigativo é a necessidade de que, para além da elaboração de relatórios e dados acurados e profundos, como a própria PDTD ou os relatórios da aba Dados e Fatos do sítio do Ministério do Turismo (Ministério do Turismo [MTur], s/d), existe a possibilidade de a Academia – enquanto geradora de informação em turismo – dialogar de forma menos erudita e mais elucidativa. Esse processo oferecerá maneiras de induzir o possível usuário de mensagens a dar crédito à informação, bem como fazê-lo perceber a possibilidade de vínculo com a informação e que essa lhe gere significado. Em outras palavras, é preciso que a academia atue como facilitadora no despertar do *gap* ou lacuna informacional no possível usuário no turismo.

Essa constatação, aliada ao uso no turismo da teoria do *Sense-Making*, pode apresentar tanto implicações práticas, em especial na informação turística, quanto na divulgação de dados entre membros do *trade*, caracterizando sua aplicação na informação em turismo. Retomando a academia e seus múltiplos papéis, em sua relação com a atividade turística, o *Sense-Making* pode contribuir como metodologia de pesquisa (Moreira & Bax, 2016), área em que avanços são tão bem acolhidos como necessários.

Percebe-se, por fim, que para além do sentido duplo da Informação no turismo (i.e., informação em turismo e informação turística) existe o desafio da percepção, absorção e uso da informação para a finalidade que lhe diga respeito e para a qual ela faça sentido, considerando que, a partir do sujeito e individualmente, é possível construir desenvolvimento turístico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. Á. (1991). *Administración del turismo*. Cidade do México/México: Trillas.
- Alcázar Martínez, B. del. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid/Espanha: ESIC Editorial.
- Araújo, C. A. Á.; Pereira, G. A. & Fernandes, J. (2009). A contribuição de B. Dervin para a Ciência da Informação no Brasil. In: *Encontros Bibli*. Florianópolis, v. 14, n. 28, p.57-72, 2009. DOI 10.5007/1518-2924.2009v14n28p57, Acesso em: 07 mar.2017.
- Andrade, J. V. de. (1995). *Turismo: fundamentos e dimensões*. (2.ed.) São Paulo: Editora Ática.
- Boullon, R. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: Edusc.
- Cacho, A. N. B. & Azevedo, F. F. (2010, agosto) O turismo no contexto da sociedade informacional. In: *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 4, n. 2, p. 31-48. Recuperado de: <<http://www.anptur.org.br/ojs/index.php/rbtur/article/download/266/343>>.
- Capurro, R. (2003). Epistemologia e ciência da informação. In: *Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência Da Informação*, Belo Horizonte/MG: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia.
- Capurro, R & Hjørland, B. (2007, janeiro, abril). O conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 12, n.1, p. 148-207. Recuperado de: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54>.
- Cohen, D. M. (1995). *O consumidor da informação documentária: o usuário de sistemas documentários visto sob a lente da análise documentária*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Costa, C. A. de. (2000). *Aplicação da Abordagem Sense-Making no Estudo do Comportamento Informacional de Pesquisadores de um Instituto de Pesquisa Tecnológica*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte.
- Cooper, C., Michael Hall, C., & Trigo, L. G. G. (2011). *Turismo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- De Lucca Filho, V. (2005). *Estudo do fluxo de informações em centros de informações turísticas de Santa Catarina: programa portais do lazer*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Dervin, B. (1983, maio). An overview of Sense-Making research: concepts, methods, and results to date. In: *International Communication Association annual meeting*. Dallas/EUA. Recuperado de: <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/2281/Dervin83a.htm>.

- Gonçalves, M. (2012, janeiro, junho). Abordagem Sense-Making na Ciência da Informação: uma breve contextualização. In: *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. Campinas, v.9, n.2, p.1-11. Recuperado de: [http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu\\_ri/index](http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_ri/index).
- Guerra, A. C., Gosling, M., & Coelho, M. de F. (2014, setembro, dezembro). Redes Sociais: um jornal on-line como fonte de informação especializada em turismo. In: *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.8, n.3, p.403-418. Recuperado de: <http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/800/649>.
- Linares Columbié, R. (2010). Epistemología y ciencia de la información: repensando un diálogo inconcluso. In: *Acimed*, 21 (2) 140-160. Recuperado a partir de: [scielo.sld.cu](http://scielo.sld.cu).
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A. (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.
- Medaglia, J. & Ortega, C. D. (2015, setembro). Mediação da Informação em Turismo: um estudo introdutório. In: *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 126-147. Recuperado de: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/download/89926/103991>.
- Medaglia, J. (2017). *Os desafios do uso qualificado da informação em turismo: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG*. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Medaglia, J. & Silveira, C.E. (2014). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características da viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM.
- Moreira, F. M. & Bax, M. P. (2016, janeiro/julho). O papel da arquitetura da informação na produção de sentidos pela abordagem Sense-Making. In: *Revista Analisando em Ciência da Informação*. vol. 4, n1, p. 6-25. Recuperado a partir de: [http://racin.arquivologiauepb.com.br/edicoes/v4\\_n1/racin\\_v4\\_n1\\_artigo01.pdf](http://racin.arquivologiauepb.com.br/edicoes/v4_n1/racin_v4_n1_artigo01.pdf)
- Minayo, M. C. de S. (2014). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. (14a ed). São Paulo: Hucitec.
- Neves, A. J. W. A. das; Biz, A. A., & Bettoni, E. M. (2012, março, abril). Creación de itinerarios turísticos en el municipio de Curitiba (PR-Brasil). *Estudios y Perspectivas em Turismo*, 21, 388-401. Recuperado a partir de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a07.pdf>.
- Petrocchi, M. (2001). *Gestão de pólos turísticos*. São Paulo: Futura.
- Richardson, R J. (2012). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. (3. ed. – 14. reimpr.). São Paulo: Atlas.
- Robredo, J. & Cunha, M B. da. (1994). *Documentação de hoje e amanhã: uma abordagem informatizada da biblioteconomia e dos sistemas de informação*. (2a.ed.) São Paulo: Global.
- Rocha, S G. (2006). *A representação documentária de informações estatísticas: quando a ordem dos fatores altera o produto*. São Paulo, 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Rozados, H. B. F. (2003, janeiro, junho). A Ciência da Informação em sua aproximação com as Ciências Cognitivas. In: *Em Questão*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 79-94. Recuperado a partir de: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/viewFile/62/22>
- Smit, J.W. (2012, julho, dezembro). A Informação na Ciência da Informação. In: *InCID: Revista da ciência da informação e documentação*, Ribeirão Preto, v.3, n.2, p.84-101. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/48655>. Acesso em: 03 mar.2013.

Venâncio, L.S. & Nassif, M. E. (2008, outubro). O comportamento de busca de informação sob o enfoque da cognição situada: um estudo empírico qualitativo. *Ciência da Informação*. Brasília, v.37.n. 1. p.95-106. Recuperado de: <http://revista.ibict.br/ciinf/issue/view/95/showToc> Acesso em 18 set.2017.



Catamaran

Catamaran  
3424.2845  
Lago Azul IV  
N° de Insc.  
2410153704

NIC  
2210164249

# TURISMO, UNIDADES DE CONSERVAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL: UMA ANÁLISE DA “ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL RECIFES DE CORAIS” (APARC)

*Tourism, Protected Areas and Social Inclusion: An analysis of the “Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais” (APARC)*

Wagner Araújo Oliveira<sup>3</sup>  
Kerlei Enele Sonaglio<sup>4</sup>

**Resumo:** O trabalho objetiva conhecer como o planejamento e a gestão do turismo no âmbito da Área de Proteção Ambiental dos Recifes de Corais (APARC) vêm sendo desenvolvido sob a ótica da inclusão social das populações tradicionais do entorno. Adotou-se a abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, como também apreciação de documentos oficiais e legais e o método de análise escolhido foi a análise de conteúdo. Foi possível constatar que o processo de criação da APARC não foi conduzido de modo participativo e consultivo em seus processos de criação e implementação. Além disso, foi possível perceber que a inclusão social está atrelado, exclusivamente, a capacidade da atividade em gerar emprego e renda, sobretudo com a criação de novos postos de trabalhos que o mercado turístico oferece. Nesse sentido, permite-se afirmar que a concepção desse conceito impera em uma abordagem majoritariamente econômica, marcada por um discurso reducionista.

**Palavras-Chave:** Turismo. Inclusão Social. Unidades de Conservação. Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais.

**Abstract:** The objective of this work is to understand how planning and management of tourism within the scope of da Área de Proteção Ambiental dos Recifes de Corais (APARC) has been developed under the perspective of social inclusion of the traditional populations of the environment. The qualitative approach was adopted, with an exploratory and descriptive character, semi-structured interviews were carried out, as well as an appreciation of official and legal documents and the analysis method chosen was content analysis. It was possible to verify that the process of creation of APARC was not conducted in a participatory and consultative way in its creation and implementation processes. In addition, it was possible to perceive that social inclusion is exclusively linked to the capacity of the activity to generate employment and income, especially with the creation of new jobs that the tourism market offers. In this sense, it is possible to affirm that the conception of this concept prevails in a mainly economic approach, marked by a reductionist discourse.

**Keywords:** Tourism. Social inclusion. Protected Area. Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais.

---

<sup>3</sup> Mestre em Turismo (UFRN); Especialista e Gestão ambiental (IFRN) e Bacharel em Turismo (UFRN). E-mail: wagnercnm@hotmail.com

<sup>4</sup> Professora Associado I da Universidade de Brasília (UnB) e atua como professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. E-mail: kerleisonaglio@gmail.com

## INTRODUÇÃO

O estabelecimento de áreas protegidas é uma das alternativas mais utilizadas para a conservação da natureza. Sendo assim, é uma das estratégias relevantes para combater o uso desenfreado e predatório dos recursos naturais. A instituição dessas áreas tem enfrentado diversos desafios e, parte disso está diretamente relacionado como foi dado o processo de criação e como está ocorrendo a gestão das áreas. Segundo Bensusan (2006) é possível averiguar que muitos dos desafios têm ligação direta com as comunidades locais despejadas, as restrições de uso dos recursos naturais e, frequentemente, os gestores não tem levado em consideração os conflitos sociais e culturais que a criação da área protegida causou.

Nesse sentido, cada vez mais as Unidades de Conservação (UCs) constituem um fator fundamental no ordenamento ambiental dos territórios. Portanto, é importante discutir sob uma perspectiva interdisciplinar os dispositivos e estratégias que os países têm assumido no caminho da conservação da natureza. O alvo é propiciar democraticamente a plena aplicação das ferramentas de lei que têm sido construídas, mas que precisam, por outro lado, evoluir e responder às novas necessidades e características das sociedades e da problemática ambiental, tanto local quanto global. Para Lasso (2008), os trabalhos de pesquisa que abordam processos participativos em UCs são fundamentais porque reconhecem o papel das populações humanas na sua gestão e oferecem subsídios para viabilizar a conservação dos recursos naturais.

Na discussão sobre alternativas para proteção e/ou conservação dos recursos naturais e a promoção da inclusão social, via de regra, o turismo emerge como panaceia na retórica incluída nas políticas públicas do Brasil. Nesse sentido, o que se veicula é a ideia do turismo como veículo promotor e alternativo para o desenvolvimento econômico local. Mas, o que se almeja a partir dos estudos turísticos é que o planejamento turístico seja enveredado como um veículo potencial para transformação social e como alternativa para a conservação e a inclusão social. A inclusão e a participação da sociedade no planejamento e gestão do patrimônio natural constituem um tema chave na contemporaneidade, tal fato evidencia a necessidade da discussão acerca de turismo em UCs e inclusão social por meio de novas formas de se pensar a pesquisa acadêmica e as políticas públicas.

A permanência de populações humanas no interior de áreas protegidas é uma temática que baseia diversos estudos acadêmicos e debates no âmbito das políticas públicas. Em geral, as populações tradicionais não são “destruidoras da natureza”, principalmente quando dependem da reprodução contínua dos recursos naturais renováveis para sua sobrevivência e quando o sistema de produção em que está inserido não é marcado pela rápida acumulação de capital (Diegues, 1996, 2000a).

Contudo, percebe-se que o discurso dos órgãos ambientais tenta promover a inclusão social dessas populações no contexto das áreas protegidas, visando o turismo como uma das alternativas. Para tanto, a atividade turística precisa ser pensada de modo que contribua para reaproximar as populações tradicionais das áreas protegidas, mas em muitos casos tem afastado ainda mais esses grupos populacionais do processo de gestão do patrimônio natural e cultural que historicamente contribuíram para proteger (Arruda, 1997; Diegues & Arruda, 2001; Silveira-Junior & Botelho, 2011). O turismo pode contribuir para o desenvolvimento de uma região, dependendo da forma como é concebido e gerido. Na busca por uma iniciativa que consiga aliar o desenvolvimento do turismo com a proteção do patrimônio natural e cultural e, também, distribuir os benefícios econômicos nas regiões visitadas, diversas experiências vêm sendo realizadas pelo mundo, como alternativa ao turismo global, ao mesmo tempo em que surge uma demanda interessada por essa nova opção.

O processo de envolvimento das populações tradicionais é uma das grandes chaves para que o turismo seja praticado de forma ordenada. Porém, desde o início da concepção do projeto se deve ter a clareza de que o turismo não resolverá todos os problemas sociais presentes na dinâmica local.

Dessa forma, objetivo central do presente trabalho é compreender como o planejamento e a gestão do turismo no âmbito da Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais, no Rio Grande do Norte, vem sendo desenvolvido sob a ótica da inclusão social das populações tradicionais do entorno.

Para tanto, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, sendo de caráter exploratório e descritivo. Como instrumento de coleta foi utilizada a aplicação de entrevistas semiestruturadas, tendo como população intencionalmente elegida, os atores sociais vinculados à atividade turística. Além disso, procedeu-se a apreciação de documentos oficiais e legais da UC. Para análise dos dados, fez-se o uso do método de análise de conteúdo baseado nas dimensões da inclusão social no turismo desenvolvidas pelos os autores Sancho e Irving (2011). Estas etapas foram realizadas entre 2016/2 e 2017/1.

A identificação dos entrevistados foi feita por meio de uma codificação, a fim de que os respondentes não tivessem suas identidades reveladas, mas que se pudesse identificar em qual segmento da comunidade ele pertencia. Desse modo, o código [A1] foi utilizado para designar os empresários locais, [A2] pescadores, [A3] orientadores turísticos, [A3] presidentes de associações, [A4] representantes da sociedade civil e [A6] conselheiros do Conselho Gestor (CG) da APA.

Por fim, ainda como instrumento de coleta de dados foi feita uma pesquisa de observação não participante por meio das reuniões do conselho gestor da APARC. Este instrumento consiste que o pesquisador tome contato com a comunidade, grupo ou realidade estudo, mas sem integrar-se a ela (Marconi & Lakatos, 2003). Então, foi possível participar de duas reuniões do CG da APA e, na

oportunidade, foram feitas gravações por *smartphones*, anotações e conversas informais com os conselheiros.

### **INCLUSÃO SOCIAL DAS POPULAÇÕES TRADICIONAIS NO TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO: UM DEBATE SOBRE OS DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

No cerce da discussão acerca das populações tradicionais em UCs, é pertinente conceituar o significado dado às populações tradicionais, tendo em vista que não há um consenso acerca da conceituação dos termos de populações nativas, tribais, indígenas e tradicionais, além de que se confunde bastante com o conceito de comunidade, dessa forma, este estudo apoiou-se em dois conceitos. O primeiro citado por Diegues e Arruda (2001) que define como “grupos humanos diferenciados sob o ponto de vista cultural, que reproduzem historicamente seu modo de vida, de forma mais ou menos isolada, com base na cooperação social e relações próprias com a natureza” (p.27). E o segundo escolhido foi o da legislação brasileira a partir do Decreto nº 6.049 (2007) que entendido como:

Grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.

A preocupação com as "populações tradicionais" que vivem em UCs é relativamente recente no Brasil, pois até pouco tempo eram consideradas "caso de polícia" e deveriam ser expulsas da terra em que sempre viveram e foram transformadas em parques e reservas. Essa visão preservacionista "pura" em oposição a outra visão de UCs integrada à sociedade reflete a própria constituição e história do conservacionismo brasileiro. A partir de meados dos anos 1980, começa a surgir outro tipo de ambientalismo, mas ligado às questões sociais. Esse novo movimento é mais ativo e surge no bojo da redemocratização, após décadas de ditadura militar. Esse novo ambientalismo é muito crítico do modelo de desenvolvimento econômico altamente concentrador de renda e destruidor da natureza que teve seu apogeu durante o regime militar (Diegues, 1997, 2000b, Medeiros *et al*, 2006).

Em se tratando de inclusão social é pertinente fazer alusão a Irving e Mendonça (2004) e Irving (2010), que afirmam que a promoção de inclusão social está diretamente ligada a formação de uma consciência crítica e cidadã na sociedade que contemple aspectos relacionados a educação, a ética, a solidariedade a responsabilidade nas ações e no compromisso com os direitos e interesses coletivos, de forma que o cidadão passe a assumir um papel central e decisivo, ao lado do poder público, no processo de desenvolvimento do país.

Ainda sobre isso, Irving (2010) reafirma que nessa lógica, o compromisso de inclusão social pressupõe a articulação de políticas econômicas, sociais e também ambientais, integrando questões

relacionadas à inserção (ou reinserção) no mercado e ao fortalecimento da noção de cidadania e dos espaços de participação social, de maneira a possibilitar a minimização dos processos que levam a desigualdade social. E para tal, o ponto de partida parece ser o reconhecimento de que o conflito faz parte das sociedades humana e que, se este não for explicitado, radiografado e discutido, não será possível uma construção de políticas públicas consistentes, baseadas na realidade e nas dinâmicas sociais a ela associadas.

**Quadro 1:** Dimensões para interpretação da inclusão social no turismo

| DIMENSÕES | TEMAS DE ANÁLISE   |
|-----------|--|
| Política  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formação cidadã no sentido de adquirir condições efetivas para participar e se fazer representar na esfera política</li> <li>• Espaço para o exercício dos direitos e deveres do cidadão</li> <li>• Descentralização de poder e das ações por parte dos órgãos governamentais</li> <li>• Acesso ao processo de tomada de decisão por todos os atores sociais envolvidos no desenvolvimento do turismo.</li> </ul> |
| Cultural  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento, valorização e fortalecimento das tradições, aspectos e costumes da população residente nos destinos turísticos;</li> <li>• Proteção e conservação do patrimônio histórico artístico cultural das destinações turísticas</li> </ul>  |
| Ambiental | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservação dos recursos renováveis;</li> <li>• Acesso a visão coletivo do patrimônio natural</li> <li>• Incentivo a adoção de práticas sustentáveis de conservação dos recursos não renováveis</li> </ul>  |
| Social    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimento/melhoria das relações sociais;</li> <li>• Prevenção/combate aos problemas sociais gerados pelo turismo (violência, tráfico de drogas, prostituição, exploração sexual infantil e etc.);</li> <li>• Prevenção contra exploração de turistas</li> </ul>  |
| Humano    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acesso a oportunidades de se fazer turismo</li> <li>• Educação como meio de inserção no mercado de trabalho</li> <li>• Acessibilidade a novas tecnológicas</li> <li>• Acesso aos meios de créditos</li> <li>• Investimento na melhoria das infraestruturas básicas e turísticas</li> </ul>  |
| Trabalho  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da oferta de empregos;</li> <li>• Emprego reconhecimento pela legislação</li> <li>• Estabilidade nos postos de trabalho</li> </ul>  |

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Sancho (2007), Irving (2010), Sancho e Irving (2011)

Sancho (2007), Irving (2010) e Sancho e Irving (2011) abordam a temática da exclusão social como um processo que envolve trajetórias de vulnerabilidade, fragilidade ou precariedade e até ruptura de vínculos, em quatro dimensões e perspectivas da existência humana em sociedade: trabalho, social, política e cultural. A vulnerabilidade do trabalho recai sobre o aumento do desemprego, do emprego precário e da instabilidade a ele associada. Com relação à dimensão social, há a ruptura e/ou fragilização das relações familiares, de vizinhança e no interior do grupo social, levando o indivíduo ao isolamento e a solidão. Na dimensão política, as trajetórias envolvidas se baseiam na precariedade no acesso e no exercício dos direitos de cidadão e na impossibilidade de participação e representação na esfera pública. Na dimensão cultural, exclusão se caracteriza pela indiferença, discriminação e pelo não reconhecimento dos costumes e tradições culturais de um

determinado grupo social. Além dessas dimensões, a interpretação do tema exclusão/inclusão social requer ainda uma nova leitura sob a perspectiva das dimensões ambiental e simbólica. Assim, para se pensar mecanismos futuros para a avaliação de políticas públicas de proteção da natureza, em sua vertente de inclusão social, algumas dimensões de análise precisam ser consideradas e estão sistematizadas no quadro 1.

Nessa perspectiva, o desenvolvimento da atividade turística em UCs pautado no planejamento adequado e com devida organização pode se constituir em uma relevante alternativa para a conservação da biogeodiversidade, promoção da inclusão social e redução da pobreza na sociedade contemporânea. Quanto ao planejamento e o desenvolvimento do turismo em UCs, é importante que seja pautada nos princípios da participação e inclusão social, de forma democrática e descentralizada, incluindo os diferentes atores sociais nos processos de tomadas de decisões.

Dessa forma, as populações tradicionais no entorno e no interior das UCs têm a chance de uma inclusão social, através de sua inserção nas atividades ligadas ao turismo, tendo em vista o crescimento do turismo em áreas naturais como afirma Mitraud (2003) o turismo em áreas naturais representa parte considerável da atividade turística praticada mundialmente; e o Brasil não é diferente. Nesse sentido, o turismo dirigido às áreas naturais assume destaque nas estatísticas dos órgãos oficiais internacionais e nacionais, registrando um crescimento da demanda da ordem de 20% ao ano, superando as taxas de crescimento do setor de turismo, em geral. Nos países da América do Sul, o aumento do turismo em áreas protegidas tem sido também crescente e, acompanhando essa demanda, muitas experiências criativas e inovadoras têm se desenvolvido.

Nesse sentido, é indispensável uma gestão eficiente vinculada a parcerias públicas e privadas visando proverem a infraestrutura necessária para que realmente possam influenciar de maneira positiva nas condições de vida dessas populações.

## **RESULTADOS**

Este tópico ficou reservado para apresentação dos resultados do presente estudo. Está dividido em dois principais subtópicos, cada um destes apresentará: (1) inicialmente o processo de criação e os desafios da APARC (informações oriundas da pesquisa documental e reuniões do CG), (2) a percepção das comunidades residentes na APARC acerca da dinâmica do desenvolvimento do turismo e dos temas relacionados à inclusão social.

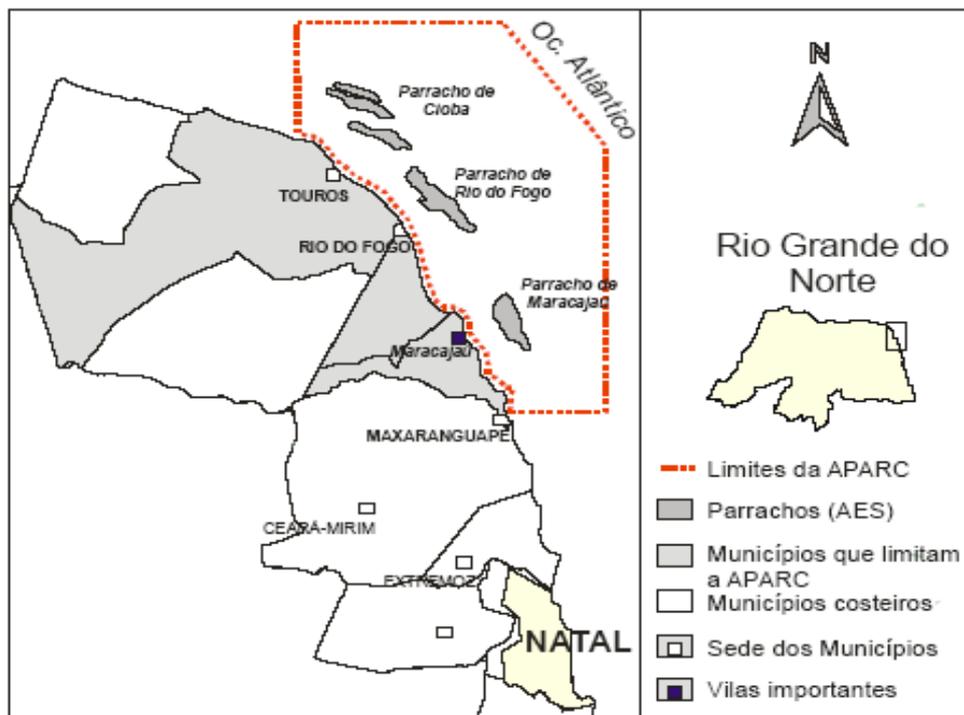
### **Processo de Criação das Unidades de Conservação**

A Área de Proteção Ambiental dos Recifes de Corais (APARC) foi criada em 2001, por meio do Decreto N° 15.746, com o objetivo de proteger a região marinha que abrange a faixa costeira dos

municípios de Maxaranguape, Rio do Fogo e Touros, no litoral norte do Estado. Com uma área de mais de 136 mil hectares, a APARC assegura a preservação da biodiversidade marinha presente na Unidade com a ocorrência de recifes de corais - considerado o mais diverso habitat marinho do mundo. Ela engloba três parrachos (nome dado popularmente aos recifes de corais pelas comunidades): Cioba, Maracajaú e Rio do Fogo. A qual está localizada na plataforma rasa adjacente aos municípios de Rio do Fogo, Touros e Maxaranguape (ver figura1).

Inicialmente o processo de criação da APARC foi uma demanda do primeiro empresário que operacionalizou os passeios nos recifes de corais, antes disso, o pioneiro dos passeios realizava suas atividades pesqueiras na praia de Maracajaú, logo percebeu que a comunidade existe potencial para o desenvolvimento do turismo por meio dos passeios aos recifes de corais (Silva, 2009).

**Figura 1:** Localização da APARC.



Fonte: Amaral *et al*, 2005.

Após o início das atividades de mergulho e passeios nos recifes de corais, o local foi ganhando visibilidade para potenciais investidores, desse modo, como medida de controle o empresário resolveu solicitar aos órgãos competentes que a localidade fosse transformada em uma área protegida. Feito isso, como já citado, o decreto de criação ocorreu no ano de 2001, porém, no período de 2001 a 2007 não houve atuação na área, somente em 2008 foi quando se iniciaram as atividades de gestão da APARC (Silva, 2009).

A criação da APARC, apesar de ter sido uma solicitação de um indivíduo que viu a necessidade a partir do crescimento do turismo, necessitaria de intervenções em prol da conservação dos recursos naturais e da manutenção das atividades locais. Portanto, observou-se que

a criação implicou exclusivamente na proteção e no controle dos recursos naturais, que no caso da APARC são os recifes de corais. Isto significa que a criação da APARC não contemplou a participação da comunidade em seu processo, ou seja, uma condução imposta que resultou conflitos sociais, devido à falta de conhecimento os moradores, pescadores, “bugueiros” e demais veem o órgão competente como um punidor ou proibitivo, pois o processo não foi conduzido de modo participativo de maneira que as comunidades tomasse posse do que estava sendo realizado.

Além disso, como a criação da APA ocorreu em paralelo com o desenvolvimento do turismo, os moradores das comunidades, sobretudo os pescadores que foram os que se sentiram mais prejudicados, tiveram a percepção que a APARC foi criada para beneficiar exclusivamente os empresários. Pois até aquele presente momento apenas eles tinham permissões para realizar os passeios, enquanto isso, os pescadores sofriam limitações e proibições para realizar suas atividades pesqueiras nos recifes de corais.

Nesse processo de criação, primeiramente a atividade turística foi ordenada, que foi uma demanda dos empresários, ao mesmo tempo as questões dos pescadores foram deixadas em segundo plano, desse modo, houve geração de mais conflitos e insatisfação das comunidades com a gestão da APARC. Até então nada teria sido feito em relação a inserção das comunidades, sobretudo dos pescadores na atividade turística, depois de muitos conflitos e solicitações, a questão da permissão e cotas para os pescadores realizarem os passeios foi sendo analisada pelo Conselho Gestor, portanto ficou decidido que os pescadores também teriam oportunidade de operacionalizar os passeios, depois de adaptações nas embarcações, qualificações e etc.

O diagnóstico turístico da APA relata que ainda existem conflitos entre pescadores e empresários, pois os pescadores acusam os empresários do setor de mergulho de extrapolarem a quantidade de turistas que estes podem levar ao parracho, o que pode causar aspectos e impactos ambientais. Os empresários de setor de mergulho, por sua vez, acusam os pescadores de pescarem com apetrechos ilegais nos recifes de corais, o que também pode causar aspectos e impactos ambientais. Ainda segundo os pescadores a área dos recifes de corais onde ocorre o passeio está “acabada” em comparação ao restante da área. Eles também relatam que o óleo derramado das embarcações prejudica os recifes de corais.

Após diversos conflitos, a comunidade pesqueira de modo geral conseguiu se inserir e ser beneficiada com o turismo há pouco mais de 5 anos. A operacionalização dos passeios se dá por meio de cota, essas estão divididas entre empresários e pescadores, são 880 cotas por dia, 220 para os pescadores, e 660 para os 4 empresários da comunidade de Maracajaú. Em Rio do Fogo estão em fase de cadastramento dos pescadores para realizar os passeios, em Perobas (comunidade pertencente ao município de Touros), já são realizados os passeios, na comunidade são 100 cotas por

dia, metade para o empresário local e a outra metade para os pescadores da comunidade. Além disso, para os antigos pescadores que não estão operacionalizando os passeios, eles atuam como orientador turístico nas comunidades, que no caso se resume a abordar os turistas para vender passeios.

O que pode ser observado é que as questões de conflitos existentes no processo de criação da APARC é a falta de conhecimento esclarecimentos por parte dos moradores / pescadores / bugueiros. Tal fato é evidenciado pela ausência das políticas públicas participativas por parte dos órgãos administrativos municipal, estadual ou federal, sendo assim, não tem tornado os processos de forma participativa, que inclusive são princípios assegurados no SNUC que em muitos casos são omissos.

### **Percepção dos Atores Sociais acerca do Desenvolvimento do Turismo na Aparc**

Este tópico ficou reservado para mostrar a percepção das comunidades do entorno da APARC acerca da inclusão social por meio da atividade turística. Portanto, foi investigado junto aos atores sociais, por meio das entrevistas semiestruturadas, suas opiniões sobre os seguintes aspectos: cultural, ambiental, política, social, humana e trabalho.

#### **Dimensão Cultural**

A primeira categoria a ser analisada será a Cultural, essa é composta por dois principais temas, a saber: reconhecimento, valorização e fortalecimento das tradições, aspectos e costumes da população residente nos destinos turísticos e a proteção e conservação do patrimônio histórico artístico cultural das destinações turísticas. De modo geral, foi questionado aos respondentes sobre o reconhecimento do local por meio da frequência de visita e atividades realizadas no entorno da APARC e a representação e importância do local de modo individual e coletivo.

Sendo assim, foi possível averiguar que a população local tem acesso aos recursos naturais e turísticos, pois todos responderam que frequentam os locais, os moradores da APARC frequentam os parrachos para lazer, e, além disso, para os que trabalham nas embarcações realizam seus trabalhos diários na operacionalização dos passeios. Sendo assim, verificou que as comunidades têm acesso e fazem usos dos recursos naturais e turísticos, e não apenas usos econômicos, mas também para lazer. Isso se torna importante para a promoção da inclusão social, uma vez em que os recursos não são restringidos apenas para os turistas, porém é necessário que as comunidades sejam sensibilizadas de modo que venham utilizar de maneira adequada, evitando assim, impactos nocivos ao ambiente natural.

No tema Reconhecimento, valorização e fortalecimento das tradições da população residente nos destinos turísticos, foram feitas duas perguntas, a primeira, no sentido mais individual, o que o parracho representa para você? E no sentido mais coletivo, você acha que o parracho ou as dunas são importantes?

Na APARC, o parracho é o principal recurso natural para o desenvolvimento do turismo nas comunidades, portanto, todas as respostas respaldaram os recifes de corais como uma fonte de renda, como pode ser visto a seguir:

*“[A4] Toda a sustentabilidade de Maracajaú está através dos recifes de corais”,*

*“[A5] Fonte de renda”*

*“[A1] É uma atividade de renda, eu faço a exploração dos corais” e*

*“[A2] [...] hoje em dia, apareceu mais esse emprego para nós aqui, para sobreviver melhor do que a pesca né”.*

Diante das respostas, o que se pode observar é que elas são atribuídas exclusivamente para a geração de ganhos econômicos por meio do uso dos parrachos, inserida numa lógica de mercado, convergindo a ideia de que o turismo é uma atividade apenas de ganhos financeiros, negligenciado outros benefícios que a atividade pode gerar, como a conservação dos recursos naturais, valorização do território e da cultura local. Mas para isso, é necessário planejamento adequado e correto, gestão descentralizada e compartilhada, e prática dos princípios da inclusão social.

As repostas para o segundo questionamento era se as dunas ou parrachos aferia alguma importância de modo coletivo, todos consideram que a dunas e os parrachos é de suma importância para a comunidade. Pois, como já mencionado anterior, as dunas como os recifes de corais foram o principal meio para o desenvolvimento do turismo, e isso foi de extrema importância para as comunidades, pois muitas dessas tiram o seu sustento familiar por meio das atividades a partir do turismo.

Na APARC foi possível resgatar dois depoimentos que comprovam essa discussão, tais como:

*“[A5] As dunas são importantíssima, a comunidade não existiria se não houvesse as dunas”*

*“[A2] Sim, muito, sem esses recifes de corais aqui era uma vila de pescadores, só tinha casa de taipa e o povo só sobrevivia da pesca”.*

Por isso, volta a afirmar da importância que deve se dá para atividade turística, e para o planejamento de modo participativo, onde todos os segmentos da sociedade, inclusive a comunidade local, participem de forma ativa e sejam consultados no processo da concepção até a implementação das ações de políticas públicas do turismo, de maneira que não só prevaleçam as ações do poder público e dos agentes de mercado que comandam de forma hegemônica a atividade, excluindo a possibilidade de considerar o residente enquanto agente ativo e participante da gestão do espaço turístico.

## Dimensão Ambiental

Atrelado a essa categoria cultural, a próxima foi a ambiental, composta pelos seguintes temas, Conservação dos recursos renováveis; Acesso a visão coletiva do patrimônio natural e Incentivo a adoção de práticas sustentáveis de conservação dos recursos não renováveis. Nessa categoria, houve perguntas no sentido de reconhecimento do que seria uma APA, se tinha conhecimento que o local fazia parte de uma APA, se considera isso importante, e se tinha acesso a informações das normas do local e se achava que o local estava conservado.

A primeira pergunta foi no sentido de investigar se os entrevistados sabiam o que seria uma Área de Proteção Ambiental, todos os respondentes de ambas as APAs, afirmaram o que seria uma APA, e, além disso, sabiam que os recifes de corais faziam parte de uma área de proteção ambiental. Logo em seguida, foi questionada a importância disso para a conservação dos recursos naturais.

### **Quadro 2:** Resumo das respostas referente a importância dos recursos naturais fazer parte de uma APA.

|       |  |
|-------|--|
| APARC | <p><i>“Porque no momento em que a área é preservada, preserva a vida marinha e os seres humanos também, ne?”</i></p> <p><i>“É importante por causa que nós tem uma segurança que daqui a 20 anos vai continuar como hoje. Porque tem a fiscalização ambiental e cuidando e tomando de conta”.</i></p> <p><i>“Vai proteger mais atividade turístico, apesar que os homens vivem destruindo, as pessoas não respeitam as áreas protegidas”</i></p> <p><i>“Porque precisa ne? preservação para futuras gerações. E para que esse trabalho se desenvolva por mais tempo. “</i></p> |
|-------|--|

Fonte: Dados de pesquisa, 2017.

Diferente do cenário que foi apresentado no processo de criação das UCs verificou-se que as comunidades têm conhecimento que o local onde moram faz parte de uma APA, acredita-se que para chegar a esse nível de conhecimento, passou considerável tempo para que todos pudessem ter esse conhecimento. Isso mostra ser um resultado relevante uma vez que o conhecimento é disseminado, então as comunidades são conscientes que no local existem regras que devem ser cumpridas em favor da conservação, e que os próprios moradores possam se tornar potenciais agentes fiscalizadores, podendo verificar os usos inadequados nas localidades.

Quanto a importância dada as dunas e os parrachos fazerem parte de uma APA podem associar as categorias de ajuda a preservar/conservar o meio ambiente, assim como também a vida marinha e por fim pode garantir a continuidade das atividades turismo e pesca, e que as futuras gerações possam ter acesso aos recursos naturais.

Logo, foi perguntado se consideravam que os locais estavam conservados, as respostas referentes as duas UCs foram bastante semelhantes. Por meio das respostas foi possível perceber que os moradores consideram que o local está conservado comparado com anos atrás, quando não existia ação nenhuma em prol da conservação, porém mesmo considerando o local conservado, ainda acham que muito poderia ser feito, sobretudo na fiscalização dos parrachos. Nos parrachos na APARC, existe o monitoramento das cotas diárias, que é a contagem de turistas que embarcam por dia, porém não é suficiente para combater as práticas inadequadas, onde a fiscalização ostensiva deveria existir na plataforma flutuação que é o local que os turistas realizam o mergulho.

É necessária realização contínua de monitoramento em UCs, considerado um ponto positivo no que tange ao gerenciamento, dessa forma, o Faria (2004) faz alusão que o monitoramento envolve a avaliação de um objeto ou fenômeno de natureza biológica, exata ou humana, mas, sobretudo no processo de repetição da observação, no espaço e no tempo, mediante o uso de procedimentos metodológicos para a coleta e comparação de dados. É uma ciranda que, ao ser iniciada, entusiasma os sujeitos dessa ação, porque estes veem que os resultados foram válidos e aproveitáveis.

Deste modo, os gestores e técnicos devem internalizar o monitoramento como instrumento imprescindível para conhecer e saber decidir (e quando ir), visando retroalimentar melhorar a efetividade da gestão de modo consistente e sistemático (Faria & Pires, 2007).

Nesse sentido, é pertinente a realização de pesquisas científicas para a geração de conhecimento que possa contribuir para a administração das UCs, sobre isso, Pauda e Chiaravalloti (2010) no manejo das UCs, o conhecimento tem a mesma importância que na sociedade. Quando usamos informação gerada por povos tradicionais ou cientistas, há mais garantia de que eles já foram testados e, conseqüentemente, as ações serão mais efetivas, uma vez que esses dois tipos de conhecimento vêm sendo construídos há centenas de anos.

Portanto, é essencial se apropriar do conhecimento científico e tradicional para o gerenciamento e do manejo das UCs. Em consonância com isso, a eficácia da gestão está fortemente relacionada com o acesso de informações, que por sua vez devem ser apresentadas na forma de documentos (digitais e analógicos) e serem acessíveis para consulta de técnicos e cidadãos. Contudo, todos devem englobar o conjunto de informações relacionadas ao ambiente natural e construído, dentro e no entorno da unidade de conservação com suas características físicas, sociais e econômicas (Debetir & Orth, 2007).

O que pode ser analisado nessa dimensão ambiental, que para compor na promoção da inclusão social do turismo em áreas naturais protegidas, é que o trabalho deve ser contínuo, realizando ações relacionados a conscientização e sensibilização das comunidades sobre a

importância da conservação do monumento natural, para o desenvolvimento da atividade turística. Essas ações devem contemplar a valorização da produção local e o fortalecimento dos aspectos relacionados ao patrimônio natural e pautados nos princípios da sustentabilidade.

Nesse sentido, é importante que o planejamento turístico possa facilitar a criação de programas que congreguem a geração de emprego e renda, mas que também possam incluir a valorização dos aspectos culturais das populações residentes, da conservação dos recursos naturais e adoção de práticas responsáveis ambientalmente.

### **Dimensão Política**

Como terceira categoria do tema central da inclusão social, será realizada a discussão da dimensão política, que considerou temas como: Formação cidadã no sentido de adquirir condições efetivas para participar e se fazer representar na esfera política; Espaço para o exercício dos direitos e deveres do cidadão; Descentralização de poder e das ações por parte dos órgãos governamentais; e Acesso ao processo de tomada de decisão por todos os atores sociais envolvidos no desenvolvimento do turismo.

O primeiro questionamento realizado aos respondentes foi se tinha conhecimento de quem tomava as decisões acerca do que deveria ser feito ou não dentro da APA. Em sua maioria, responderam ser o IDEMA, que é o órgão estadual responsável pela gestão das APAs, mas ainda tiveram aquelas que responderam ser o IBAMA, pois associam esses dois órgãos como sendo apenas um, porém existe diferenças, o IBAMA é uma das instâncias de governança que faz parte do conselho gestor das APAs, ainda citaram ser a prefeitura dos municípios, Marinha e entre outros. Mas como o mais citado foi o IDEMA, devido está próximo das comunidades, e pelo fato de estar convocando e realizando as reuniões.

Logo, foi perguntando se a opinião da comunidade era levada em considerações nas tomadas de decisões sobre a APA.

Na APARC, foi possível encontrar depoimentos relatando que a comunidade é ouvida, como, os dois a seguir:

*“[A1] Acredito que sim, eles têm uma participação ne, e a opinião deles é de extrema importância”.*

*“[A1] Está sendo ouvida, “ta” começando a conscientizar as pessoas, que o turismo traz boas coisas”.*

Outro depoimento isolado relatado na coleta de dados é que a comunidade não é ouvida, e para que a comunidade seja ouvida e ter seus direitos garantidos, no caso da APARC, foi preciso manifestações e confrontos, para os pescadores também pudessem operacionalizar os passeios como mostra no depoimento a seguir.

*“[A2] É não, o IDEMA não dá ouvido a comunidade de nada não, marca reunião ai, o que eles querem ai, como já aconteceu muito ai, para gente conseguir o direito dos passeios aqui, debatemos com o IDEMA, fizemos barricadas ai, eles chegaram, alvejaram, foi em cima de bala ai, eu fui o que provei e provei e na reunião eu “tava” na hora peguei a capa da bala, e comodante chegou, e perguntou se tinha prova, chamei ele no posto, e mostrei a duas capas de balas. Disseram que vieram apoiar a gente, mas não veio. Vieram atirando, a polícia ambiental. A gente não é bandido, a gente só quer trabalhar, ninguém atender ninguém mal, recebemos do menor ou maior”.*

Nesse sentido essa não é a forma adequada para solicitar os direitos que já são assegurados, o que se deve ser realizado, é a inclusão das comunidades em todo o processo, visando garantir os seus direitos, esclarecendo os seus deveres, e sendo beneficiada de forma equitativa.

Para se alcançar o desenvolvimento equilibrado do turismo, em consonância com os preceitos da conservação das áreas naturais, é necessário estabelecer mecanismos de planejamento e de gestão ambiental dinâmicos, flexíveis e integrados. O planejamento deve garantir, ao mesmo tempo, a conservação dos recursos naturais e o uso turístico em harmonia com os interesses e necessidades dos diversos atores sociais envolvidos (Fontoura & Simiqueli, 2006).

Por fim, foi investigado se os respondentes participaram de alguma reunião que se tratasse de assunto referente ao turismo na APA. Em sua maioria participaram de reuniões, tanto realizadas pelo IDEMA ou pela prefeitura, todos responderam ter participado mais de três reuniões. Em seguida, foi perguntado se essas reuniões surtiram algum efeito do que foi debatido, alguns responderam que sim, além disso, foi dada importância a essas reuniões devido ser um momento importante para debater ideias e também uma oportunidade de serem ouvidos.

*“[A6] Eu sou positiva, se ainda não estivesse elas ainda estaríamos pior. Em verdade as pessoas reclamam muito, mas eu acredito que é através do processo democrático de discussões de fóruns, que minimamente podemos ta junto, pior se não acontecesse, nós temos um país que desde constituição é dado essa abertura, e realmente é preciso que a gente de fato aproveite essa participação dentro desse processo democrático.”*

Enquanto uns não acreditaram que os encontros foram proveitosos, pois nada que foi solicitado foi realizado.

*“[A1] As reuniões ficam muito na teoria e nada na prática”.*

*“[A4] Não acho proveitosa, não surtiram efeito, porque fica só na teoria, nada sai do papel, nada na prática, é raro sair do papel para prática, por exemplo esse projeto de sinalização turística é, é necessário é, mas é mal feito, começou e não terminou, temos o pórtico, todos foram instalados, mas nenhum terminados.”*

É comum se deparar com depoimento dessa natureza, uma vez em que a morosidade do poder público quanto às demandas que são solicitadas pela comunidade ou pelo conselho gestor de modo geral é um fato recorrente na gestão de UCs, o que se almeja é que as prioridades sejam executadas e que essas possam beneficiar todos os envolvidos, sobretudo, atender os anseios das comunidades.

## Dimensão Social

Para esta dimensão, a social, foram selecionados temas que correspondem a benefícios e malefícios que o turismo pode gerar em uma determinada localidade, nesse sentido, foram feitos questionamentos se o turismo traz benefícios ou malefícios sociais e se o turismo deveria acabar ou continuar nas comunidades pesquisadas.

Para o primeiro questionado foi realizado a pergunta se o turismo trazia alguns benefícios sociais para as comunidades, foi possível observar nas respostas considerável parte confundiram ou associaram benéficos sociais com os benéficos econômicos, porém, teve um depoimento muito esclarecedor de um respondente que mostrou a lógica do real desenvolvimento do turismo nas comunidades.

*“[A5] Na perspectiva social não, ainda não, muito pouco, porque o turismo ainda não tem o foco social, tem poucas empresas que tem essa visão que visa isso. O turismo na vertente aqui, na verdade houve uma inversão de valores, porque o que a gente ouve dos mais velhos, que o turismo antes de está aqui com toda veemência, as pessoas eram mais sociáveis, tinha mais festas culturais, mais eventos, as pessoas eram mais ligada a igreja, especificamente a igreja católica que sempre esteve teve aqui, pessoal diz que antes tinha uma pracinha, sentava, dialogava, tinha festas tradicionais, e com a chegada do turismo, a gente observa que é muito resistente daqueles que ainda querem preservar as questões culturais e social, mas o turismo aqui leva mais para vertente do capital”.*

Esse depoimento traduz com bastante contundência a lógica atual do desenvolvimento do turismo, como já mencionado anteriormente, o turismo segue um desenvolvimento na lógica do mercado, centrando sempre na ideia o capitalismo, vale ressaltar que, apesar de ser uma atividade econômica, o turismo pode ser praticado a partir da premissa da inclusão social, não tendo essa visão, o que se ver é que a atividade turística tem alavancado impactos nocivos as comunidades, pois há uma tendência a desvalorização das características culturais das populações originais do lugar turístico.

No turismo a comunidade ganha ou pelo menos deveria ganhar no processo de desenvolvimento da atividade turística como alternativa econômica e social. Para melhor desenvolvimento do turismo, é necessário que a comunidade local esteja inserida no processo de tomadas de decisões do planejamento turístico, feito isso, o turismo deixa de ser de forma vertical, ou seja, uma política imposta negligenciando os desejos e anseios da comunidade, e passa a ser de forma horizontal, onde a população residente participe do planejamento.

A participação da comunidade se dá por meio da organização de associações para fortalecer, reivindicar seus direitos visando o bem-estar de todos envolvidos como também garantir o acesso e a inclusão das futuras gerações. Essa perspectiva vai de encontro com o desenvolvimento local a partir da escala humana bastante discutida por Boisier (2003), onde afirma que esse desenvolvimento

(desenvolvimento em uma escala humana) é concentrada e baseada na satisfação necessidades humanas básicas, níveis de geração de aumento da autossuficiência e articulação orgânica dos seres humanos com a natureza e os, processos globais pessoais com comportamentos locais, de tecnologia com sociais, de planejamento com autonomia e da sociedade civil com o Estado.

Além disso, foi possível coletar vários depoimentos que infere essa visão que o turismo só traz benéficos econômicos, quando perguntado quais benefícios sociais o turismo poderia trazer. Obtiveram-se as seguintes repostas:

*“[A1] Fonte de renda”*

*“[A2] Empregos e renda”*

*“[A5] Financeiro, na medida em que o turismo vem e faz divulgação da área. E tem resultado para a pessoa que vive aqui do turismo.”*

*“[A1] O financeiro, o dinheiro rola dentro de Maracajaú.”*

Em seguida foi pergunta se o turismo trazia algo de ruim, tiveram respostas, como: “[A2] Lixo, unir mais e ajudar mais o local”.

*“[A2] É o lixo é o malefício maior”.*

*“[A1] Violência e roubo, como não tem segurança, piora um pouco”.*

*“[A1] O turista quando começa a vim ele o assaltante vem atrás o ladrão vem atrás dos turistas para roubar. A droga acompanha, querendo entrar, por exemplo, Maracajaú, Maracajaú hoje o povo é tudo assombrado. Não tem segurança, o prefeito não coloca policial, não tem delegacia.”*

*“[A6] Degradação do ambiente, da cultura”.*

Logo, foi perguntado se o turismo deveria acabar, e por unanimidade, responderam que não, sendo que a principal justificativa para não acabar, é devido atividade turística ser a principal atividade de contribui para a geração e emprego e renda para as comunidades.

Vale ressaltar que apesar do discurso político expressar uma visão propensa e otimista quanto o potencial do turismo para a promoção da inclusão social por meio dos benefícios sociais como desigualdades sociais, combate à pobreza, violência, fome e exploração sexual, as políticas públicas deixam muito a desejar, pois é um tema abordado de forma objetiva e superficial. Além disso, apresenta um discurso na perspectiva da lógica do mercado e do capitalismo excludente, que está direcionado e prioriza os aspectos econômicos em detrimento aos sociais.

Nem mesmo o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que intenta viabilizar, entre outras questões, a inclusão social obteve êxito em suas proposições, já que, conforme Tomazin e Beni (2017, p. 93), “o PRT limitou-se a uma política pública abstrato-formal, devido a sua concepção de regionalização como roteirização restringindo-se a induzir ações de interesse dos empresários do turismo, não contemplando um planejamento integral para atender a totalidade dos territórios,

muitos menos, em possibilitar ações perenes de inclusão social, forjadas por uma prática emancipatória”.

### **Dimensão humana**

Esta categoria reuniu questionamentos acerca dos seguintes temas: Educação como meio de inserção no mercado de trabalho; Acessibilidade a novas tecnológicas; Acesso aos meios de créditos e Investimento na melhoria das infraestruturas básicas e turísticas.

O primeiro questionamento realizado foi se o respondente já teve oportunidade de participar de algum curso na área de turismo, de modo igual, os respondentes já participaram de curso voltado para o turismo em diversas áreas, como alimentos, atendimento ao cliente, recepção, hotelaria, turismo sustentável, vendas e hospitalidade. Alguns cursos foram de iniciativas de prefeituras locais, através do Sebrae e Senai e outros por iniciativa própria.

Foi possível entrevistar dois bacharéis em turismo, uma formada pela Universidade Estadual do Rio Grande do Norte e outro pela Universidade Potiguar, ambos são empresários locais [A1] no ramo do turismo, uma na área de passeios turísticos e outro na área de alimentos e bebidas. Os turismólogos afirmaram que se qualificaram após já terem iniciado suas atividades profissionais na área do turismo, logo, viram a necessidade de se capacitar e resolveram fazer um curso superior na área.

A promoção de ações de qualificações na área do turismo se torna um elemento essencial para que consiga atingir o objetivo da inclusão social, uma vez existindo a capacitação da população local facilita a inserção do mercado de trabalho, e, além disso, garante novas conquistas e oportunidades profissionais, podendo ser por meio de postos de trabalho como também pelo o empreendedorismo.

Em seguida foi possível investigar se os respondentes já tiveram oportunidade de participar de alguma linha de financiamento para aquisição de equipamento e modernização dos equipamentos turísticos ou setores de crédito para impulsionar sua atividade econômica.

Os respondentes da APARC nenhum participou de alguma ação de financiamento ou setor de créditos, todos afirmaram que iniciaram suas atividades por meio do capital próprio. Para o desenvolvimento do turismo é de suma a oferta de microcrédito e orientação para o empreendedorismo, mas por dificuldade de acesso, muito desistem e procuram iniciativa própria.

Apesar de que o Ministério do Turismo, por meio das políticas públicas, oferece linhas de financiamento destinadas a aquisição ou modernização de utensílios e equipamento para o turismo, como pode ser citado o FCO Empresarial – Turismo regional; Cartão BNDES; BNDES Automático; Fime – Financiamento para Aquisição de Máquinas e Equipamentos; Finem – Financiamento a

Empreendimentos; FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo; PROGER Turismo; Programas de financiamento ao turismo sustentável; Proatur - Programa de Apoio ao Turismo Regional e o Programa de Financiamento a Aquisição Isolada de Matérias-Primas e Mercadorias.

Em documento registra-se por meio da Política Nacional de Turismo 2013-2014 ação voltada a Incrementar as linhas de financiamento à iniciativa privada por meio do desenvolvimento de parcerias com instituições financeiras, entidades privadas e órgãos públicos, buscando a ampliação dos recursos e a adequação de linhas de crédito e outros instrumentos financeiros direcionados para o financiamento das atividades dos prestadores de serviços turísticos e do público final.

Por fim, para encerrar a análise da categoria foi investigado se os entrevistados conheciam alguma política pública de turismo (municipal, estadual e federal) com investimentos e ações destinados à implantação, revitalização e modernização da infraestrutura básica e turística.

Na APARC não foi possível levantar nenhuma ação, os relatos dos entrevistados é que nada foi realizada em prol do turismo nas comunidades, a não ser uma tentativa da construção de um pórtico de entrada na praia de Maracajaú, segundo alguns moradores foram investidos 158 mil, o pórtico seria construído ainda na BR 101, onde serviria para os orientadores turísticos recepcionarem os turistas e praticarem as vendas dos passeios, mas devido a insegurança dos orientadores ficarem na BR, a obra não foi dada a continuidade, só existe as ruínas.

Para que o desenvolvimento do turismo aconteça de forma adequada e satisfatória para os turistas e comunidade, é necessário que o planejamento contemple melhorias de infraestrutura básica e turística de modo que haja expansão dos benefícios socioeconômicos.

### **Dimensão Trabalho**

Por fim, a última dimensão a ser analisada foi a do trabalho, nessa reuniu questionamentos referentes a oferta de empregos e postos de trabalhos na área do turismo. A importância do turismo para a economia local é atrelado a capacidade que a atividade tem de gerar emprego e renda para a população, prova disso, que a maior atribuição dada a atividade turística é ser uma atividade que amplia as oportunidades de ganhos econômicos.

Pensando nisso foi investigado quais os principais postos de trabalhos, a satisfação dos empregos e a importância do turismo para a economia local. Inicialmente foi questionada a quantidade de pessoas da família que trabalham e quantas na área do turismo. Na APARC foi possível investigar que a média de pessoas que trabalham em cada família foi entre 2 a 3 pessoas, na área do turismo ficando a mesma média, pois atividade turística é a que mais gera empregos.

Foi possível levantar diversos postos de trabalhos, em destaque foram empregos na área de alimentos e bebidas, restaurantes e quiosques, é o posto de trabalho que mais oferece empregos a

população local. Em seguida o posto de trabalho mais citado foram os passeios turísticos, tais como passeios de buggy, dromedários e mergulho nos recifes de corais. Em sua maioria mostraram estar satisfeitos com as condições de trabalhos

Apenas existiram dois relatos que mostraram insatisfação, a saber:

*“[A1] Poderia acrescentar em questões de infraestrutura, para o pessoal tem acesso a caixas eletrônicos. Tem mais segurança. Apesar de ser bastante explorado não tem infraestrutura, o cliente chega com cartão de credito, quer sacar não tem caixa eletrônico. Poderia ter feiras de artesanatos.”*

As comunidades da APA não possuem serviços de caixa eletrônico disponíveis, devido a ausência de segurança na localidade e suscetibilidade para assaltos. Outro relato levantado tem relação com a falta de divulgação dos destinos turísticos “[A2] Não, poderia melhorar nosso ponto de trabalho e material de divulgação.”

Outro fato que foi possível observar é que existe uma insatisfação quanto a permanência dos turistas nas comunidades, pois os turistas estão apenas de passagem quando realizam o passeio do *buggy* ou quando no passeio nos recifes de corais, após o término do almoço retornam para Natal, sem ter a oportunidade de permanecer mais na comunidade e poder movimentar mais a economia local.

Depois foi investigada a principal atividade que provia a renda familiar, e por unanimidade, foi o turismo, pois como já mencionado anterior, é a principal atividade econômica e a que mais gera emprego, apesar de que a maioria dos postos de trabalhos concentra-se em subempregos, tais como: garçons, cozinheira, auxiliar de cozinhar, auxiliar de serviços gerais e camareira. Essas atividades são as que a comunidade está inserida e, geralmente por falta de qualificação, percebendo salários desvalorizados, apesar do relato de que o turismo trouxe mais estabilidade financeira, comparada com as outras atividades que já eram praticadas antes do turismo, como agricultura e pesca.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo central compreender como o planejamento e a gestão do turismo na Área de Proteção Ambiental dos Recifes de Corais - RN vêm sendo desenvolvido sob a ótica da inclusão social das populações tradicionais do entorno. Desde a concepção e processo de criação das APARC, constatou-se que as comunidades do entorno não foram consultadas e sequer participaram do processo de implementação da APA. O comunicado aos envolvidos foi feito quando a APA já estava instituída legalmente e, desse modo, é fato que os princípios da gestão participativa e dos critérios estabelecidos pelo SNUC não foram atendidos

tendo, conseqüentemente, negligenciados o conceito da inclusão social expresso nas ações tal como dispõe nos documentos oficiais do governo.

Com relação a inclusão das comunidades do entorno da APARC na dinâmica do desenvolvimento do turismo, foi levado em consideração as dimensões da inclusão social no turismo, a saber: política, ambiental, cultural, social, humana e trabalho. O que foi observado a partir de tal análise é que o conceito de inclusão social no processo de planejamento e gestão do turismo na APARC se distancia do que foi discutido nesse trabalho. Dessa forma, pode-se afirmar que a inclusão social é um processo amplo e que está atrelado aos direitos da sociedade, de modo que os cidadãos passem a assumir o papel central, decisivo e participativo no processo de planejamento e desenvolvimento do turismo.

No entanto, percebe-se que a inclusão social no turismo está vinculada, majoritariamente, a capacidade da atividade em gerar emprego e renda com a criação de novos postos de trabalhos que o mercado turístico oferece. Nesse sentido, permite-se afirmar que a concepção desse conceito impera em uma abordagem econômica, ou seja, num discurso reducionista pautado na perspectiva industrial do turismo. Porém, o ideal da promoção da inclusão social estabelecida pela corrente teórica abordada nesse trabalho prevê uma visão que intenta superar esse conceito reducionista e propõe-se a refletir sobre a integração social entre os atores envolvidos com o turismo, as suas garantia de direitos sociais e participativos, a prática da cidadania, a participação ativa no processo de planejamento e gestão, a distribuição equitativa de benefícios e novas oportunidades de inserção no mercado de trabalho com melhorias de qualidade de vida. Isto porque, a inclusão social envolve em seu conceito, princípios básicos como: acesso a educação, a serviços sociais, a saúde, a investimentos em infraestrutura básica e a direitos políticos.

Para tanto, é importante discutir e aprofundar sobre o turismo em UCs como ferramenta que potencializa a inclusão social, pois de acordo Sancho (2007) (que fez uma releitura de Escorel), pensar o turismo como um vetor de inclusão social é tentar compreendê-lo e analisá-lo sob a ótica de diferentes dimensões da existência humana em sociedade. É refletir, a partir do reconhecimento do seu potencial, sobre as possibilidades que pode alcançar, no âmbito da melhoria da oferta e condições de trabalho, fortalecimento das relações sociais, formação cidadã e política da população, reconhecimento e valorização das tradições culturais, acesso a condições mínimas de desenvolvimento humano e incentivo a adoção de práticas sustentáveis para a conservação dos recursos renováveis.

## REFERÊNCIAS

- Arruda, R. (1997). "Populações 'Tradicionais' e a proteção dos recursos naturais em Unidades de Conservação". In: *Anais do Primeiro Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação*. Vol. 1 Conferências e Palestras, pp. 262-276. Curitiba, Brasil.
- Bensusan, N. (2006). *Conservação da biodiversidade em áreas protegidas*. São Paulo, FGV.
- Boisier, S. (2003) *El desarrollo en sul lugar*. Série Geolibros. Inst, de Geografia. Cidade: Pontificia Universidad Catolica di Chile.
- Diegues, A.C.S. (1996). *O mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: Hucitec.
- Diegues, A.C.S. (2000a). *Populações tradicionais em unidades de conservação: o mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: Núcleo de Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas do Brasil.
- Diegues, A. C. & Arruda, R.S.V. (2001). *Saberes tradicionais e biodiversidade no Brasil*. MMA. Brasília.
- Diegues, A. C. S. (2000b). *O mito moderno da natureza intocada*. São Paulo, Ed. Hucitec.
- Debetir, E. & Orth, D. (Orgs.) (2007). *Unidades de Conservação: Gestão e Conflitos*. Florianópolis: Insular, pp. 11-66, 89-110.
- IDEMA, Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte (2007). *Relatório técnico do monitoramento ambiental e de visitaçao nos parrachos de Maracajá*. Brasil, Natal.
- IDEMA, Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte (2015). Área de Proteção Ambiental Recifes de Corais. Disponível em: <<http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=944&ACT=null&PAGE=0&PARM=null&LBL=Unidades+de+Conserva%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em 25 de nov 2015.
- Faria, H. H. & Pires, A. S (2007). *Atualidades em Gestão de Unidades de Conservação*. In Unidades de Conservação: Gestão e Conflitos. Org. Dora Orth e Emiliana Debetir. Editora Insular. Florianópolis, SC. 2007a. pg. 11-41.
- Fontoura, L. M. & Simiqueli, R. F (2006). *Análise da capacidade de carga antrópica nas trilhas do Circuito das Águas do Parque Estadual do Ibitipoca – MG*. Monografia de especialização. Universidade Federal de Juiz de Fora. 2006
- Irving, M. A. (2010). *Áreas Protegidas e Inclusão Social: uma equação possível em políticas públicas de proteção da natureza no Brasil? Sinais Sociais*, v.4, p.122 - 147.
- Irving, M. A. & Mendonça, T. C. M (2004) Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turístico no Brasil - Prainha Do Canto Verde, Beberibe (CE). *Caderno Virtual de Turismo*, v. 4, n. 4, p. 12-22.
- Lasso, L. A. G. (2008) *Unidades de Conservação e Inclusão Social: Do Dualismo Homem Natureza ao Caminho da Gestão Participativa na Estação Ecológica Carijós Florianópolis SC*. – 2008. Bibliografia: f. 138. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias.

SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza. *Lei nº 9.985, 18 jul 2000* (2000). Brasília, DF. Recuperado em 10 abril 2015 de <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9985.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9985.htm)>

Marconi, M. A. & Lakatos, E. M (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas.

Medeiros, R.; Irving, M.A. & Garay, I (2006). Áreas Protegidas no Brasil: interpretando o contexto histórico para pensar a Inclusão Social. In: IRVING, M.A. (Org.). *Áreas protegidas e inclusão social: construindo novos significados*. Rio de Janeiro: Fundação Bio-Rio.

Mitraud, S (2003). *Manual de ecoturismo de base comunitária: Ferramentas para um planejamento responsável*. Brasília, WWF – Brasil, 2003.

Sancho, A. (2007). *Turismo: Alternativa Efetiva de Inclusão Social? Uma reflexão sobre as Políticas Públicas de Turismo no Brasil*. Dissertação de Mestrado. EICOS/IP/UFRJ. Rio de Janeiro.

Sancho, A. & Irving, M. A (2011). *Interpretando tendências para a inclusão social no Plano Nacional de Turismo 2007/2010*. In: Revista Geografias (UFMG), v. 7, p. 44 – 57. (ISSN: 2237-549X).

Silva, C. B (2009). *Análise da atividade turística desenvolvida na área de proteção ambiental dos Recifes de Corais – APARC*. 119 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pro - Reitoria de Pós-Graduação. Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente/PRODEMA. Natal/RN.

Silveira-Junior, W.J.; Botelho, E.S. (2011). *Turismo em áreas protegidas e inclusão social de populações tradicionais: um estudo de caso da Cooperativa de Ecoturismo de Guaraqueçaba (PR)*. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.4, n.3, 2011, p.441-462.

Tomazin, M. & Beni, M. C. (2017). Limites e possibilidades da inclusão social pela Política Nacional de Turismo: o caso do Programa de Regionalização do Turismo. *Revista CENÁRIO*, Brasília, V.5, n.8, 2017, p. 83-95.



# ESTUDO BIBLIOGRÁFICO DO TURISMO E DOS MUSEUS NA CONFORMAÇÃO DE PAISAGENS CULTURAIS

*Bibliographical study of tourism and museums in the conformation of cultural landscapes*

Marina Marins Moretoni<sup>5</sup>

**Resumo:** O presente trabalho se caracteriza como uma revisão bibliográfica de caráter qualitativo. Parte da percepção de que a *paisagem cultural* vem ganhando visibilidade nos estudos do turismo e dos museus, no cenário nacional e internacional. Deste modo, o estudo visa compreender as diferentes abordagens e metodologias utilizadas em pesquisas que se localizam na interseção entre o turismo, os museus e a paisagem cultural. Para tal foram levantados um total de dez artigos – nas bases Scopus, Web of Science e Spell. A partir da análise dos artigos levantados, percebeu-se que há um consenso na apropriação das paisagens culturais para o desenvolvimento do turismo, onde os museus desempenham o papel de atrativo turístico. Identificou-se, também, a ausência de rigor metodológico na maioria das publicações analisadas.

**Palavras-Chave:** Turismo, Museu, Paisagem Cultural.

**Abstract:** This paper is characterized as a qualitative bibliographical review. Part of the perception that the *Cultural Landscape* has gained visibility in studies of tourism and museum, in national and international scenario. The present study aims to understand the different approaches and methodologies used in researches that are located between tourism, museums and cultural landscapes. A total of ten articles were collected for this purpose – on Scopus, Web of Science and Spell. From the analysis of the collected articles it was noticed that there is a consensus about the appropriation of the cultural landscapes for the development of the tourism, where museums play the role of tourist attraction. It was also identified a lack of methodological rigor at the analyzed publications.

**Keywords:** Tourism, Museum, Cultural Landscape.

---

## INTRODUÇÃO

A *paisagem cultural* vem ganhando visibilidade nos estudos do patrimônio no Brasil, sobretudo depois de a cidade do Rio de Janeiro, em 2012, ter sido inscrita na Lista de Patrimônio da Humanidade na UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, na categoria Paisagem Cultural. Com a campanha “Rio de Janeiro: Paisagens Culturais Cariocas entre a Montanha e o Mar”, o dossiê de candidatura considera que a diversidade de elementos geográficos e

---

<sup>5</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia (Linha de Pesquisa “Cultura, Território e Mudança Social”) da Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil. Bacharel em Turismo pela mesma Universidade. <mmorettoni@id.uff.br>.

antropológicos, possibilitou a conformação de paisagens culturais únicas, onde as sociabilidades, assim como a cidade, se estabeleceram na topografia entre o mar e as montanhas.

Em consequência, a cidade se coloca mais atrativa, não apenas por sua beleza natural – muitas vezes considerada entre as mais belas cidades do mundo – mas também pelo conjunto de sociabilidades, relações e inter-relações que propicia: uma atmosfera singular ao qual passa a ser atribuído um valor patrimonial de relevância internacional. Um cenário, ainda mais próspero, para o desenvolvimento do turismo, que se coloca como um ator social na composição da paisagem cultural. Nessa dinâmica os museus podem representar um importante papel: em muitos países as instituições museológicas movimentam milhões de visitantes (dentre os quais os turistas) anualmente.

Atrelado a este contexto e ao fenômeno de criação de novos museus no mundo – e que vimos identificando no Rio de Janeiro –, em 2016 o principal evento nacional na área, a Semana Nacional de Museus, em sua 14ª edição, teve como proposta para a realização de atividades, seminários, palestra e debates, o tema: “Museus e Paisagens Culturais”. Aponta-se que este tema foi eleito, em 2016, pelo Icom – Conselho Internacional de Museus – para o Dia Internacional de Museus e proposto como objeto das publicações da 69ª edição da revista *Museum International*, que prevista para ser publicada nesse mesmo ano, veio à público em novembro de 2017. Ainda nesse contexto, o 5º Congresso Unesco Unitwin - Cultura, Turismo e Desenvolvimento, realizou-se na Universidade de Coimbra em abril daquele ano (2017), tendo como um de seus grupos de trabalho, o GT - Território, Rotas Turísticas e Paisagens Culturais.

Adotando, então, como objeto de nosso interesse, a crescente da categoria paisagens culturais, na atualidade, e a centralidade do turismo e dos museus na transformação – refuncionalização, reestruturação e “revitalização” – das cidades, que atribui novos usos e estabelece novas centralidades urbanas, este artigo visa apreender – por meio de levantamento bibliográfico qualitativo – como as dinâmicas entre o turismo e os museus vem sendo estudadas na sua interseção com a paisagem cultural.

Acredita-se que em conformidade com a representatividade que o tema vem apresentando em âmbito nacional e internacional, esta é uma oportunidade profícua para se pensar as complexidades e controvérsias que envolvem o turismo, os museus e a cidade, nas relações e inter-relações que promovem a transformação das paisagens culturais.

## **DO CAMINHO METODOLÓGICO**

O levantamento bibliográfico é um estudo essencialmente qualitativo – o que não exclui a possibilidade de uso de dados quantitativos – e implica um trabalho sistemático (ordenado) sobre

um objeto de pesquisa (Lima & Miotto, 2007). Desse modo, afim de identificar as publicações acerca do turismo, dos museus e das paisagens culturais, seguiu-se os seguintes passos: seleção da base de busca; escolha de palavras-chave; pesquisa nas bases com as palavras-chave selecionadas; leitura dos resumos dos artigos e seleção dos textos a serem lidos integralmente; leitura dos textos e análise.

Como ferramenta de pesquisa utilizaram-se as bases *Web of Science* e *Scopus* – ferramentas de busca que congregam os principais periódicos e publicações no âmbito internacional –, e *Spell* para publicações nacionais no campo do turismo. Como palavras-chave em português, inglês e espanhol, selecionaram-se: turismo, museu e paisagem cultural. A busca realizada contou com o uso do conector AND – *tourism AND museum AND “cultural landscape”*, por exemplo – indicando que as publicações devem conter as três palavras pesquisadas em um mesmo documento. Foram retornados oito artigos pela *Web of Science*, 16 pela *Scopus* e 14 pela *Spell*. As buscas em espanhol não retornaram nenhum artigo nas bases.

A partir da leitura do resumo das publicações encontradas, foram identificados 18 artigos que dialogam com o objetivo da pesquisa: cinco na *Web of Science*, oito na *Scopus* e cinco na *Spell*. Contudo, algumas limitações de pesquisa foram encontradas: nem todos os artigos tinham acesso permitido ao texto completo; alguns foram encontrados em mais de uma base, se repetindo na *Web of Science* e na *Scopus*; e um artigo redigido em mandarim não pôde ser considerado por barreira linguística. Desse modo, foram levantados um total de 10 artigos para a revisão bibliográfica.

A partir da leitura das publicações identificou-se as abordagens metodológicas utilizadas e o tratamento do tema, como exposto a seguir. Por último são listadas as referências bibliográficas.

## **ATORES SOCIAIS E OBJETOS DA PAISAGEM CULTURAL: UM OLHAR SOBRE O TURISMO E OS MUSEUS**

A paisagem cultural congrega os elementos da geografia física aos elementos materiais e imateriais da cultura – é composta pelas relações e inter-relações entre o homem e o espaço vivido. Enquanto um espaço de encontro entre a natureza e a cultura, a paisagem cultural representa as escolhas e mudanças realizadas pelo homem como integrante de uma comunidade cultural. Na sua relação com a paisagem – rural ou urbana – as escolhas e percepções do homem (porque integrante de uma cultura) estão condicionadas por suas vivências, sua história, ideologias, valores e convenções. (Huerta, 2007; Merantzas, 2016).

Uma vez que o “espaço é definido pelas interações entre locais únicos, o corpo humano experimenta esses locais como uma construção social” (Merantzas, 2016, p. 10), participando ativamente de sua transformação. Conforma-se uma relação entre o capital cultural do indivíduo e a

paisagem circundante, no qual estão presentes elementos materiais (visíveis) e imateriais (invisíveis), tais como os elementos físicos da paisagem natural e artificial – como a arquitetura –, a vida cotidiana das pessoas, os comportamentos sociais, as vestimentas, os sons, os cheiros, e as sensações que o ambiente desperta nos indivíduos. Merantzas (2016, p. 10) ao falar das paisagens culturais da região de Tzoumerka, em Epiros, na Grécia, aponta que “onde objetos inertes existem, um capital cultural estruturado em um corpo de conhecimento é apreciado”.

Essa atmosfera que se dá no interstício entre a cultura e o ambiente, se coloca – como indica a maioria das publicações levantadas – como um espaço propício para o desenvolvimento do turismo, que muitas vezes é vislumbrado como uma oportunidade para o desenvolvimento local, especialmente, em cenário de dificuldades econômicas (Meskell & Scheermeyer, 2008; Corsane, 2016; Lund & Jóhannesson, 2016). Huerta (2007) considera que “é a partir da Paisagem Cultural, conformada pelo ambiente natural e artificial por meio dos fatos urbanísticos e arquitetônicos, que se geram as bases para o desenvolvimento do turismo com sua criação de riquezas” (p. 130).

A relevância do turismo como atividade econômica é um aspecto que se destaca nas diferentes bibliografias estudadas, em que, muitas vezes, o tema da paisagem cultural aparece como pano de fundo para o desenvolvimento da atividade, imbricada por interesses sociopolíticos e controvérsias no âmbito sociocultural. Desse modo, o patrimônio material e imaterial representaria um recurso cultural a ser apropriado e transformado visando ao desenvolvimento do turismo. Esta percepção é exemplificada por Mason (2009) em seu estudo sobre a representação das comunidades indígenas em Banff, Alberta, Canadá.

Para Huerta (2007), as contradições no uso do patrimônio respondem às ações e interesses de três atores sociais distintos: a iniciativa privada, o Estado e os movimentos sociais. De modo que a iniciativa privada tende a atuar em prol de seus próprios interesses, podendo desencadear impactos muito negativos em ocasiões onde não haja políticas públicas direcionadas à proteção e socialização dos bens patrimoniais – dentre os quais a destruição do entorno ecológico, a “falsificação” do meio urbano e a perda da cultura local. Para esta autora, o Estado tende a operar de forma ambivalente, estando de um lado controlando os usos do patrimônio para a sua preservação, e de outro lado, usufruindo do prestígio do patrimônio para se legitimar; por fim, os movimentos sociais, segundo Huerta (2007), se apropriam do patrimônio cultural como discurso retórico.

Pensando a apropriação do patrimônio natural e cultural – enquanto paisagem – pelo e para o turismo, a autora pondera que:

O turismo tal como em outras indústrias – muda as paisagens naturais e urbanas, gera impactos e pode contaminar e transformar mesmo quando pretende “conservar” –, está intervindo nas paisagens, as vezes drasticamente, induzindo a uma gestão da natureza e/ou da cultura para a fruição dos visitantes. (Huerta, 2007, p. 124-125)

A percepção do turismo como um fator de desenvolvimento econômico, parece ser um consenso na bibliografia estudada. Nesse cenário, os museus são entendidos, por seu valor patrimonial, como atrativos turísticos. Segundo Godoy (2013), as instituições museológicas “têm-se revelado como fontes potenciais de emprego e de renda para a economia, o que fortalece o turismo. Assim, cada vez mais, compõem um quadro favorável e rentável ao seu desenvolvimento” (Godoy, 2016, p. 41).

A cidade de Ouro Preto, em Minas Gerais, Brasil, pode ser considerada um importante exemplo da atratividade dos museus como atrativo turístico. De acordo com Brusadin (2014), a cidade elevada à categoria de Monumento Nacional em 1933, “é hoje monumento e museu”, também chancelada por sua inscrição na Lista de Patrimônio Mundial da UNESCO. Atualmente, representa um dos principais destinos turísticos do país, de modo que para alguns autores, após a transferência da capital do Estado de Minas Gerais para Belo Horizonte, “não fosse a atividade turística, cidades como Ouro Preto poderiam estar vivendo situações piores do que aquelas que hoje vemos como negativas em consequência de um turismo pouco planejado” (Brusadin, 2014, p. 303).

Ainda com vistas de desenvolvimento econômico, outros exemplos surgem nas bibliografias estudadas. A criação do *Theodoros Papagiannis’ Museum of Contemporary Art* representou uma oportunidade de diversificação econômica, em uma região marcada por uma geografia árida e uma sociedade com baixa taxa de natalidade e onde os jovens migram para outras cidades em busca de melhores oportunidades. Tem-se uma iniciativa inovadora em que um museu é instalado em uma escola primária em funcionamento. Seu local de instalação estende-se do horizonte econômico para um investimento no desenvolvimento cultural local. De acordo com Merantzias (2016):

Esta iniciativa tomada em tempos de crise financeira reflete os esforços investidos no desenvolvimento regional, ainda mais em uma área onde as políticas regionais relacionadas à gestão cultural são praticamente inexistentes. Consequentemente, representa um imenso projeto de crescimento da prosperidade e de desenvolvimento de recursos de criatividade cultural a nível local (King, 2011). [...]transforma uma relação funcional com a região em uma vantagem, tanto no nível nacional como no internacional. Nosso caso é uma parte significativa da base que define o patrimônio cultural da região e poderia contribuir para o desenvolvimento econômico e turístico. (p. 12)

Este é um exemplo positivo de museus inseridos em processos de reestruturação e refuncionalização dos espaços.

Outra perspectiva apreendida, a partir do levantamento bibliográfico, é a de que para além da dimensão econômica do turismo, a criação de novos museus nos espaços urbanos pode estar associada com a disseminação de narrativas nacionais – um discurso oficial – que atua como formador de identidades individuais e coletivas. A caráter de exemplo pode-se citar o Museu da Inconfidência (MI), objeto de pesquisa de Brusadin (2014), e o estudo realizado por Meskell e Scheermeyer (2008) acerca da proliferação de espaços culturais na África do Sul pós *apartheid*.

No primeiro caso, a conformação do museu se dá em um sítio elevado à categoria de Patrimônio Mundial, cercado por uma paisagem cultural única – a cidade de Ouro Preto, antiga Villa Rica, que teve papel de destaque na Ciclo de Ouro no Brasil e hoje é representação da arquitetura barroca brasileira. Brusadin (2014) comenta que a cidade é em si um museu.

Contudo, o Museu da Inconfidência, em especial, apresenta conflitos com a comunidade local, originados já no momento de sua criação. O autor pondera que o MI, assim como muitos outros patrimônios da cidade de Ouro Preto, foi criado com o intuito de sustentação de um discurso nacionalista, durante o Governo de Getúlio Vargas, compondo referências *fora do chão*, que pouco se relacionam com os contextos histórico, antropológicos e sociológicos da cidade. A criação do Museu da Inconfidência se deu em um contexto de

interesse deliberado do governo Vargas numa política para o turismo, ampliando a possibilidade de atrativos com a oferta do patrimônio histórico nacional. Esta afirmação pode ser verificada na abertura do Museu da Inconfidência em 11 de agosto de 1944 no local da Casa de Câmara de Ouro Preto e, posteriormente, no empenho e investimento oficial no Grande Hotel, edificado naquela cidade. (Brusadin, 2014, p. 303)

Contudo a implementação do museu não teve a participação da comunidade local, que pouco se identifica com suas representações e narrativas.

Com relação ao governo democrático da África do Sul, Meskell e Scheermeyer (2008) consideram que a conformação de uma narrativa nacional está relacionada a construção de um sentido de nação. Diferentemente dos episódios de vandalismo do patrimônio, característicos de modelos de governo em transição, e que marcam a relação memória-esquecimento, na África do Sul os lugares de memória dos regimes de opressão permanecem preservados e conservados. Os autores indicam uma representação da identidade nacional que os governos pós *apartheid* tentam construir: a anistia, o perdão e o desejo de seguir em frente como nação: uma nação que lutou pela liberdade e pela humanidade. Contudo, a projeção do discurso nacional se sobrepõe a uma polifonia de vozes e não dá espaço à outras formas de representação da história das comunidades sul-africanas, desencadeando a formação de movimentos independentes que buscam dar vida e memória à sua própria história (Meskell & Scheermeyer, 2008).

O principal aspecto controverso nesta relação é a espetacularização e a monumentalidade dos espaços de cultura, muitas vezes, inseridos em regiões em que as condições de vida da comunidade local são precárias. Usualmente, nessas comunidades, como Kiptown estudada pelos autores, os regimes de opressão foram muito intensos. Para Meskell e Scheermeyer (2008), com as iniciativas “pomposas” do governo a atenção com a propriedade terapêutica do patrimônio – no caso, dos museus – nos processos de cura de traumas e memória é substituída pelo interesse na

visibilidade da performance nacional. Um cenário que incrementa os conflitos entre os diferentes atores sociais.

Com ressalvas aos impactos negativos do turismo e da inserção de novos objetos no espaço urbano – e cabe considerar que o museu é mais do que um objeto pois é um organismo vivo e dinâmico que se transforma constantemente no seu contato com a sociedade, tal como a cultura e as paisagens culturais – Lund e Jóhannesson (2016), apresentam um interessante estudo sobre a implantação do *Museum of Icelandic Sorcery and Witchcraft*, localizado no litoral norte da região de Strandir, na Islândia.

O primeiro ponto de interesse está na criação de um museu que surge abertamente como uma proposta de incremento da economia local por meio do desenvolvimento do turismo. Nascido e criado na região, Jón Jónsson elaborou, na década de 1990, um documento que articulava as diferentes possibilidades de turismo como um promotor de desenvolvimento local. Nesse documento estavam compiladas ideias e propostas, extraídas de conversas com moradores da região, referentes as potencialidades turísticas de Strandir. Foi nesse contexto que nasceu o *Museum of Icelandic Sorcery and Witchcraft*: o diálogo com a comunidade local. Uma proposta de “resgate da história” vivida na região no século XVII (a caça e queima às bruxas).

Outro fator interessante no trabalho de Lund e Scheermeyer (2016), refere-se a maneira como a paisagem cultural está inserida na relação entre o turismo e o museu. Uma dinâmica de mútua dependência onde o museu foi inserido em uma paisagem cultural ressignificando-a e onde a paisagem cultural é indispensável para dar significado ao museu.

Os breves exemplos apresentados, advindos dos artigos estudados neste levantamento bibliográfico, elucidam diferentes formas de relação dos museus e do turismo com a paisagem cultural. Vale ressaltar um aspecto que se sobressai em todos os trabalhos analisados: a inserção de novos objetos e dinâmicas sociais na paisagem cultural está imbricada por interesses econômicos, sociais e políticos, onde o turismo, na maioria das vezes, é entendido como um fator de desenvolvimento para as comunidades locais.

A seguir, toma-se as publicações caso a caso, para a melhor compreensão de sua abordagem teórico-empírica, das metodologias utilizadas, bem como os meios de circulação/locais de publicação.

## **DAS ABORDAGENS E METODOLOGIAS**

Publicado na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTUR –, o trabalho de Huerta (2007) é o primeiro artigo, na linha temporal deste levantamento, onde o tema da paisagem cultural é apresentado. Trata-se de um ensaio sobre o turismo e os museus em diálogo com as questões da

alteridade (o encontro e o estranhamento com o “Outro”, o diferente) e da identidade, o reconhecimento do “Eu” nos processos de identificação e diferenciação. A autora, a partir do desencadeamento de ideias, contextualiza o turismo como um fenômeno moderno e a representatividade dos museus como atrativo turístico, dotado de valor estético, simbólico e de uso; onde este último estaria diretamente relacionado a atividade turística.

Segundo Huerta (2007), os museus não apenas expõem aspectos da paisagem cultural, que se fazem presentes nos testemunhos do homem e de sua cultura – no patrimônio – como também compõem a paisagem onde estão inseridos, representando inserções artificiais, de caráter arquitetônico, no espaço. A esse aspecto, a autora acrescenta uma consideração importante: existe uma variedade de museus, para a qual se faz necessário, ao estudar estas instituições, estar atento à proposta, à tipologia, à categoria – museus em edifícios históricos, museus ao ar livre, museus em sítio arqueológico, eco museus, entre outros. A relação com a paisagem cultural se modifica de instituição para instituição.

Gerard Corsane reafirma esta proposição ao estudar a implementação do *Robben Island Museum*, na África do Sul, e sua elevação a categoria de Sítio de Patrimônio Mundial, na lista da UNESCO, como um dos mais potentes símbolos da liberdade pós *apartheid*. Em sua publicação na revista *Landscape Research*, também em 2007, o autor considera que a ilha, ao se tratar de um espaço geográfico específico no qual o museu se articula entre as diferentes paisagens culturais existentes, compartilha características usualmente associadas ao conceito de eco museu. Desse modo, utiliza indicadores qualitativos – que configuram os eco museus – para avaliar a adaptação da ilha à categoria de Patrimônio Mundial e implementação de um museu nacional.

O principal método de pesquisa para a análise foi a observação participante, uma vez que o autor atuou na implementação da *Robben Island Museum*, como “*Robben Island Training Programme (RITP) Coordinator*” (Corsane, 2007, p. 400). Os indicadores de eco museus – elaborados pelo autor em trabalhos anteriores de revisão de literatura a respeito do “movimento eco museu”, da nova museologia e dos “eco museus individuais” –, embora qualitativos, foram utilizados como meio de diminuir a subjetividade na pesquisa, oferecendo um guia com 21 tópicos a serem considerados para análise do autor.

Por meio deste estudo, o autor concluiu que embora o *Robben Island Museum* não se apresente oficialmente como um eco museu, ele possui todas as características próprias de eco museus, com exceção da participação de trabalhadores voluntários, o que se justifica pelo museu ser autossuficiente. Foram identificadas, também, disputas na relação entre o poder público, a iniciativa privada e a comunidade local na fase inicial de implementação do projeto. Em sua conceituação o museu foi idealizado como um exemplo de novas propostas museológicas ao tratamento do

patrimônio na nova África do Sul (democrática), além disso, uma oportunidade de maximizar a economia, o turismo e a educação.

Em *Heritage as Therapy – set pieces from New South Africa*, publicado no *Journal of Material Culture* em 2008, Lynn Meskell e Colette Scheermeyer, apresentam uma pesquisa centrada, também, na África do Sul pós *apartheid*. Os autores estudam o uso do patrimônio cultural para o empoderamento, a restituição ou reparação e a justiça social. Trata-se de um estudo sobre a valorização do patrimônio e criação de espaços de memória, tais como o *Apartheid Museum*, o *Old Fort Museum* e o *Freedom Park*. Carregados de um sentido terapêutico, tais espaços, vem sendo financiados pela iniciativa pública e privada, na busca por promover e sustentar uma ideia de nação: a luta pela humanidade, “anistia, perdão e desejo de seguir em frente como uma nação” (Meskell & Scheermeyer, 2008, p. 153).

Em um contexto de pressões políticas, táticas de mercado e turismo internacional, os museus se transformam em espetáculos de trauma e memória. Um cenário onde, sob o discurso hegemônico nacional, as vozes dissonantes das comunidades locais são reprimidas; enquanto, se constroem e inauguram edificações monumentais com grande cerimônia, conformando paisagens culturais destinadas, não para a cura da população sul-africana, mas para o desenvolvimento turístico – uma turistificação dos espaços.

Em contrapartida, se organizam à margem alguns grupos com a iniciativa de criar espaços de memória e contar sua própria história, como o *Own Town Trust*, que organizou uma pequena exposição independente. Para compreender as disputas existentes os autores descrevem os novos espaços de espetáculo na África do Sul e os comparam com as iniciativas de pequena escala que surgem por parte das comunidades locais. Não apresentam um detalhamento da metodologia utilizada, mas mencionam o uso de entrevista.

Em Meskell e Scheermeyer (2008) a paisagem cultural é apreendida como um misto entre o ambiente físico e as potencialidades da cultura na sua atratividade turística, compondo espaços propícios à apropriação pelo e para o turismo, onde se instalam atrativos turísticos – que promovem o desenvolvimento econômico e a afirmação de uma narrativa de identidade nacional – tais como os museus. Porém no estudo de Corsane (2007), a paisagem cultural é parte integrante no espaço do eco museu, como um museu fragmentado, ela faz parte dos percursos de visita. Já Courtney Mason se debruça sobre a apropriação da paisagem cultural, não para a inserção de espaços museológicos, mas para a composição de exposições dentro do espaço do museu.

Em artigo publicado no *International Journal of Heritage Studies*, em 2009, o autor considera que o *Buffalo Nation/Luxton Museum* se apropria da paisagem cultural da cidade de Banff, no Canadá, a partir da utilização de imagens de festivais e representação de cerimônias nos *displays* do

museu, apresentando as relações e inter-relações entre os povos indígenas e o espaço da cidade em uma perspectiva espetáculo. Para o autor, esta prática é resultado da atração e entretenimento de turistas com bases no fetichismo do exótico. Esse tipo de exercício reafirma e dissemina um olhar preconceituoso e estereotipado. A pesquisa foi realizada por meio do uso de entrevistas, artigos de jornal e análise das exposições do museu.

A museóloga Karla E. Godoy, em artigo publicado no Caderno Virtual de Turismo, em 2013, se debruça sobre o olhar do turista na sua relação com o Museu Forte Defensor Perpétuo. Alojado em edificações datadas do século XVIII – Ciclo do Ouro – voltadas para a proteção da Baía e do Porto de Paraty, “por onde se escoava toda a produção mineira, na época” (p. 36), o museu conforma diferentes paisagens culturais. Contudo, o artigo se dedica ao estudo da demanda turística do museu, considerando a atratividade da instituição museológica. A paisagem cultural, assim como em outros artigos aqui estudados, não figura entre os objetivos centrais da pesquisa, mas está presente na relação do museu com a cidade enquanto lugar de memória – neste caso a cidade de Paraty – tratada na revisão bibliográfica.

O artigo, diferente dos anteriormente apresentados, possui um apartado destinado ao delineamento da metodologia utilizada, onde, primeiro é apresentado os pressupostos empíricos, teóricos e metodológicos da pesquisa. A autora realizou uma pesquisa do tipo *survey*, com aplicação de questionários em português, espanhol, francês e inglês, com perguntas abertas e fechadas. Apresenta, ainda, um detalhamento do instrumento – questionário – de pesquisa utilizado. Além disso, informa:

Nos dias e horas agendados, os pesquisadores aplicaram a pesquisa [...] por quatro horas ao dia, em quatro dias distintos, durante dois meses consecutivos, divididos em duas etapas (a primeira em janeiro/fevereiro e a segunda em junho/julho).[...] Posteriormente à pesquisa de campo, as informações dos questionários foram sistematizadas em planilhas e ocorreu a tabulação dos dados. Os dados qualitativos, ou seja, as sugestões, observações, críticas e outras informações obtidas, também foram sistematizados e analisados. (Godoy, 2013, p. 42-43).

Nos resultados encontrados, Godoy (2013) destaca que, embora sejam necessárias algumas melhorias (indicadas ao final do artigo) para a qualificação do museu como atrativo turístico, a instituição parece estar atrelada à vida cultural da cidade.

Tal como Godoy, Silva e Pinheiro (2014) apresentam uma seção específica de seu trabalho dedicada a metodologia da pesquisa realizada. O artigo publicado no Caderno Virtual de Turismo, se configurou como uma pesquisa exploratória com observação *in loco* – no qual foram tiradas, inclusive, fotos do espaço pesquisado –, adotando como procedimento técnico (como indicam os autores) a coleta de dados e informações em artigos, livros, teses e dissertações, assim como sites de órgãos competentes, tais como o Ministério do Turismo e o Departamento Nacional de

Infraestrutura de Transportes. Cabe dizer que a pesquisa se dedica ao estudo do projeto de “revitalização” da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, que objetiva a criação de um espaço de cultura, turismo e lazer para a cidade de Porto Velho – RO.

Após a leitura do artigo considerou-se não o incluir na bibliografia deste levantamento, uma vez que o projeto de “revitalização” de que trata – a Estrada de Ferro Madeira-Mamoré – reificou a extinção do antigo museu da ferrovia, que costumava estar instalado no Armazém 1 do Complexo. Contudo, este representa um exemplo destoante das bibliografias que vem sendo estudadas e de um movimento, que se pretende global, de criação de novos museus. Desse modo, considerou-se relevante, manter esta referência, afim de apresentar o contraponto, no qual, em um projeto de reestruturação e refuncionalização da paisagem urbana, o espaço que antes era destinado a um museu – que de modo geral é apresentado homoganeamente por autores da produção nacional e internacional como importante atrativo turístico – dá lugar a criação de um polo gastronômico.

Outra abordagem interessante é a de Leandro Benedini Brusadin, em publicação no Caderno Virtual de Turismo, que se dedica a estudar as relações entre o Museu da Inconfidência em Ouro Preto (MG) e a comunidade local. O museu representa um atrativo turístico incontestemente a nível nacional e internacional, inserido em uma paisagem cultural urbana de valor arquitetônico inestimável. Contudo, embora estabeleça uma relação física constante com a comunidade residente – localizado na Praça Tiradentes: “um local de passagem obrigatório, pois dá acesso a muitos lugares que fazem parte do cotidiano dos habitantes” – o museu, em seu edifício monumental, encontra dificuldades na atração desse público (Brusadin, 2014, p.301). Para o autor isso se dá porque, ainda intrinsecamente relacionado com o espaço físico da cidade e sua história, os residentes não se veem representados pelas exposições do museu; considera ainda a existência de conflitos entre os moradores e o MI no uso do espaço da Praça Tiradentes, onde o museu está localizado. Para este estudo o autor se valeu de observação participante e pesquisa documental no Arquivo Administrativo Casa do Pilar e na Biblioteca do Museu da Inconfidência.

O estudo de Katrín Anna Lund e Gunnar Thór Jóhannesson, publicado na revista *Cultural Geographies*, no último ano (2016), é o que melhor representa o caráter subjetivo das paisagens culturais. Centra-se no “tornar-se” lugar a partir dos encontros promovidos pelo turismo – uma relação marcada pela materialidade de substâncias terrestres da paisagem cultural. Lund e Jóhannesson (2016), apresentam uma pesquisa exploratória – ao qual eles consideram estudo de caso – do *Museum of Icelandic Sorcery and Witchcraft*, na região de Strandir, costa norte da Islândia.

A perspectiva apresentada, considera que no lugar do turismo as conexões extrapolam a relação entre natureza e cultura, passado e presente – como no caso do *Museum of Icelandic Sorcery and Witchcraft*, onde os agentes humanos e não humanos (como por exemplo o vento, a neve e, no

caso específico, o místico) se colocam como imanentes da vida e das relações entre o homem e o ambiente.

No texto, os autores consideram que a “‘a poética do fazer’ [...] a criatividade que engloba o emaranhamento entre o humano e o não humano” possibilita tecer inúmeras substâncias que trazem à tona as tensões entre a presença e a ausência. Essa dinâmica cria um entre lugar – “uma figura em branco, um elemento de ordenação que abre novas possibilidades para conectar uma variedade de elementos e substâncias” (Lund & Jóhannsson, 2016, p. 654).

Na concepção dos autores, o museu, criado com o objetivo de desenvolver a atividade turística, representa uma zona de contato, onde diferentes narrativas e combinações de elementos – “*blank figures*” – podem emergir formando a poética do lugar. Atua, dessa maneira, na transformação da paisagem cultural e na imagem da região de Strandir. Instalado em um galpão preto de portas vermelhas e telhado coberto de grama, em diálogo com a paisagem natural do entrono e com o passado local de caça e queima às bruxas no século XVII, compõe uma narrativa mágica e paisagem cultural específica que propicia o desenvolvimento da atividade turística.

Christos Merantzas em seu estudo exploratório sobre o *Theodoros Papagiannis’ Museum of Contemporary Art*, localizado em Tzoumerka, Epirus, na Grécia, também enfatiza o caráter subjetivo da relação entre o homem e o ambiente vivido. No artigo, publicado no *Internacional Journal of Culture and History*, em 2016, a paisagem cultural, apropriada pelo turismo, se forma e se transforma na relação entre o visitante e o espaço. Isso se dá, não só porque o museu, instalado no prédio de uma escola primária, reestruturou e refuncionalizou o espaço, mas também porque extrapola os limites de seu espaço físico para o ambiente natural, com a colocação de esculturas em pedra ao longo de diferentes caminhos que ligam o museu ao *Monastery of Tsouka* – trilhas turísticas onde o turista pode ressignificar os espaços.

Essa composição, integra uma nova experiência do lugar onde o indivíduo – para Merantzas (2016), o turista – pode atuar ativamente na construção e transformação do lugar enquanto caminha entre os diferentes pontos de interconexão (as estátuas) e descobre os caminhos. Assim como característico das paisagens culturais, o percurso elaborado pelo museu, congrega a sobreposição de tempos e espaços.

Por fim, no artigo de Adalgiso Silveira e Miriam Rejowski, tal qual Godoy (2013) e Brusadin (2014), a paisagem cultural é apresentada enquanto contextualização do espaço onde se desenvolve a atividade turística. A pesquisa exploratório-descritiva, de caráter qualitativo, centra-se no estudo do Chá Imperial no Museu Casa da Era, localizado na região do Vale do Paraíba, um espaço rural característico de fazendas históricas. A paisagem cultural congrega a rusticidade do café e refinamento da elite cafeeira, assim como o surgimento de santuários ecológicos, com a retomada

da natureza após a decadência do café. O evento Chá Imperial é tido como objeto de pesquisa dada a sua relevante atratividade turística entre 1988 e 2002 – recorte temporal do estudo. É um estudo de caso, conforme os autores, pautado no acesso à bibliografias e documentos, e na realização de entrevista abertas.

Tendo em vista os textos contemplados por este levantamento, compreende-se que a paisagem cultural enquanto objeto da curiosidade do turismo – como campo de estudo – e dos museus vem se colocando como uma pauta relativamente recente, com publicações, que congregam estes três temas concentradas nos últimos 10 anos.

Neste estudo, os artigos referenciados se colocam temporalmente da seguinte maneira: dois artigos em 2007; um em 2008, 2009 e 2013; dois em 2014; e três em 2016. Dos dez artigos estudados, cinco foram publicados em revistas direcionadas ao estudo do patrimônio, das paisagens culturais ou da geografia cultural, como: *Landscape Research*, *Jornal of Material Culture*, *Cultural Geographies*, *International Journal of Heritage Studies* e *International Journal of Culture and History*. Enquanto que os demais artigos, em sua maioria publicações nacionais, foram publicados em revistas específicas para estudos do Turismo, a saber: *Caderno Virtual do Turismo*, com três publicações; *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*; e *Revista Rosa dos Ventos*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo, como fenômeno social moderno e atividade econômica estruturada, vem assumindo centralidade em dinâmicas de transformação socioespacial: os ditos processos de turistificação. Estes, associados à conformação de novas formas de sociabilidade entre os atores sociais influentes no setor – tais quais o trade turístico, os turistas e excursionistas, os trabalhadores que atuam direta e indiretamente, formal e informalmente, o governo, a comunidade local –, transformam as paisagens culturais das cidades. O turismo representa, dessa maneira, um horizonte de possibilidades, seja no que se refere aos impactos negativos, seja em relação a conformação de um espaço de investimentos, de fortalecimento de identificação nacional, etc. Dentro desta lógica os museus tornam-se relevantes porque são em si o espaço onde o homem se relaciona com sua cultura – lugar aberto aos processos de diferenciação e identificação – mas também porque representam importantes atrativos turísticos: tornam-se objeto meio para um objetivo fim.

Tal perspectiva, que mescla relevância patrimonial à relevância turístico-econômica, se fez presente nos textos aqui apresentados. O levantamento bibliográfico realizado tratou de identificar as abordagens e metodologias utilizadas entre 2007 e 2016, visando compreender o turismo e os museus em sua interseção com a conformação das paisagens culturais. Com base neste estudo, percebeu-se o estabelecimento de um viés hegemônico que norteia a abordagem do tema e sua

aplicabilidade prática, onde se sobressai a concepção da paisagem cultural como recurso para o desenvolvimento do turismo, visando ao desenvolvimento econômico das comunidades locais. São poucos os estudos em que a paisagem cultural ganha centralidade, em detrimento do turismo e dos discursos dele decorrentes. Desse modo, compreende-se que as bibliografias publicadas no decorrer de uma década (2007-2016) dão ênfase, sob uma perspectiva crítica, à apropriação e transformação das paisagens culturais para a oferta turística, sobretudo, em cidades e regiões que apresentam "dificuldades" econômicas.

A ênfase na relevância turístico-econômica identificada não representa necessariamente um descolamento entre a teoria e a prática – polaridade certas vezes existente nas publicações de turismo, ora entendido como alavanca para a valorização da cultura e para a geração de divisas, ora pensado como gerador de impactos negativos inquestionáveis, pautados unicamente em interesses econômicos. Espelha, todavia, no âmbito da reflexão acadêmica o que se percebe na dimensão das práticas sociais e políticas, sem apresentar, no entanto, uma reflexão profunda acerca do processo de transformação das cidades, da turistificação dos espaços, da criação de novos museus. Percebe-se uma predomina da constatação em detrimento da análise, feito que acompanha a realização de estudos exploratórios, de caráter qualitativo, sem detalhamento ou cuidado na exposição dos métodos utilizados; excetuados os trabalhos elaborados por Corsane (2007), Mason (2009) e Godoy (2016), que estudaram o *Robben Island Museum*, o *Buffalo Nation/Luxton Museum* e o Museu Forte Defensor Perpétuo, respectivamente.

Tal observação, que assume tom de crítica, não se direciona ao uso de metodologias propriamente qualitativas, mas sim à ausência de maior rigor metodológico na realização das pesquisas. O presente artigo baseia-se ele mesmo em um recorte qualitativo do estudo dos museus, do turismo e das paisagens culturais. Em se tratando de levantamento bibliográfico, o detalhamento do passo a passo realizado faz-se essencial, bem como a indicação das dificuldades encontradas, a saber: a impossibilidade de acesso de alguns materiais e barreira linguística para leitura de artigo publicado em mandarim; no entanto, é um exercício de pesquisa basilar, que possibilita a melhor apreensão do tema, assim como as abordagens utilizadas, indica também a necessidade de novos e aprofundados estudos.

A deficiência identificada quanto ao rigor metodológico predominante nas bibliografias estudadas aponta para uma instigante possibilidade: o aprofundamento da análise em relação à prática. Neste sentido, parece profícuo o mapeamento das controvérsias, dos ruídos, da polissemia das vozes dos atores sociais atuantes e que falam ao mesmo tempo. Aponta para a necessidade de esmiuçar as práticas sociais e políticas que envolvem a criação dos novos museus nas cidades e em que medida elas incentivam ou limitam a turistificação dos lugares. Para tal, prescinde compreender

o turismo e os museus como fenômenos modernos complexos que se encontram – tal qual as paisagens culturais (dinâmicas) – diretamente relacionados com a sociedade e com as cidades onde se estabelecem, estando em constante transformação. Para tal, considera-se que esmiuçar um recorte sócio-histórico das paisagens culturais (turistificadas) pode ser proveitoso a este fim.

## REFERÊNCIAS

- Brusadin, L. B. (2014). O Museu da Inconfidência em Ouro Preto (MG) e sua interface com o turismo, o patrimônio e a comunidade local. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro. v. 2014, n 3, p. 298-315. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/869/418>>.
- Corsane, G. (2006). Using ecomuseum indicators to evaluate the Robson Island Museum and World Heritage Site. *Landscape Research*. v. 31, n. 4, p. 399-418.
- Godoy, K. E. (2013). Fortificações como atrativo turístico: um estudo sobre o Museu Forte Defensor Perpétuo, em Paraty (RJ). *Caderno Virtual de Turismo. Edição Especial: Turismo em Fortificações*. Rio de Janeiro. v. 1, n. 1, 2013. p. 34-48. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/854/373>>.
- Huerta, T. S. (2007). Turismo y patrimonio: otredad e identidad. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 1, n.1, 2007. p. 110-135. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/81/80>>.
- Lima, T. C. S. & Miotto, R. C. T. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katál*. Florianópolis, v.10, n. eps., p. 37-45. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1414-49802007000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-49802007000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>.
- Latour, B. (2000). *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. Editora UNESP: São Paulo.
- Lund, K. A. & Jóhannesson, G. T. (2016). Earthly substances and narrative encounters: poetics of making a tourism destination. *Cultural Geographies*. v. 23, n. 4, p. 653-669.
- Mason, C. W. (2009). The Buffalo Nations/Luxton Museum: tourism, regional forces and problematizing cultural representations of aboriginal peoples in Baff, Canada. *International Journal of Heritage Studies*. v. 15, n. 4, pp. 355-373.
- Merantzas, C. (2016). Assessing local cultural heritage through a walking trail: the case study of the Teheodoros Papagiannis' Museum of Contemporary Art. *International Journal of Culture and History*. v. 3, n. 2, p. 9-27.
- Meskill, L. & Scheermeyer, C. (2008). Heritage as therapy: set pieces from the New South Africa. *Journal of Material Culture*. v. 13, n. 2, p. 153-173. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com.ez24.periodicos.capes.gov.br/doi/pdf/10.1177/1359183508090899>>.
- Silva, J. L G. & Pinheiro, J. A. (2014). Análise do projeto de revitalização do patrimônio histórico da estrada de ferro Madeira-Mamoré. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro. v. 14, n. 2, 2014. p. 167-182. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/840/397>>.

Rejowski, M. & Silveira, A. S. (2016). Turismo Cultural e Patrimônio: o chá imperial no Museu Casa da Era. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*. v. 8 (IV). pp. 1-13. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/4616/pdf>>.



**Açaí**

O AÇAÍ SEM LIMITES DE CALDAS E ACOMPANHAMENTOS. SÃO MAIS DE 10 ACOMPANHAMENTOS E 8 TIPOS DE CROQUIAS PARA VOCE ESCOLHER.

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
| 14,90 | 18,90 | 16,90 |
| 14,90 | 18,90 | 16,90 |

COMPRE AÇAÍ E GANHE CROQUIA

**ROY**

ROY

# Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade

*Leisure and LGBT tourism in Brasilia / DF from the perspective of hospitality*

Agatha Rita Doroteia Tavares Guerra<sup>6</sup>  
Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski<sup>7</sup>  
Iara Lúcia Gomes Brasileiro<sup>8</sup>

**Resumo:** O consumo e o turismo para o segmento de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT) movimentam o mercado brasileiro. Trata-se de um negócio atual e oportuno, pois esse público demanda uma participação expressiva ano após ano no mercado mundial, tanto em serviços turísticos especializados (hotéis, cruzeiros, agências de viagens) quanto em lazer, entretenimento (bares, restaurantes, baladas, saunas) e consumo de bens materiais (lojas de roupas, móveis). Nesse sentido, esse segmento do turismo tem se afirmado como uma possibilidade econômica capaz de gerar lucros significativos. Este trabalho tem como objetivo analisar, a partir de revisão bibliográfica e de textos midiáticos, a oferta de lazer na cidade de Brasília e as possibilidades do turismo para o público LGBT na perspectiva da hospitalidade. Na capital do Brasil, o público homossexual é um segmento ávido por entretenimento e por cultura; possui, em sua maioria, nível de escolaridade e remuneração mais elevado que a média, consome bastante, é muito exigente, bem informado, gosta de praticidade; em sua maioria, não possui filhos, o que torna seus gastos fixos bem menores se comparados aos de casais heterossexuais. Essas condições, somadas ao fato de Brasília ser uma cidade considerada *gay friendly*, certamente se caracterizam em boas perspectivas de negócios no setor do turismo.

**Palavras chave:** Turismo. LGBT. Hospitalidade. Lazer. Brasília/DF

**Abstract:** Consumption and tourism for the segment of Lesbian, Gay, Bisexual, Transvestite, Transsexual and Transgender (LGBT) moves the Brazilian market. This is a current and favourable business, as this public demands a significant participation year after year in the world market, both in specialized tourist services (hotels, cruises, travel agencies) as in leisure, entertainment (bars, restaurants, ballads, saunas) and consumption of material goods (clothing stores, furniture). In this sense, this segmentation of tourism has affirmed itself as an economic possibility capable of generating significant profits. This work aims to analyze, from a bibliographical review and media texts, the leisure offer in the city of Brasilia and the possibilities of tourism for the LGBT public in the perspective of hospitality. In the Brazil capital, the homosexual public is a segment eager for entertainment and culture; most of the people have higher levels of educational and remuneration than average; this public consumes and demands a lot, is well informed, likes practicality; in the majority, does not have children, what makes their fixed expenses much smaller when compared to the one of heterosexual couples. These conditions, alied with the fact that Brasilia is a city considered to be gay friendly, certainly characterize good business prospects in the tourism sector.

**Keywords:** Tourism. LGBT. Hospitality. Leisure. Brasilia

## INTRODUÇÃO

---

<sup>6</sup> Secretária Executiva da Universidade de Brasília. Graduada em Letras e Especialista em Gestão e Marketing do Turismo ambas pela Universidade de Brasília. Mestre em Turismo pela já referida instituição (2015). Atualmente participa do Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Gênero e Interdisciplinaridades. E-mail: agatha@unb.br

<sup>7</sup> Mestre em Turismo pela UnB(2015). Especialista em Gestão de Negócios em Turismo pela UnB (2009). Graduada em Turismo pela UFOP (2008). E-mail: liviabsw@gmail.com

<sup>8</sup> Professora Adjunto da Universidade de Brasília, e pesquisadora no Centro de Excelência em Turismo. Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade de Brasília, Mestre e Doutora em Ciências pela Universidade de São Paulo (1980). E-mail: ibrasileiro@unb.br

No Brasil, nas últimas décadas o movimento de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT), tem conseguido visibilidade e conquistado alguns direitos básicos para o exercício pleno da cidadania, embora essa visibilidade não pressuponha respeito ou condicione o fim do preconceito para com essa comunidade, que continua sendo alvo de discriminação.

Um avanço social significativo alcançado pela comunidade homossexual ocorreu em 05 de maio de 2011, quando o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu a união estável (civil) entre casais do mesmo sexo, em uma decisão histórica. Conforme esclarece Dias (2012) “a partir desta decisão, nada mais, quer convicções de ordem subjetiva ou religiosa podem servir de justificativa para o juiz deixar de atribuir efeitos jurídicos aos vínculos formados por pessoas do mesmo sexo” (p. 31). Em maio de 2013, uma decisão do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), deu acesso ao casamento civil para casais homossexuais, bem como obrigava os cartórios a aceitar os pedidos de conversão de uniões estáveis em casamentos. Nesse contexto, o país passa a figurar entre as nações que, há anos, já concederam esses direitos para casais homoafetivos. Uma conquista judicial de relevante importância para essa comunidade.

Em face destes avanços, a sociedade começa a ter outro olhar, mais brando, com a diversidade sexual. Apesar de ainda existir preconceito, como afirma Dias (2004) “A sociedade que se proclama defensora da igualdade é a mesma que ainda mantém uma posição discriminatória nas questões da sexualidade. Nítida é a rejeição à livre orientação sexual” (p. 51). Entretanto, esses indivíduos, continuam a lutar por direitos iguais e ao saírem da clandestinidade e constituírem novas formas de famílias, despertaram a atenção de diversos tipos de investidores que vislumbraram lucrar financeiramente com atrativos, entretenimentos, lazer, turismo, consumo, entre outros, voltados para atender esse público. Empresários começaram a dar maior atenção a esse nicho, visando prover particularidades específicas desse público. Nesse contexto, Dias (2012) enfatiza que:

Neste novo século, menores restrições pesam sobre os homossexuais, cedendo a intolerância a uma atitude de maior compreensão. Posturas predominantemente negativas são contestadas. Desmascaram-se falsos preconceitos e errôneos pressupostos estigmatizantes. (p.40).

Em função dessa visibilidade, no Brasil, o setor de turismo começa a voltar sua atenção para esses indivíduos. Brasília, a capital-monumento é uma cidade direcionada principalmente para o turismo de negócios, cívico e de eventos (Contaifer, 2014), mas que necessita diversificar para atrair outras clientelas, entre elas a LGBT.

Cientes da demanda crescente desse nicho e atentos aos bons resultados mundiais obtidos com esse público, alguns empresários de Brasília do setor de bares, hotelaria, casas noturnas, restaurantes, agências de turismo, boates, começam a investir em produtos e serviços destinados a

receber esse público ávido por entretenimento que, segundo informa Bonfanti (2011), “Eles fazem parte de um grupo que está em busca, quase sempre, de produtos diferenciados e de qualidade. E compram, geralmente, mais que o restante da população. A depender do segmento, gastam o dobro da média dos consumidores” (p. 19) O Governo do Distrito Federal acena investir em ações necessárias em prol de uma maior aceitação e respeito à diversidade, conforme constataram, em reportagem, Amorim e Vasconcelos (2012). A evolução dos tempos tem a capacidade de alterar e até de corrigir injustiças sociais históricas, principalmente para com a população de homossexuais.

A oferta de lazer e os desafios da hospitalidade em Brasília voltados ao público LGBT, como um potencial atrativo turístico para o segmento, demandam investimentos de empresários locais, que, de acordo com a mídia, estão atentos aos movimentos desse nicho de mercado, e têm demonstrado interesse na conquista desse filão. Segundo dados apontados por Campbell (2014) “O Distrito Federal tem a maior taxa de relações gays registradas em cartório no país e um dos menores índices nacionais de crimes homofóbicos” (p. 29). O que, a princípio, pode ser considerado como um local receptivo, hospitaleiro para esses indivíduos.

Deve-se destacar que “A homossexualidade experimentou, ao longo da história da humanidade, diversos altos e baixos. De comportamento absolutamente natural, passou a ser pecado e até mesmo crime. Até hoje, o assunto provoca forte debate” (Oliveira, 2013).

A comunidade LGBT, na última década tem crescido e alcançado visibilidade, principalmente nos produtos midiáticos, os quais auxiliam muito na construção do entendimento da realidade social desses indivíduos. Essa visibilidade – que, como já dito, não traduz respeito ou o fim do preconceito - oportunizou aos homossexuais, por meio de ações efetivas, alcançar gradativamente conquistas de alguns direitos básicos para o exercício pleno da cidadania.

Neste contexto, surge a transformação desse público em verdadeiros nichos de mercado, entre eles o do turismo. O setor de viagens e turismo passou, assim, a ter mais um segmento de entretenimento voltado para essas pessoas. Muitos ainda se questionam acerca desse tipo de turismo segmentado para homossexuais, sob a alegação de que, ao se direcionar um produto para uma minoria, estar-se-ia reforçando uma atitude preconceituosa. Entretanto, no entendimento de Trevisan (2006) deve-se cogitar a possibilidade de existir diversos tipos de turismo que privilegiem interesses de grupos distintos, e o autor afirma que, em relação ao público LGBT, “Trata-se de necessidades específicas que não podem esperar [...] que a sociedade aceite sua vocação para a diversidade e, assim, cumpra seu papel de democracia pluralista, inclusive no turismo” (Trevisan, 2006).

Os turistas LGBT, em sua maioria, conforme apontam pesquisas anteriores (Oliveira, 2002; Reinaudo & Bacellar, 2008), possuem alto nível de escolaridade e remuneração elevada, quando comparado com a média das outras pessoas. Consomem bastante, são exigentes, bem informados e, na maioria das vezes, não tem filhos, fazendo com que a renda do casal homossexual seja dobrada em relação aos casais convencionais.

Diante disso, no presente artigo analisa-se, a partir de revisão bibliográfica e de textos midiáticos, a oferta de lazer na cidade de Brasília e a possibilidade do turismo para o público LGBT, na perspectiva da hospitalidade.

## **TURISMO E HOMOSSEXUALIDADE**

Existem vários conceitos acerca do turismo. Alguns autores o caracterizam sob o aspecto econômico e sociológico, outros como uma indústria ou fenômeno (Molina, 2005). Em um sentido mais amplo, Moesch (2002) afirma que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: um produto turístico. (p.9)

No entendimento de Krippendorf (2003) “O turismo funciona como terapia da sociedade, válvula que faz manter o funcionamento do mundo de todos os dias. Ele exerce um efeito estabilizador não apenas sobre o indivíduo, mas também sobre toda a sociedade e a economia.” Nesse contexto, o indivíduo passa a ter necessidade do lazer, da viagem para o descanso merecido. Enquanto Molina (2005) aponta que “As grandes transformações sofridas pelas diferentes sociedades humanas influenciaram notavelmente a conceituação e a prática do turismo.” Assim, pode-se afirmar que o turismo vem se adequando às necessidades da sociedade e de seus respectivos segmentos. Viajar tornou-se um fato inerente ao ser humano principalmente a partir dos tempos modernos.

Considerando-se que a homossexualidade é tão antiga quanto a heterossexualidade; que desde os primórdios dos tempos o ser humano se locomove de um lado ao outro, a princípio, por necessidade de sobrevivência e que durante as antigas civilizações greco-romanas realizavam-se viagens motivadas pelas conquistas territoriais, religiosas, culturais entre outras, tais deslocamentos podem ser classificados como uma prática de turismo, grosso modo, similar ao existentes

atualmente (Guerra, 2002). Nesse sentido, pressupõe-se que pessoas homossexuais já participavam dessas excursões. Nota-se que durante essas civilizações, as relações sexuais entre iguais eram aceitas socialmente, entretanto existiam leis rígidas para punir os excessos (Oliveira, 2013).

A invisibilidade histórica das pessoas homossexuais nunca ocasionou despertar para a questão de que essas pessoas sempre estiveram envolvidas com viagens, logo com o turismo, de um modo geral (Trevisan, 2006). Com as mudanças ocorridas no final do século XX em virtude das conquistas e, conseqüentemente, do ganho de visibilidade de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros, o mercado turístico passou a olhar esses indivíduos como potenciais clientes. Ao se questionar porque homossexuais viajam tanto desde a antiguidade, Trevisan (2006) aponta que:

[...] ocorre uma necessidade premente de conhecer o mundo. A tendência é que homossexuais abandonem os lugares mais inóspitos e agressivos, inclusive suas cidades de origens, para “procurar o seu lugar”, movidos pelo desejo de se libertar. Daí um certo pendor andarilho que pode ser associado à vivência homossexual em nossas sociedades.” (p. 144).

Em face disso, não podemos deixar de considerar que o grupo homossexual constitui um importante nicho para o mercado turístico. Trigo (2009) observa que a partir dos avanços de pesquisas acerca da sexualidade como da cultura em geral, o prazer dos indivíduos heterossexuais ou homossexuais deixou de ser relacionado à culpa e pecado. Para esse autor, tanto a aceitação da homossexualidade quanto o advento do turismo de massa, são questões bastante atuais em nossa civilização ocidental. Nesse sentido, Trigo (2009) entende que: “Sendo a liberdade sexual e o turismo de massa fenômenos igualmente recentes e frutos de possibilidades de vivência do prazer em campos cada vez mais amplos, é natural que existam conexões mais íntimas entre sexo, lazer, turismo e hospitalidade e entretenimento” (p. 142). Na contemporaneidade, o movimento LGBT vivencia um momento de avanços e conquistas, e como observou Guerra (2013) “O reconhecimento de casais homossexuais como uma família levou empresários e governos a ter outra percepção desse segmento e sinalizar favoravelmente no sentido de apostar nesse público e investir em entretenimento, lazer e turismo inclusivo” (p. 134).

A diversidade sexual compreende uma multiplicidade de expressões sexuais humanas que, em geral, divergem das normas heterossexuais vigentes na sociedade. No entendimento de Silva Junior (2014) “A diversidade sexual é um desdobramento da diversidade que integra a condição humana, manifestando-se através das orientações afetivo-sexuais e das diversas identidades de gênero”. Essa questão do amor entre iguais e da diversidade sexual não é atual nem tão pouco se trata de modismo. Sua prática é tão antiga e já foi, inclusive, pensada e discutida filosoficamente na

Grécia clássica por influentes filósofos como Platão e Sócrates. Nesse aspecto, no livro “O Banquete”, Platão trava um debate com outros pensadores da época acerca do elogio ao amor, de suas várias formas, além das sexualidades dos seres humanos. Para Platão (1999), havia três sexos: homens, mulheres e andróginos (pessoas metade homem, metade mulher). Assim, esse filósofo descreve como seriam os três sexos:

Com efeito, nossa natureza outrora não era a mesma que de agora, mas diferente. Em primeiro lugar, três eram os gêneros da humanidade, não como agora, o masculino e o feminino, mas também havia a mais um terceiro, comum a estes dois, do qual resta agora um nome, desaparecida a coisa; andrógino era então um gênero distinto, tanto na forma como no nome comum aos dois, ao masculino e ao feminino [...] (p.125-126).

Existem diversos conceitos e atitudes acerca da homossexualidade que foram largamente aceitos em determinadas épocas. Entretanto, os anos e o avanço da civilização se encarregaram de abandoná-los ao passado, e que, de uma maneira geral, só surgem na atualidade como história. Embora em muitas ocasiões, contrariando os avanços conquistados por homossexuais, algumas práticas e crenças ressurgam sob o estigma daquilo que não é natural, como o amor entre iguais. No entendimento de Prado e Machado (2008), “As homossexualidades estiveram presentes no mundo de formas tão distintas quanto à própria organização cultural e moral na história das sociedades.” (Prado & Machado, 2008).

De acordo com Mott (2003), Simões e Facchini (2008), o termo homossexual foi utilizado pela primeira vez em 1869, pelo húngaro Karl-Maria Benkert, que era jornalista e memorialista, em folhetos onde esse jornalista se manifestava contra a lei prussiana que punia a sodomia masculina. Mas para Foucault (2007), a data natalícia da utilização da palavra homossexualidade, como sendo uma categoria psicológica, psiquiátrica e médica, ocorreu a partir do artigo do médico psiquiatra e neurologista alemão Carl Friedrich Otto Westphal, em 1870. No entendimento de Foucault (2007), “A homossexualidade apareceu como uma das figuras da sexualidade quando foi transferida, da prática da sodomia, para uma espécie de androgenia interior, um hermafroditismo da alma. O Sodomita era um reincidente, agora o homossexual é uma espécie” (Foucault, 2007). Controvérsias à parte, o fato é que essa expressão continua a ser usada na contemporaneidade, não mais como sendo uma patologia sexual, grafada como homossexualismo (*ismo*, de origem grega que significa doença), mas sim como estilo de comportamento sexual, ou seja, homossexualidade.

As questões do binarismo de gêneros são bastante antigas, assim como a indagação: homem ou mulher? Desse modo, Dias (2012) enfatiza que “A identidade do indivíduo como pertencente a um ou a outro sexo é feita no momento do nascimento, segundo o aspecto da genitália externa.” Então, ao nascer, o indivíduo, de acordo com seu sexo morfológico, será considerado “masculino” ou

“feminino”. Assim, a heterossexualidade compulsória dividiu o mundo entre esses dois sexos, os quais foram culturalmente aceitos como “normais”. Na heteronormatividade o único padrão de gênero aceito é aquele referente ao sexo biológico dos indivíduos. Nesse sentido, no entendimento de Butler (2003):

A coerência ou a unidade interna de qualquer dos gêneros, homem ou mulher, exigem, assim uma heterossexualidade estável e oposicional. Essa heterossexualidade institucional exige e produz, a um só tempo, a univocidade de cada um dos termos marcados pelo gênero que constituem o limite das possibilidades de gênero no interior do sistema de gênero binário oposicional. (p.45)

Para Bourdieu (2014) “a sexualidade, tal como a entendemos, é efetivamente uma invenção histórica, mas que se efetivou progressivamente à medida que se realizava o processo de diferenciação dos diversos campos e de suas lógicas específicas” (p. 144). A diversidade sexual existe e é um fato. Os comportamentos, práticas, vivências e orientações sexuais fogem do binarismo sexual biológico aceito em nossa sociedade. As características físicas exteriores dos indivíduos não determinam, pois, sua sexualidade efetiva. Nesse caso, no grupo LGBT, temos a transsexualidade, que é a rejeição do próprio sexo (gênero). Na contemporaneidade a diversidade está presente e é uma questão irrefutável, cuja inserção na sociedade está gradativamente sendo, se não aceita, pelo menos, respeitada e vem conquistando espaços. No mundo as lutas pela igualdade de gênero e pelo respeito à diversidade sexual, especialmente durante o último século e o início deste, tem se mostrado incessante.

## **SEGMENTO LGBT**

O Brasil tem vivenciado momentos de avanços e retrocessos em relação às questões dos homossexuais. As lutas pelos direitos civis e a inclusão social desses indivíduos obteve conquistas capazes de despertar o interesse do mercado para esse nicho. A partir dos anos 1990, houve uma ampliação dos espaços de sociabilidade dos homossexuais caracterizando um mercado segmentado capaz de produzir novas expressões comerciais associadas a esse público (Simões & Facchini, 2009), surgindo, assim, o segmento LGBT. De acordo com Reinaudo e Bacellar (2008) esse segmento é diferente dos demais por não ter uma característica física explícita e por não ser “simples de mensurar, e seu tamanho e potencial dependem da atitude dos homossexuais e da sociedade em relação a eles.” (p. 71). Para esses autores, quando os homossexuais não aceitam e escondem sua orientação sexual da sociedade não podem ser considerados consumidores desse segmento.

O que atualmente se define como a segmentação de mercado gls é toda a atividade econômica focada nos consumidores homossexuais que aceitam com naturalidade sua orientação sexual, desejando consumir produtos e serviços direcionados ao seu estilo de vida. Inclui também, no Brasil, os simpatizantes da sigla, as pessoas afetiva ou

ideologicamente próximas dos homossexuais que aceitam com naturalidade sua orientação sexual. (Reinaudo & Bacellar, 2008, p.72).

Nessa perspectiva o segmento LGBT, “seja no lazer, turismo, moda, artes ou entretenimento, surge no contexto maior dos avanços de cidadania, liberdade individual e pluralismo democrático que caracterizaram o final do século XX” (Trigo, 2009, p. 144). Conforme apontou, em reportagem, Sousa (2012), segundo pesquisa da *in Search* Tendências e Estudos de Mercado, estima-se que a população LGBT no Brasil é de 18 milhões de pessoas, das quais 78% possui cartão de crédito e gastam até 30% mais em consumo do que os heterossexuais. Entretanto, esse nicho ainda não é explorado como deveria. Regis Oliveira (2002) afirma que “Se o Brasil tomar a iniciativa de promover o turismo G&L, estará contribuindo não apenas para aumentar a renda do país, mas também para acabar com a discriminação e o preconceito dos quais os homossexuais são vítimas em pleno século XXI” (p. 36)

Com as recentes inovações tecnológicas, o uso incessante e facilitador das redes sociais da *internet* e da telefonia celular, as informações chegam em tempo real e atingem rapidamente seu objetivo. Nessa perspectiva, Daniela Mercury, cantora/bailarina, ícone da geração *axé-music/samba reggae*, embaixadora do Unicef, no início de 2013, postou fotos e frases, via celular, anunciando ao mundo que estava casada com uma mulher, que tinha uma relação homoafetiva, trazendo à tona a discussão acerca da questão dos direitos do segmento LGBT, da diversidade sexual e da homoafetividade. Os impactos advindos com a atitude da cantora foram imediatos. Nessa época de alta conectividade, notícias atravessam fronteiras, interligam comunidades diversas em novas combinações de espaço-tempo e identidade que tornam o mundo, em realidade e em experiência mais interconectado e, segundo Hall (2006) provocam uma:

[...] aceleração dos processos globais, de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância. (p.69)

A atitude espontânea da cantora, que é uma figura pública, bem sucedida e militante de diversas causas, além de expor com mais liberdade sua orientação sexual, numa sequência temporal e atingindo o máximo de pessoas no tempo presente com efeitos profundos e imediatos por meio das redes de telecomunicação, via satélite, foi considerada como exemplo de resultado positivo para as pessoas – principalmente famosas - que temem revelar sua homossexualidade. Os benefícios advindos da postura de Daniela Mercury vão ao encontro do que Reinaudo e Bacellar (2008) denominaram como modelo positivo para o público gay: “Gays e lésbicas, em especial os mais jovens, sentem uma ânsia profunda de conhecer e idolatrar gays e lésbicas famosos, bem-sucedidos,

bonitos e assumidos, que espelhem de forma positiva a orientação sexual de minorias” (Reinaudo & Bacellar, 2008).

Ao expor publicamente sua relação homoafetiva, Mercury quebrou padrões, oportunizou a visibilidade das minorias sexuais, trouxe à tona a luta de gays e lésbicas pelos direitos civis e contra a homofobia, ratificou as formas de expressão e vivência da conjugalidade de homossexuais em um momento em que a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados tentava aprovar o Projeto de Decreto Legislativo n. 234/2011, comumente chamado de projeto de “cura gay” que visava permitir que psicólogos oferecessem tratamento para curar a homossexualidade, gerando forte manifestação da sociedade por considerar tal projeto um retrocesso nas conquistas LGBT em pleno século XXI e como explica Diniz (2013):

Cura gay foi o nome dado às iniciativas para patologizar a homossexualidade, isto é, para descrevê-la como doença. Falsamente se pressupõe que a heterossexualidade seria a única sexualidade saudável, para daí se classificar as outras formas de vivência como anormais. O destino dos desviantes seria a clínica gay. Uns poucos psicólogos solitários sustentaram haver tratamento psíquico para a homossexualidade e reclamam ser cerceados em sua liberdade profissional. Ora, não há liberdade profissional para práticas discriminatórias ou charlatanices [...] (p.17).

## **DECIFRANDO SIGLAS**

Por meio dessa visibilidade provocada pelos homossexuais e oportunizada pelas mídias das novas redes de comunicação, pessoas desde remotas cidades brasileiras tiveram conhecimento, de uma forma ou de outra, da realidade dessa comunidade, da existência ou surgimento de uma “nova” identidade, de suas lutas, conquistas, necessidades e principalmente da homofobia. Cada notícia a respeito do movimento de lésbicas e gays era precedida por letras que formavam siglas cujos significados foram assimilados e tornaram-se familiarizados do grande público.

Várias foram as siglas criadas para as designações das minorias sexuais. Atualmente a sigla utilizada para nomear a comunidade homossexual é Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT), que é aceita no mundo todo.

Até os anos 2000 o termo comumente usado para denominar a comunidade homossexual como um todo era Gays, Lésbicas e Simpatizantes (GLS), mas por não contemplar as pessoas bissexuais, passou-se a utilizar a sigla Gays, Lésbicas, Bissexuais e Simpatizantes (GLBS). Logo após resolveu-se por Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Transgêneros (GLBT). Em seguida veio Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e Transgêneros (GLBTT). Também teve Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Simpatizantes (GLBTS). Finalmente, na Primeira Conferência Nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais, realizada em Brasília em

junho de 2008, foi aprovada a sigla atual LGBT. Segundo Simões e Facchini (2009) essa conferência, inédita, foi realizada como um reconhecimento do Governo da demanda do segmento.

Na época, a própria comunidade homossexual ficou dividida quanto ao uso da letra "L", em referência às lésbicas, no início da sigla, cuja justificativa seria a de tentar dar maior visibilidade às reivindicações das mulheres, historicamente discriminadas. Mas prevaleceu a sigla LGBT por melhor representar essa comunidade, não obstante, no Brasil, no início dos anos 1990, GLS tenha sido a primeira sigla a dar nome ao, na época, recém-inaugurado segmento de mercado:

André Fischer, diretor-executivo do Grupo Mix Brasil e criador da sigla, conta que ela foi lançada em 1994, na primeira edição do Festival Mix Brasil de Cinema da Diversidade Sexual. “Observamos que o público não era formado apenas por gays e lésbicas, mas também por pessoas interessadas em cultura. Resolvemos chamar esse grupo de simpatizantes.” (Fischer, 2009, como citado em Péret, 2011, p.84).

É certo que há polêmicas quanto ao uso das siglas que designam o segmento e que possam atender a todos, entretanto, atualmente as mais utilizadas são: LGBT e GLS, além do termo *gay friendly*. A primeira, para identificar todas as orientações sexuais (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) e manifestações de gênero em um contexto mais político, de luta pela igualdade de direitos, de cidadania e de gênero. A segunda (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) para identificar o público que frequenta estabelecimentos como bares, restaurantes, boates, festas, destinados ao entretenimento não heterossexual, mas que recebe todo tipo de público. Já a terceira, *gay friendly*, é utilizada pelas empresas e por simpatizantes "amigos dos gays", "amigos da diversidade", e identifica ambientes comerciais e pessoas que respeitam e/ou aceitam a diversidade de gênero e a orientação sexual de seus consumidores, cujas posturas não excluem os homossexuais. Como afirma Seffener (2011):

Embora exista uma multiplicidade de produção de posições de sujeito no terreno do gênero e da sexualidade, no âmbito da luta política e do movimento social, as identidades fortes são apenas quatro: gay, lésbica, travesti e transexual. Grande parte das instituições da sociedade civil, em sua luta pela obtenção de direitos e pela conquista do reconhecimento e do respeito à diversidade, articula suas demandas em torno das quatro identidades. (p.43)

Até hoje é grande a confusão feita entre as siglas LGBT e GLS, as quais, apesar de serem parecidas, possuem diferenças fundamentais, conforme já apresentado. Na maioria das vezes todas as mídias e a literatura utilizam apenas a GLS tanto no sentido de identificação das várias orientações sexuais como para designar o público heterossexual que frequenta locais de entretenimento voltados para homossexuais.

## TURISMO LGBT EM BRASÍLIA

A partir de pesquisas encomendadas por associações LGBT, Amorim e Vasconcelos (2012), em reportagem, afirmam que o consumidor homossexual apresenta maior disposição em gastar, em média, até 30% a mais que os heterossexuais com entretenimento, cultura, turismo e diversos bens de consumo. Possui um aguçado senso para o conforto e suas escolhas recaem, na maioria das vezes, por ambientes e lugares bem cuidados, confortáveis e que possuam um conceito interessante, aliados a um atendimento impecável. Ainda de acordo com a pesquisa acima referenciada, esse público geralmente não possui filhos e a renda de um casal homoafetivo é dobrada, considerando que não têm gastos idênticos ao de uma família tradicional. Viajam a lazer em média três vezes por ano, em qualquer período, para dentro e fora do país.

Nesse contexto, percebe-se que o segmento homossexual, abonado, é um dos que mais usufrui dessa prerrogativa de viajar utilizando-se de roteiros turísticos que atendam sua demanda, com destinos onde possa ser bem acolhido, inserido na sociedade local, sem formar guetos. Conforme Trigo (2009) “A conquista dos espaços gays na sociedade passou pelo mercado, sendo o setor de viagens e turismo para o público gay precedido pela expansão do entretenimento segmentado” (p. 149).

Na capital do Brasil, o universo LGBT, segundo informações divulgadas pelos jornalistas Vasconcelos e Amorim (2012), é majoritariamente formado por pessoas de poder aquisitivo e escolaridade superior à média dos demais habitantes, demonstra maior desejo por turismo, cultura e bens de consumo em geral. São informadas, vivem conectadas às redes sociais, são interessadas nos avanços políticos do segmento, nas questões culturais, sociais e ambientais. E, ainda conforme esses jornalistas, cerca de 70% da população gay do Distrito Federal pertence às classes A e B.

Conforme informações de Bonfanti (2011) parece haver uma tendência dos empresários brasileiros em investir no segmento de mercado para atender os homossexuais, na perspectiva da existência de uma demanda com poder de compra muito grande. Começaram a visualizar oportunidades de negócios nesse nicho de forma a atrair o que ficou conhecido como o *pinkmoney*. No entendimento de Bonfanti (2011) investidores ficaram atentos ao poder de consumo dessas pessoas não só para a diversão, o entretenimento, moda e beleza, mas, também, perceberam espaços poucos explorados para conquistar o segmento, como a dos setores da construção civil, decoração e turismo. Para cativar esse público, verificaram a necessidade de oferecer um atendimento com qualidade a um preço justo.

O Grupo LGBT de Brasília juntamente com a Secretaria de Cultura traçou um perfil do segmento a partir da amostragem de 600 pessoas entrevistadas. Conforme Lacerda e Bernardes

(2013, p. 23), a comunidade LGBT do Distrito Federal é integrada por 59,7% de gays, 29,2% de lésbicas, 5,5% de bissexuais femininas, 5,5% de bissexuais masculinos, 0,8% de travestis, 0,5% de transgêneros e 0,2% de transexuais. Quanto à classe econômica desse grupo 57% pertencem à classe “B”, 26% à classe “C”, 14,7% à classe “A”, 2,2% à classe “D” e 0,2% à classe “E”. No quesito escolaridade 27,7% tinham ensino médio completo, 21,8% ensino superior incompleto, 19% ensino superior completo, 13,5% pós-graduação, 9% ensino médio incompleto, 7,2% ensino fundamental completo e 1,8% ensino fundamental incompleto.

Em reportagem, Lacerda e Bernardes (2013) informaram que, a partir de pesquisa realizada em 2012 pelo grupo LGBT de Brasília e pela Secretaria de Cultura do DF com homossexuais da cidade, acerca da oferta do mercado local para atender o segmento, a maioria dos entrevistados se mostrou satisfeita com os estabelecimentos voltados para eles, embora, segundo esses autores, as alternativas atualmente existentes para esse público, em especial no setor de viagens e turismo, ainda, perdem para as cidades das regiões Sudeste (Rio de Janeiro, São Paulo), Sul (Florianópolis, Porto Alegre) e Nordeste (Salvador, Recife), de acordo com levantamento realizado pelo sociólogo Fabio Mariano, da consultoria *InSearch* Tendências e Estudos de Mercado (Lacerda & Bernardes, 2013). Entretanto, devemos considerar que Brasília é uma cidade com apenas 55 anos de idade, bem mais jovem se comparada às urbes quatrocentonas como das outras regiões citadas, mas cujo comércio voltado para esse segmento ou considerado *gay friendly*, aparentemente, vem aumentando. Além de ser considerada a cidade mais tolerante da região Centro-Oeste. “O Brasil Central conserva características de um país colonial, com valores muito tradicionais. Brasília rompe discretamente com o pensamento arcaico” (Mariano, como citado em Lacerda & Bernardes, 2013, p. 24).

Nessa perspectiva, Brasília é uma cidade que tende a ser considerada receptiva para homossexuais e nos últimos anos tem se mostrado atenta para a capacidade de consumo dessa clientela que é, reconhecidamente, exigente:

Nada anormal para uma capital que se mostra cada vez mais tolerante com a pluralidade da população. O Censo de 2010 não deixa dúvidas. O DF foi a segunda unidade da Federação com mais casais que se declaram homoafetivos. São 1.230 pessoas, representando 0,048% da população local, atrás somente do Rio de Janeiro (Rios, 2012, p.29).

Com uma maior exposição das mídias relativa às conquistas e potencial de consumo dos homossexuais e da possibilidade de obtenção de lucros com esse público, tanto empresários quanto o Governo local “se mostram dispostos a investir em treinamento especializado para esse público” (Amorim & Vasconcelos, 2012, p. 18). A visibilidade do movimento LGBT em Brasília poderá

desencadear investimentos no setor de consumo de bens, viagens, lazer, serviços, turismo entre outros, visando satisfazer e atrair a clientela do segmento local e externo.

Segundo informação pessoal de servidores do Ministério de Turismo e durante o “Simpósio Turismo Responsável nos Destinos - Brasil 2014” realizado no Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, o Ministério do Turismo está desenvolvendo uma cartilha de construção da cidadania, no sentido de promover o turismo como um fator de inclusão social, contemplando o segmento LGBT no que diz respeito a ações como apoio à comercialização e estruturação de produtos além de treinamento e qualificação das pessoas que atendem diretamente esse público.

O mercado de eventos para homossexuais em Brasília possui maior concentração de equipamentos de lazer e socialização nas áreas do Plano Piloto, onde a renda *per capita* costuma ser superior ao das cidades satélites, além de possuir uma sociedade considerada mais tolerante, talvez em decorrência da pluralidade da população.

A comunidade LGBT, ao contrário do imaginário de grande parte da população, não gasta só com entretenimentos da cena noturna (principalmente baladas). É uma ávida consumidora de atrativos culturais, turismo, decoração, moda e beleza (Vasconcelos & Amorim, 2012). Não costuma frequentar somente os locais específicos para seus pares, aqueles onde podem expressar livremente sua orientação sexual, os denominados “guetos gays”. Prefere lugares onde predomina o respeito à diversidade, espaços mais democráticos.

O mercado desse segmento tende a crescer. Dentro do contexto de alcançar a satisfação desse público, cada vez mais visível e numeroso, é que se encontra a cidade de Brasília, a capital monumento, a qual parece despontar como um polo de turismo e de entretenimento, com possibilidades de seduzir gays e lésbicas. Há indícios de que hotéis, restaurantes, bares, festas, comércio e parques ecológicos estariam dispostos a receber essas pessoas e, por meio de ações eficazes, viriam a contribuir para um ambiente acolhedor. O retorno desses indivíduos aos locais ocorrerá sempre que houver receptividade e atendimento às demandas.

Com relação ao turismo voltado para a comunidade homossexual, Brasília vem aos poucos se preparando para acolher esse tipo de turista, conforme demonstra a mídia impressa da cidade, já citada. Recentemente foi divulgado que a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) começará a divulgar a cidade como receptiva para o público LGBT (Bittar, 2015), a capital do país entraria no circuito das cidades brasileiras consideradas *gay friendly*, mas esse Instituto enfatiza a necessidade de melhorar a mão de obra para atender esse público. Em 2010 a revista Via G já apresentava a cidade como um polo de turismo para a diversidade “A capital se firma como grande pólo de turismo tornando-se destino obrigatório do circuito LGBT no país” (Lucas, 2010).

Com o crescimento do mercado LGBT, os turistas homossexuais na Capital da República poderão exigir mais respeito, qualidade e serviços adequados às suas necessidades e se voltarão prioritariamente para empresas cuja postura seja claramente favorável à diversidade sexual e aos espaços mais tolerantes. É certo que ainda há muito por fazer pelo movimento de lésbicas e gays, principalmente no que diz respeito à conjugalidade, mas como observa Castells (2002): “[...] se a experiência vivenciada no último quarto de século tiver algum valor indicativo para o futuro, o poder da identidade se reveste de mágica quando tocado pelo poder do amor.”

Nessa perspectiva, acredita-se que as mudanças ocorridas e as que estão por vir, tendem a favorecer a comunidade LGBT que aos poucos vai transformando o olhar social em busca de um maior acolhimento de sua identidade sexual e rompendo padrões socioculturais considerados estáveis.

O turismo LGBT no Brasil começou a ser visto como um nicho a partir das conquistas alcançadas pela comunidade homossexual, nos últimos anos do século XX, as quais oportunizaram a visibilidade para essas pessoas. A partir dessa visibilidade, o que antes era visto com muitas ressalvas e receio pelo mercado, passou a ser uma oportunidade de negócios.

Nesse aspecto, Brasília que sempre atraiu turistas, mais em função de sua arquitetura, turismo de negócios e cívico, começa a despontar no sentido de investir na e para a comunidade LGBT. A mídia vem divulgando, nos últimos anos, o interesse demonstrado por empresários e até pelo Governo Federal e Local em investir na melhoria do atendimento dessas pessoas, por considerar essa cidade aberta à diversidade.

## REFERÊNCIAS

- Amorim, D. & Vasconcelos, B. (2012). Atenção especial ao mercado gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 26 nov. 2012. Caderno Cidades, Economia no DF, p. 30.
- Bittar, B. (2015). Brasília destino gay-friendly. *Correio Braziliense*, Brasília, 13 jan. 2015. Caderno Cidades. 24.
- Bonfanti, C. (2011). Gays fazem a economia girar. *Correio Braziliense*, Brasília, 22 mar. 2011. Caderno Economia, p.19.
- Bourdieu, P. (2014). *A dominação masculina: a condição feminina e a violência simbólica*. Rio de Janeiro: Best Seller.
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Campbell, U. (2014). Território livre. *Veja*, Brasília, Brasília, 19 fev. 2014. Comportamento, p. 29.
- Castells, M. (1999). *O poder da identidade*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra. v. 2.

- Contaifer, J. (2014). Existe turismo na capital? *Correio Braziliense*, Brasília, 16 mar. 2014. Revista do Correio, 26-27.
- Dias, M. B. (2004). *Conversando sobre homoafetividade*. Porto Alegre: Livraria do Advogado.
- \_\_\_\_\_. (2012). *União homoafetiva: o preconceito & a justiça*. 5. ed. São Paulo: Revista dos tribunais.
- Diniz, D. (2013). Cura gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 22 jun. 2013. Opinião, p. 17.
- Foucault, M. (2007). *História da sexualidade: a vontade de saber*. 18. ed. São Paulo: Graal, v. 1.
- Guerra, A. (2002). *Turismo homossexual no Brasil: um segmento em expansão*. 2002. 58 f. Monografia (Lato Sensu) - Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Conjugalidade, parentalidade, regulação da cidadania e direitos humanos de lésbicas, gays e transgêneros no Brasil*. Cenário – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, v. 1, n.1 (2013) – Brasília.
- Hall, S. (2006) *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Krippendorf, J. (2001). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 3. ed. São Paulo: Aleph.
- Lacerda, M. & Bernardes, A. (2013). Diversão em todas as cores. *Correio Braziliense*, Brasília, 09 jun. 2013. Caderno Cidades + Política e Economia no DF, 23.
- Lacerda, M. & Bernardes, A. (2013). Mercado caro em ascensão. *Correio Braziliense*, Brasília, 09 jun. 2013. Caderno Cidades, 24.
- Lucas, T. (2010). Brasília muito mais diversidade. *Via G*. São Paulo: Via G Ltda.
- Moesch, M. (2002). *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- Molina, S. (2005). *Turismo metodologia e planejamento*. Bauru: Edusc.
- Mott, L. (2003). *Crônicas de um gay assumido*. Rio de Janeiro: Record.
- Oliveira, L. (2002). *Turismo para gays e lésbicas: uma viagem reflexiva*. São Paulo: Roca.
- Oliveira, R. (2013). *Homossexualidade: análises mitológica, religiosa, filosófica e jurídica*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais.
- Platão. (1999). *O banquete: ou do amor*. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Prado, M. & Machado, F. (2008). *Preconceito contra a homossexualidades: a hierarquia da invisibilidade*. São Paulo: Cortaz.
- Péret, F. (2011). *Imprensa gay no Brasil: entre a militância e o consumo*. São Paulo: Publifolha.
- Reinaudo, F. & Bacellar, L. (2008). *O mercado gls: como obter sucesso com o segmento de maior potencial da atualidade*. São Paulo: Ideia&Ação.
- Rios, M. (2012). As cores do arco-íris. *Correio Braziliense*, Brasília, 21 abr. 2012. Caderno Especial Brasília 52 anos, 29.

Seffner, F. (2011). Identidade de gênero, orientação sexual e vulnerabilidade social: pensando algumas situações brasileiras. In: VENTURI, Gustavo; BOKANY, Vilma (Org.). *Diversidade sexual e homofobia no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. p. 38-50.

Silva Junior, A. M. (2014). *Diversidade sexual e inclusão social: uma tarefa a ser completada*. Franca: Lmeos e Cruz.

Simões, J. & Facchini, R. (2009). *Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Sousa, I. (2012). Mercado é cego para potencial de consumo do público LGBT. *Exame.com*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/mercado-e-cego-para-potencial-de-consumo-do-publico-lgbt>>. Acesso em: 19 fev. 2015.

Trevisan, J. (2006). Turismo e orientação sexual. In: BRASIL. Ministério do Turismo (Org). *Turismo social: diálogos do turismo, uma viagem de inclusão*. Rio de Janeiro: IBAM, p.139-177.

Trigo, L. (2009). Ascensão do prazer na sociedade atual: turismo GLS. In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole, p.141-163.

Vasconcelos, B. & Amorim, D. (2012). A força do consumo gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades + Política e Economia no DF, p. 29.

Vasconcelos, B & Amorim, D. (2012). Cena LGBT impulsiona lucro. *Correio Braziliense*, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades, p. 31.



# APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA CIDADE DE FLORÂNIA, RIO GRANDE DO NORTE, BRASIL

*Apoio de residentes al desarrollo del Turismo en la ciudad de Florania, Rio Grande do Norte, Brasil*

*Support of residents to the development of Tourism in the city of Florânia, Rio Grande do Norte, Brazil*

Helayne Claedna de Souza Silva<sup>9</sup>  
Marcelo Chiarelli Milito<sup>10</sup>  
Ana Catarina Alves Coutinho<sup>11</sup>  
Mayara Ferreira de Farias<sup>12</sup>

**Resumo:** O turismo é considerado uma atividade econômica que pode contribuir para o desenvolvimento de uma localidade. Para tanto, é importante levar em consideração os impactos gerados pela atividade, assim como analisar de que forma os residentes percebem o desenvolvimento do turismo. O objetivo desse trabalho é analisar o apoio dos residentes de Florânia/RN sobre o desenvolvimento turístico no município. A pesquisa é de caráter descritivo e utiliza a abordagem quantitativa baseada no método hipotético-dedutivo. Os resultados evidenciam que os residentes da cidade são influenciados em apoiar o desenvolvimento do turismo se considerar os benefícios para além dos fatores econômicos, apoiando e confiando nos atores governamentais e no empresariado local. Custos advindos da atividade turística devem ser minimizados para obter um maior apoio dos residentes.

**Palavras-Chave:** Apoio do residente; Turismo; Impactos; Florânia/RN.

**Resumen:** El turismo se considera una actividad económica que puede contribuir al desarrollo de una localidad. Para ello, es importante tener en cuenta los impactos generados por la actividad, así como analizar de qué forma la población residente percibe el desarrollo del turismo. El objetivo de este trabajo es analizar el apoyo de los residentes de Florania/RN sobre el desarrollo turístico en el municipio. La investigación es de carácter descriptivo y utiliza el abordaje cuantitativo basado en el método hipotético-deductivo. Los resultados evidencian que los residentes de la ciudad son influenciados en apoyar el desarrollo del turismo si se consideran los beneficios más allá de los factores económicos, apoyando y confiando en los actores gubernamentales y en el empresariado. Los costos provenientes de la actividad turística deben ser minimizados para obtener un mayor apoyo de los residentes.

**Palabras clave:** Apoyo del residente; turismo; impactos; Florânia/RN.

**Abstract:** Tourism is considered an economic activity that can contribute to the development of a locality. Therefore, it is important to take into account the impacts generated by the activity, as well as to analyze how the resident population perceives the development of tourism. The objective of this work is to analyze the support of the residents of Florânia/RN on the tourist development in the municipality. The research is descriptive and uses the quantitative approach based on the hypothetical-deductive method. The results show that the city's residents are influenced in supporting tourism development if consider the benefits beyond economic factors, by supporting and relying on government actors and entrepreneurs. Costs arising from tourist activity should be minimized to obtain greater support from residents.

**Keywords:** Resident support; Tourism; Impacts; Florânia/RN.

---

<sup>9</sup> Graduada em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: helayneclaedna@gmail.com

<sup>10</sup> Doutorando e Mestre em Turismo pelo PPGTUR/UFRN. E-mail: marcelomilito@yahoo.com.br

<sup>11</sup> Mestre em Turismo e Doutoranda em Turismo (PPGTUR). Docente na Universidade Federal do Maranhão/Campus São Bernardo (UFMA) e Doutoranda na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: coutinho.catarina1@gmail.com

<sup>12</sup> Doutoranda e Mestre em Turismo pela UFRN (PPGTUR). Especialista em Gestão Pública Municipal pela UFPB. Especialista em História e Cultura Afro-Brasileira e Africana/NCCE (UFRN). Especialista em Política de Promoção da Igualdade Racial (UNIAFRO) pela UFERSA. Graduada em Letras Espanhol (IFRN). Bacharel em Turismo (UFRN). Técnico em Guia de Turismo Regional pelo SENAC (Natal). E-mail: mayaraferreiradefarias@gmail.com

## INTRODUÇÃO

O turismo tem ganhado importância tanto no campo teórico quanto no empírico devido às diversas transformações vinculadas ao setor. Ao longo dos anos, tem se tornado uma atividade econômica de grande expressão no mundo, desempenhando um papel importante devido a sua contribuição na movimentação econômica e conseqüentemente na providência de melhorias para a comunidade receptora através da geração de emprego e renda, dotação de infraestrutura básica, turística e de apoio, dentre outros fatores. Paralelamente a estes aspectos, o turismo também é visto como uma atividade social capaz de potencializar aspectos culturais, ambientais, sociais e identitários de uma localidade.

Dentre os vários efeitos do turismo, existe uma atenção sobre os impactos causados nas comunidades receptoras, por ser uma atividade que influencia e também é influenciada pelos lugares (Leiper, 1979). Por isto, quando não planejada pode ocasionar impactos negativos e custos aos destinos.

Nesta perspectiva, alguns estudos tais como os propostos por Silva e Marques Júnior (2016), Milito, Marques-Júnior e Alexandre (2015), Nunkoo e Ramkissoon (2012) e Gursoy e Rutherford (2004) apontam que a percepção dos benefícios e dos custos do turismo pela comunidade residente, constitui um fator que pode influenciar o apoio no desenvolvimento do turismo. Ademais, a informação de apoio (ou não) pode ser um instrumento de gerenciamento das localidades e ajustamento das ações.

Assim, constitui-se como objetivo geral desse artigo: analisar o apoio dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo em Florânia, Rio Grande do Norte, Brasil, numa perspectiva do desenvolvimento local. A prossecução deste objetivo conduziu a identificação do perfil sociodemográfico da amostra dos residentes pesquisados e a identificação da percepção dos residentes sobre os benefícios do turismo, dos custos e do poder de influência no desenvolvimento da atividade e, por fim, de como estes fatores se relacionam com o apoio ao desenvolvimento do turismo.

A cidade de Florânia/RN está em uma região onde existem atrativos turísticos relacionados ao segmento cultural, de aventura e religioso que impulsiona um pequeno fluxo turístico na localidade, sendo considerada como categoria D pela Classificação do Ministério do Turismo, que está diretamente associada a infraestrutura e fluxo turístico. Para tanto, entende-se que o primeiro passo é analisar a percepção do apoio residente em relação ao desenvolvimento do turismo.

A pesquisa é parte de uma monografia apresentada em instituição pública brasileira onde os dados foram lapidados com a possibilidade de novas análises que foram aqui apresentadas. Assim, o

estudo pode ser um instrumento de gerenciamento do setor público e privado frente às opiniões e percepções acerca do desenvolvimento do turismo na localidade.

Ademais, é importante considerar o caráter inovador da pesquisa por não existir nenhum trabalho semelhante na localidade investigada e apenas alguns, ainda de caráter incipiente, são realizados na região. Com isso, o presente estudo torna-se relevante pela sua originalidade no campo de estudo e por se tratar de um tema que vêm sendo bastante discutido na atualidade que é a relação entre turismo e residentes.

## **DESENVOLVIMENTO LOCAL DO TURISMO E OS IMPACTOS NA COMUNIDADE RECEPTORA**

A atividade turística vem se mostrando promissora nos últimos anos devido à capacidade de impulsionar o desenvolvimento das localidades, uma vez que abrange diversos setores da economia e, portanto, inúmeros impactos positivos e negativos na comunidade receptora. No entanto, é consenso na literatura que a atividade turística não deve ser considerada como o principal responsável pelo desenvolvimento de uma determinada localidade (Coutinho, 2016; Molina, 2003; Boyer, 2003).

Segundo Tomazzoni (2009, p. 19), “desenvolvimento econômico não significa crescimento econômico. O fato de haver crescimento econômico não é condição suficiente para o desenvolvimento humano”. No entanto, inicialmente as questões de desenvolvimento foram pautadas unicamente no aspecto econômico e na diminuição das desigualdades entre as nações, em termos de renda *per capita* e Produto Interno Bruto (Urano *et al.*, 2015; Moreira & Crespo, 2012). Com isso, surgem diversas teorias que buscavam solucionar as disparidades do processo desenvolvimentista que ocorre no pós Segunda Guerra Mundial, com o foco de criticar as teorias de modernização que sobrevalorizam os aspectos econômicos.

Em meados dos anos de 1970, autores como Seers aborda o conceito de Desenvolvimento Humano, instigado pelas publicações de *Silent Spring* (1962) e a Conferência de Estocolmo (1972) com o foco de demonstrar a possibilidade de mobilidade da economia a partir das dinâmicas locais e, portanto, de uma maneira mais difusa para além das relações entre Estado e Mercado no desenvolvimento das nações.

Na década de 1980, surge o conceito de desenvolvimento sustentável apresentado pela comissão de *Brundtland*, no relatório *Our Common Future* (1987), reforçada pela Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, conhecida como *Rio-92*. As concepções de desenvolvimento sustentável foram abordadas no turismo por teóricos como Ruschmann (2010) remetendo a um modelo de desenvolvimento mais sustentável, baseado nas ações de planejamento do produto turístico. A referida autora aborda o turismo de massa como um vetor de agressões aos

espaços naturais, devido ao número excessivo de visitantes no mesmo local em um mesmo período, e, por isso, contribui com a conservação do meio ambiente no campo do turismo e discute uma possível harmonia entre desenvolvimento da atividade e a sustentabilidade dos recursos.

Ainda neste mesmo período, emerge o conceito de desenvolvimento local, abordados por teóricos como Boisier (1996; 2000) e Barquero (2001) que defendem que o desenvolvimento se produz como um resultado de um forte processo de articulação de atores locais e variadas formas de capital intangível baseada em um marco de um projeto político que permita essa atuação das forças locais.

Para os autores supracitados, estas forças não estão restritas a população local, mas a cooperação nas relações entre Estado, Mercado e população local, considerando as especificidades do território. Nesse sentido, Barquero (2001) cita o papel do entorno inovador para o desenvolvimento das localidades, isto é, uma formação de redes de atores e sistemas produtivos locais que se inter-relacionam de forma específica em um processo de influenciar e também ser influenciado. Esses sistemas e atores competem entre si, de acordo com o autor, mas, também, mantêm relações de cooperação.

Para Boisier (1996; 2000) o desenvolvimento de uma localidade pode ser pensado a partir da existência, articulação e manejo de seis elementos, o que ele denomina como Hexágono do Desenvolvimento, sendo a relação entre atores, instituições, cultura, procedimentos, recursos e o entorno (Coutinho, 2016).

Esta teoria influenciou de forma direta as pesquisas e a empiria no turismo, sendo difundida por teóricos como Pirillo e Cerdan (2010), Moraes, Irving e Mendonça (2018), Nunes e Menezes (2018), Tomazin e Beni (2017) e muitos outros que permitiram o surgimento modelos de planejamento turístico tendo como foco o desenvolvimento local.

Ainda como reflexo do processo de modernização e as críticas que dela emergiram, surge a concepção de Desenvolvimento como Liberdade proposto por Amartya Sen (2000), considerando a eliminação das fontes de privação como um passo para o desenvolvimento. Nesta perspectiva libertária, o desenvolvimento está centrado no agente enquanto indivíduo para moldar o seu próprio destino. O desenvolvimento, portanto, está em uma postura participativa da população que irá conduzir, de forma democrática, o desenvolvimento local, autêntico e libertário. Estes debates sofreram influência direta nas discussões do processo de desenvolvimento em turismo que são largamente difundidos.

Para fins desta pesquisa, considera o processo de desenvolvimento do turismo como aquele para além dos aspectos econômicos, aportados na teoria de Boisier (2000) e Barquero (2001) que trata sobre o desenvolvimento local; de Amartya Sen (2000) que aborda o Desenvolvimento como

Liberdade; e de Ruschmann (2010) considerando o desenvolvimento como um tripé para a sustentabilidade.

As ações de desenvolvimento da atividade turística só podem ser pensadas em um cenário macro, uma vez que abrange várias organizações que atuam diretamente ou indiretamente no processo, através da possibilidade deste entorno inovador (Barquero, 2000). Neste sentido, torna-se, extremamente, necessário o planejamento das ações a serem desenvolvidas com o intuito de possibilitar benefícios para a comunidade receptora.

A meta de desenvolver o turismo em uma comunidade é maximizar os impactos positivos e minimizar os potenciais impactos negativos. Esses podem ser gerados no âmbito econômico, sociocultural e ambiental. Nessas concepções, percebe-se que os impactos não são ocasionados por apenas uma causa ou um problema específico, e sim, por uma diversidade de fatores que abrangem turistas, residentes e o setor empresariado. Com isso, a atividade turística deve ser realizada de forma adequada para que os recursos não sejam degradados e que se sustentem para as próximas gerações.

#### **Custos e benefícios da atividade turística**

Diversas são as discussões na literatura que abordam os custos e os benefícios da atividade turística. O que parece consenso entre os atores é que o planejamento turístico é um dos instrumentos para minimizar ou maximizar tais efeitos – sua presença ou ausência, dentre outros benefícios (Farias, 2013; Coutinho, 2016; Silva & Marques Júnior, 2016).

Neste sentido, o planejamento deve ser realizado tendo como guarda-chuva as discussões de desenvolvimento local e os diversos impactos que a comunidade local pode sofrer com o seu advento. Estes impactos, são identificados de três tipos de acordo com a literatura no turismo, são eles: impactos econômicos, impactos socioculturais e impactos ambientais (Lage & Milone, 2001; Swarbrooke, 2000; Beni, 2006; Lohmann & Panosso-Netto, 2012).

Considerando o efeito econômico da atividade turística, verifica-se que tais características são ferramentas que auxilia na administração de recursos que são resultados da produção de determinados produtos ou serviços das organizações. É uma dimensão importante no processo de desenvolvimento de uma localidade, mas não deve ser o único foco. Paralelamente aos efeitos econômicos, a atividade turística também provoca mudanças nos hábitos, costumes, culturas de ambas as partes sendo discutida no turismo desde a década de 1880 a partir de pesquisadores sociológicos e antropólogos (Cohen, 1983; Smith, 1989). Estes impactos estão, diretamente, relacionados a organização social, o ritmo de vida social, a divisão social, a forma como é direcionada o advento dos turistas, os preços, empregos, dentre outros fatores.

Por sua vez, as discussões dos impactos ambientais, também despontaram no mesmo período, através das discussões de desenvolvimento atrelado as questões ambientais. O primeiro artigo científico, por exemplo, a citar o termo turismo sustentável foi publicado em 1990 por Pigram e desde então alguns marcos da emergência do tema surgiram (McCool *et al.*, 2013). Com isso, as discussões sobre as questões ambientais ganharam destaque como uma atividade que impacta na localidade e pode ser maximizada através da realização desordenada.

Percebe-se, assim que a dualidade do turismo (custos e benefícios) pode ser vista de maneira mais sutil ou incisiva dependendo da forma como é implementada e desenvolvida e, com isso, a comunidade local em conjunto com o Mercado e Estado têm a responsabilidade de estabelecer como a atividade deve ser realizada em seu território (Boisier, 2000; Barquero, 2001).

No quadro 01, sintetiza-se alguns dos principais aspectos apontados na literatura sobre os custos e benefícios da atividade turística à luz da discussão realizada. Estes foram sinalizados em categorias que serão trabalhadas neste artigo e servem de subsídio para elaboração da técnica de coleta de dados.

**Quadro 01.** Custos e benefícios da atividade turística

|                | BENEFÍCIOS  | CUSTOS   |
|----------------|---|--|
| ECONÔMICOS     | Advento de renda na economia  | Elevação dos preços de produtos e serviços baseado na demanda turística  |
|                | Redistribuição de renda   | Excessiva dependência em relação ao turismo  |
|                | O efeito multiplicador  | Os custos sociais e ambientais baseados na devastação dos recursos naturais e culturais das regiões.   |
|                | Criação ou melhoria da infraestrutura das localidades   | A prioridade de investimentos turísticos negligenciando serviços básicos   |
| SOCIOCULTURAIS | Crescimento do respeito pela religião da comunidade local por parte dos turistas  | Perda de espiritualidade em localidades religiosas que se tornam dominadas pelos turistas  |
|                | Renovação de formas de arte tradicionais  | Banalização/ modificação de formas de arte tradicionais para satisfazer desejos de turistas  |
|                | Conscientização de novos estilos de vida  | Interferência da cultura do visitante na localidade  |
|                | Aspectos positivos dos comportamentos e valores do turista  | Crescimento da criminalidade e;<br>Perda da dignidade por ser forçada a comportar-se de maneira servil em relação aos turistas   |
|                | Migração para comunidades periféricas   | Dominação da comunidade por imigrantes de outras comunidades   |
| AMBIENTAIS     | Conscientização da importância da preservação ambiental   | Contaminação das nascentes de águas pelas atividades relacionadas ao turismo; Verticalização dos centros urbanos impulsionados pela pressão imobiliária; Transformação da paisagem |
|                | Por meio das taxas cobradas, as unidades de conservação podem investir em infraestrutura e em treinamento de recursos humanos | Uso inadequado do solo propiciado pelos empreendimentos turísticos mal planejados  |
|                | Valorização da natureza tanto do ponto de vista econômico como paisagístico   | Transformação do espaço físico dos destinos, que passam a ser orientados apenas para o turismo   |

**Fonte:** Dados da pesquisa baseado em Cohen (1983), Smith (1989), Swarbrooke (2000), Lage & Milone (2001) e Lohmann & Panosso-Netto (2012).

Considerando as três dimensões que impactam com o advento da atividade turística em uma localidade, percebe-se que o turismo é capaz de proporcionar diversos benefícios para o local onde é desenvolvido, mas também, pode causar prejuízos se essas dimensões não forem levadas a cabo.

Portanto, deve-se pensar em planejar o turismo a partir da integração do ambiente econômico, sociocultural e ambiental, através de um resultado do desenvolvimento local e sustentável, como também é importante envolver a comunidade local nas tomadas de decisões para analisar quais impactos são causados e quais as maneiras para fazer com que sejam minimizados os negativos.

### **Relação entre turismo e residentes e os fatores que afetam o apoio dos residentes no desenvolvimento do turismo**

Alguns estudos (Coutinho, 2016; Félix, 2018; Tsaur, Yen & Teng, 2018) têm se dedicado a abordarem a relação entre a atitude, participação e apoio da comunidade local no processo de crescimento da atividade turística, identificando os aspectos positivos e negativos na relação entre o turista e o residente.

Neste sentido, torna-se imprescindível analisar a percepção da população local, quando se trata de desenvolvimento turístico, de forma que esta participe das tomadas de decisões expressando as suas opiniões e fornecendo sugestões para que sejam beneficiadas. Alguns destes estudos têm sido realizados no mundo, aplicando em diversas localidades, sendo estas com características semelhantes ao contexto brasileiro e outras um pouco peculiares a realidade aplicada. No entanto, o que interessa é realizar um levantamento sobre a literatura até então publicada.

Vargas-Sánchez *et al.* (2011), por exemplo, propuseram um modelo para ser aplicado de forma universal buscando entender a atitude do residente em relação ao desenvolvimento do turismo. O estudo realizado na Espanha identificou algumas variáveis importantes, como: comportamento dos turistas, densidade (grande fluxo) dos turistas e nível de desenvolvimento da atividade turística que é percebida pelo residente. Os resultados revelaram que os impactos positivos são mais perceptíveis do que os negativos como um importante indicativo no apoio do desenvolvimento do turismo e conseqüentemente uma atitude mais positiva e receptiva. A densidade dos turistas, por sua vez, sofre influência negativa, mas que consideram o desenvolvimento moderado do turismo como benéfico.

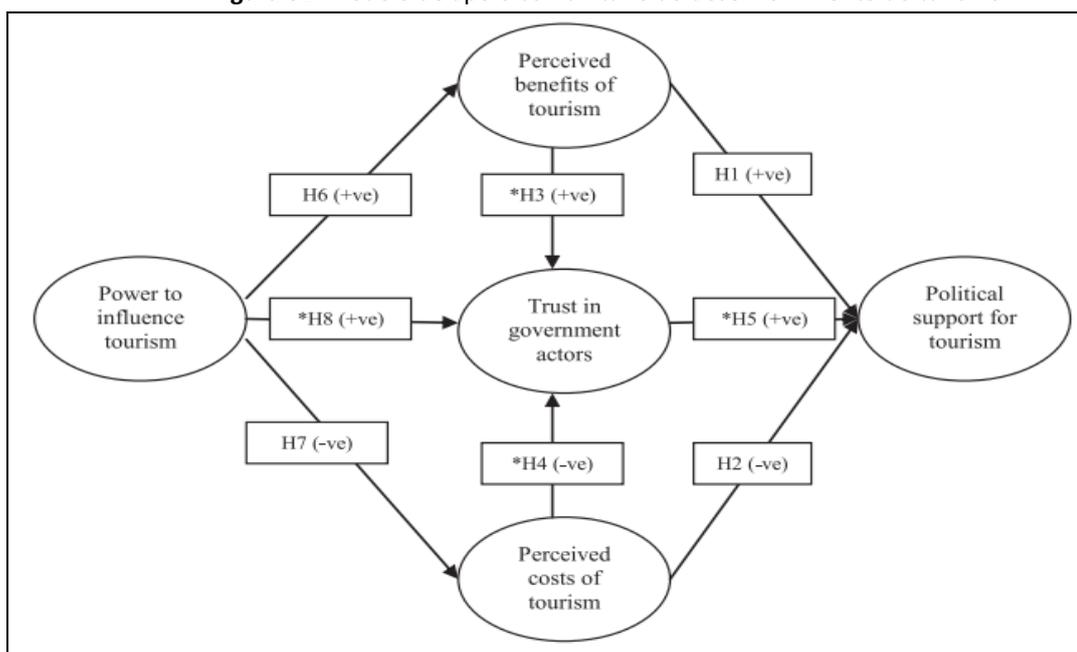
No que se refere, especificamente, ao apoio comunitário, os estudos de Gursoy *et al.* (2002), propuseram um modelo de relação causal para analisar o apoio comunitário no desenvolvimento do turismo. O estudo aplicado na realidade da América do Norte identificou que o nível de interesse dos residentes, a atitude ecocêntrica (peculiar a realidade pesquisada), a utilização de recursos de base

local, os custos e benefícios percebidos pelos residentes com o desenvolvimento do turismo são fatores capazes de afetar o apoio dos residentes ao desenvolvimento da atividade.

No campo da psicologia, estudos semelhantes também vêm sendo desenvolvidos baseado na Teoria da Mudança Social (*Social Exchange Theory – SET*), por entender que a mudança que tem ocorrido no mercado e a interação social são formadas por um conjunto de intercâmbios formado por recompensas e custos que reflete no comportamento humano (Blau, 2006).

Desenvolver um modelo de análise que explique o apoio e as diversas percepções do residente no turismo está entre os objetivos da área. Neste sentido, Nunkoo e Ramkisson (2012) testaram um modelo de relacionamento de variáveis que interferem no apoio do residente, incluindo a variável confiança onde não tinha sido previamente testada nos estudos anteriores. O modelo resultante entende que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo é influenciado pela percepção dos benefícios e custos do turismo, na confiança nos atores governamentais, incluindo outras variáveis como o poder de influência da comunidade (Figura 01).

**Figura 01.** Modelo de apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo



Fonte: Nunkoo & Ramkisson (2012).

Mais recentemente, estudos como o de Milito, Marques-Júnior e Alexandre (2015), aplicados em uma capital nordestina, corroboraram com principais fatores que afetam o apoio do residente no desenvolvimento do turismo, sendo eles: compromisso da comunidade, confiança dos gestores e apego a comunidade. Estes três fatores interferem de forma variada (relação alta e moderada) na percepção dos benefícios e custos do turismo que são antecedentes do apoio ao desenvolvimento da atividade.

O estudo de Silva e Marques-Júnior (2016), por sua vez, aplicou um modelo de apoio do residente em uma cidade interiorana do nordeste brasileiro. O resultado da equação no estudo identificou que o apoio dos residentes é influenciado de forma direta pela percepção dos benefícios e pela confiança nos atores governamentais. De outra forma, quanto mais perceptível os benefícios da atividade turística, maior será a confiança nos atores governamentais.

Diante das colocações, o presente estudo toma como modelo central o trabalho proposto por Nunkoo e Ramkisson (2012), demonstrado na figura 01. Entende-se, pois, que é importante identificar os fatores de apoio comunitário, promovendo ações de inclusão social através da maximização dos benefícios advindos da atividade turística.

### **METODOLOGIA DA PESQUISA**

De acordo com autores do estudo metodológico (Martins, 2007; Oliveira, 2016), esta pesquisa é denominada como descritiva e faz uso de abordagem quantitativa. O método científico adotado é o hipotético dedutivo inspirado no positivismo lógico de Karl Popper, onde a investigação é baseada em um problema real que através do teste das hipóteses pode-se afirmar ou falsear, considerando sua experimentação (Oliveira, 2016).

Neste sentido, a pesquisa tem como objetivo testar os fatores que interferem no apoio do desenvolvimento do turismo na perspectiva dos moradores locais. O modelo teórico que será testado é proposto por Nunkoo e Ramkisson (2012) constituído por variáveis manifestas e variáveis latentes e as hipóteses testadas neste estudo são apresentadas abaixo:

- H1: O apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é diretamente influenciado pelos benefícios econômicos gerados pela atividade turística
- H2: O apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é diretamente influenciado pelos custos gerados pela atividade turística
- H3: A confiança nos atores governamentais influencia diretamente o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo
- H4: O poder de influência dos empresários influencia diretamente o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo
- H5: O apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é influenciado quando o turismo é a principal atividade econômica

O estudo delimitou-se à cidade de Florânia, localizado na região do Seridó, e na microrregião da Serra de Santana, a uma distância de 216 km de Natal, capital do Estado (Rio Grande do Norte,

Brasil). Possui uma população estimada em 9.121 habitantes e uma área de unidade territorial de 504 km<sup>2</sup> e um Índice de Desenvolvimento Humano em 0,642 (IBGE, 2018).

O nome da cidade é atribuído devido possuir um clima ameno, que possibilita nos anos de inverno a presença de muitas flores e rosas na região. Paralelamente a estes fatores a cidade possui uma população marcadamente religiosa e mística e, portanto, seus principais atrativos estão relacionados às belezas naturais, histórico-culturais, religiosas e de eventos.

Os atrativos naturais são constituídos pelas serras, riachos, cachoeiras, mirantes, pinturas rupestres, trilhas, entre outros. Os atrativos histórico-culturais, por sua vez, são os prédios antigos que estão localizados no centro da cidade e os atrativos religiosos são identificados como o santuário de Nossa Senhora das Graças e a capela da Cruz de José Leão. Dentre os principais eventos considerados atrativos turísticos, têm-se a festa de Nossa Senhora das Graças, a Festa de São Sebastião, o Carnaval e a Festa de emancipação política.

Assim, a técnica de coleta de dados é baseada no *survey*, utilizando uma amostragem não-probabilística, por conveniência ou acidental, uma vez que as pessoas que responderam os questionários não foram pré-selecionadas. O meio de aplicação da pesquisa foi o virtual utilizando uma rede social, onde houve, previamente, uma publicação sobre a pesquisa e posteriormente era enviado o link para acessar as perguntas. Os questionários foram estruturados em uma escala métrica de 5 pontos que vai de discordo plenamente até concordo plenamente.

É importante considerar que foi realizado um pré-teste para testar as variáveis e a compreensão por parte dos pesquisados. Neste sentido, os resultados apresentados, foram com base nas análises do pré-teste e suas devidas modificações, o que explica a distinção da existência da quantidade de variáveis em cada dimensão. A pesquisa teve boa receptividade e a maioria das pessoas que foram convidadas por meio do link eletrônico, de forma acidental, aceitaram responder a pesquisa, totalizando 98 entrevistados durante o período de 02 a 15 de setembro.

Para a análise dos dados, optou-se pelo uso de ordenação e agrupamentos baseado na técnica de análise teórica, baseado nas discussões previamente apresentadas. Para isto, utilizou-se o *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 22.0 para Windows*, e posteriormente foram trabalhados de acordo com as especificações do objetivo a partir das análises descritivas geradas.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### Perfil da amostra

A amostra do estudo apresentou o gênero feminino predominante (53%). A faixa etária se concentrou entre 21 e 30 anos (47%) e entre 31 a 41 anos (21%). As faixas menos representativas foram acima de 50 anos (1%). A maioria absoluta da amostra afirmou ser solteiro com 69% dos casos, enquanto os casados representam 31% da amostra analisada. A escolaridade dos entrevistados se concentrou no ensino médio completo com 49%, seguido do ensino superior completo com 22%.

No que diz respeito à ocupação, 34% dos respondentes afirmaram serem estudantes, seguida de profissional liberal (27%), funcionário em empresa privada (17%), desempregados (13%) e, por último, com 9% declaram serem funcionários públicos. A renda afirmada pelos respondentes mais representativas foi de, até, um salário mínimo correspondendo a 51% dos casos, seguida de até quatro salários mínimos (44%).

Depreende-se que o perfil dos entrevistados está concentrado em um público feminino, com faixa etária entre 21 a 30 anos, solteiras e possuem ensino médio completo. São profissionais liberais e a renda familiar dos respondentes foi em sua maioria constituída por até 1 salário mínimo.

Estes dados supracitados revelam que o perfil constitui uma classe com uma renda baixa, com pouca escolaridade e são profissionais liberais, vislumbrando na atividade turística uma oportunidade na geração de emprego e renda em sua plena jovialidade. É um público que hipoteticamente está em busca de oportunidades sociais e por ser, em sua grande maioria jovem, estão em busca de novos desafios.

Ademais, a amostra analisada possui grande acesso à internet, uma vez que foi o meio utilizado para aplicação da pesquisa, o que pode significar que, em caso de apoio ao desenvolvimento do turismo, pode ser refletido em ações positivas e receptivas pelos meios digitais, sendo esta uma importante ferramenta de divulgação dos destinos.

### Percepção dos residentes sobre as dimensões estudadas

#### Percepção dos residentes sobre os benefícios estimulados pelo turismo

Na Tabela 01 é possível contemplar os dados das avaliações dos respondentes sobre a dimensão dos benefícios estimulados pela atividade turística. A tabela dispõe de um total de 7 variáveis para avaliar a dimensão, com resultados positivos.

**Tabela 01.** Percepção dos residentes sobre os benefícios do turismo

| Variáveis  | %                   |          |                           |          |                     |      | Média | Desvio padrão |
|--|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|------|-------|---------------|
|  | Discordo plenamente | Discordo | Não concordo nem discordo | Concordo | Concordo plenamente |      |       |               |
| Geração de emprego para a população de Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico                | 0,0                 | 0,0      | 9,2                       | 30,6     | 60,2                | 4,51 | 0,661 |               |
| Aumento na renda para a população de Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico                  | 0,0                 | 0,0      | 25,5                      | 31,6     | 42,9                | 4,17 | 0,812 |               |
| Aumento na preservação ambiental de Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico                   | 0,0                 | 0,0      | 23,5                      | 37,8     | 38,8                | 4,15 | 0,777 |               |
| Aumento na qualidade de vida da população de Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico          | 0,0                 | 0,0      | 18,4                      | 36,7     | 44,9                | 4,26 | 0,850 |               |
| Melhoria na infraestrutura da cidade de Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico               | 0,0                 | 34,7     | 23,5                      | 13,3     | 28,6                | 3,35 | 1,22  |               |
| Aumento no desenvolvimento de atividades culturais em Florânia em decorrência do desenvolvimento turístico | 3,1                 | 37,8     | 32,7                      | 9,2      | 17,3                | 3,00 | 0,899 |               |
| Aumento na valorização dos atrativos turísticos em decorrência do desenvolvimento turístico                | 0,0                 | 0,0      | 0,0                       | 42,9     | 57,1                | 4,57 | 0,497 |               |

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Os dados da média das avaliações dos respondentes na dimensão indicam uma elevada percepção positiva dos benefícios do turismo. Desta maneira, este pode ser um aspecto positivo sobre o apoio dos residentes no crescimento da atividade, através da geração de emprego, renda e qualidade de vida. No tocante a percepção mais ampla de desenvolvimento, tais características são limitantes na percepção dos residentes (Barquero, 2000; Boisier, 2001).

No que diz respeito a dimensão ambiental, percebe-se que é avaliada de maneira positiva pelos respondentes, confirmando a harmonia entre o processo de desenvolvimento do turismo na localidade e preservação dos recursos naturais como um tripé para a sustentabilidade do destino (Ruschmann, 2010). Por sua vez, os benefícios relacionados aos aspectos econômicos e também sociais são largamente perceptíveis, obtendo as maiores médias, o que pode contrariar alguns estudos previamente realizados no nordeste brasileiro (Silva & Marques-Júnior, 2016; Milito, Marques-Júnior & Alexandre, 2015).

No entanto, cabe um destaque para as variáveis infraestrutura e aumento de atividades culturais que apresentam elevados valores de desvio padrão entre as variáveis contempladas. Isto sugere que, por mais que os entrevistados possuam percepções de benefícios da atividade turística, elas ainda não são perceptíveis na localidade de forma positiva. Acredita-se que a variável infraestrutura esteja relacionado aos meios de acesso ao município e a sinalização turística que são

elementos precários na localidade. Paralelamente a estes fatores, não há estímulo as atividades culturais da cidade que possam e estejam sendo trabalhadas pelo turismo.

### Percepção dos residentes sobre os custos estimulados pelo turismo

A análise descritiva da dimensão dos custos estimulados pela atividade turística foi avaliada por meio de 5 variáveis, onde estão apresentados na tabela 02. Na mesma tabela é possível verificar dados referente a média e desvio padrão das avaliações dos respondentes sobre o constructo. É interessante observar que a dimensão 'custo do turismo' não foi apresentada com esta nomenclatura, mas avaliada por meios de suas variáveis para melhor compreensão dos entrevistados e também por compor a discussão da literatura.

**Tabela 02.** Percepção dos residentes sobre os custos do turismo

| Variáveis  | %                   |          |                           |          |                     |      | Média | Desvio padrão |
|--|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|------|-------|---------------|
|  | Discordo plenamente | Discordo | Não concordo nem discordo | Concordo | Concordo plenamente |      |       |               |
| Aumento nos preços de bens e serviços em Florânia devido ao desenvolvimento do turismo | 27,6                | 29,6     | 18,4                      | 24,5     | 0,0                 | 2,39 | 1,137 |               |
| Aumento na poluição em Florânia devido ao desenvolvimento do turismo                   | 34,7                | 30,6     | 19,4                      | 12,2     | 3,1                 | 2,18 | 1,133 |               |
| Aumento nos problemas de trânsito em Florânia devido ao desenvolvimento do turismo     | 32,7                | 33,7     | 24,5                      | 3,1      | 6,1                 | 2,16 | 1,109 |               |
| Aumento na prostituição em Florânia devido ao desenvolvimento do turismo               | 5,1                 | 24,5     | 23,5                      | 25,5     | 21,4                | 3,33 | 1,209 |               |
| Aumento na criminalidade em Florânia devido ao desenvolvimento do turismo              | 34,7                | 29,6     | 23,5                      | 8,2      | 4,1                 | 2,17 | 1,121 |               |

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com a Tabela 02, verifica-se que as médias das respostas são relativamente baixas, considerando que os custos ainda não são perceptíveis pelos residentes. Este fator pode estar relacionado ao fato de que o fluxo turístico na cidade ainda ser incipiente, sendo classificado pelo Ministério do Turismo na categoria D, como elevadas taxas de permanência em períodos sazonais, portanto, os custos não são claramente perceptíveis pelos residentes e/ou não existem.

As mudanças no estilo de vida, nos hábitos e costumes locais não foram afetadas de forma significativa com o advento do turismo, o que confirma alguns estudos na literatura (Cohen, 1983; Smith, 1989) Há que considerar, no entanto, que os custos, em muitos casos, são minimizados pelos inúmeros benefícios advindos da atividade turística que foram retratados no tópico anterior de forma significativa e, que podem ser o retrato do perfil analisado que está mais propenso as

oportunidades econômicas e sociais, sem se importar, em muitos casos, com os custos do advindo do turismo (Silva & Marques-Júnior, 2016; Felix; Chagas; Marques-Júnior & Silva, 2017).

Cabe ressaltar que, somente em uma variável foi perceptível os custos – no quesito aumento da prostituição, com elevada média dos respondentes. Ainda assim, percebe-se que é uma média muito baixa, perante as demais que foram analisadas em algumas dimensões. Os demais problemas sociais, como aumento da criminalidade e problemas econômicos como aumento do preço tiveram as menores médias, indicando elevada apoio dos residentes no desenvolvimento do turismo.

### **Percepção dos residentes sobre o poder de influência dos diversos entes no desenvolvimento do turismo**

Na análise do poder de influência que os diversos entes possuem no desenvolvimento do turismo, são considerados, inclusive, o poder da comunidade, permitindo realizar uma autoanálise sobre o papel da comunidade neste processo de desenvolvimento. Para esta dimensão, foram exploradas 3 variáveis que estão sinalizadas na tabela 03.

**Tabela 03.** Percepção dos residentes sobre o poder de influência no desenvolvimento do turismo

| Variáveis   | %                   |          |                           |          |                     |       |               |
|---|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|-------|---------------|
|   | Discordo plenamente | Discordo | Não concordo nem discordo | Concordo | Concordo plenamente | Média | Desvio padrão |
| Poder de influência que a comunidade (me incluindo) para o desenvolvimento do turismo em Florânia | 0,0                 | 23,5     | 25,5                      | 45,9     | 5,1                 | 3,32  | 0,894         |
| Poder de influência que os empresários do turismo têm no desenvolvimento do turismo em Florânia   | 2,0                 | 10,2     | 14,3                      | 21,4     | 52,0                | 4,11  | 1,120         |
| Poder de influência que o setor público tem no desenvolvimento do turismo em Florânia             | 1,0                 | 9,2      | 7,1                       | 30,6     | 52,0                | 4,23  | 1,003         |

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao considerar os valores referentes as médias das variáveis, os resultados revelam um forte poder de atuação no desenvolvimento do turismo relacionado ao setor privado e público, e com média avaliação dos respondentes no poder de influência da comunidade local. As duas variáveis de maior peso confirmam o poder hegemônico sinalizado em alguns trabalhos (Coutinho, 2016; Silva & Marques-Júnior, 2016), que atuam de forma incisiva no crescimento da atividade turística. Isto revela que, embora se tenha aberto espaços de diálogo e participação por meio de políticas públicas como criação de conselhos gestores, a comunidade pouco tem poder de decisão no processo de desenvolvimento turístico.

Com isso, o desenvolvimento local autêntico e libertário fica comprometido, uma vez que a participação da comunidade é considerada *sine qua non* para este processo. A comunidade não atua de forma direta, e permanece como mero espectador as ações do poder hegemônico, restringindo-se as oportunidades de empregos e acesso a renda que são gerados. O empoderamento, a participação e engajamento são deixados de lado. Estes resultados confrontam as teorias de desenvolvimento aportadas na pesquisa (Boisier, 2000; Barquero, 2001; Sen, 2000). Ademais, a compreensão do poder comunitário nas decisões de desenvolvimento do turismo é antecedente influenciador direto à atitude de apoio ao referido fenômeno social (Milito, Marques-Júnior & Alexandre, 2015; Nunkoo & Ramkisson, 2012).

### Percepção dos residentes sobre a confiança nos atores governamentais

Na Tabela 04 foi explorado a percepção dos residentes nas dimensões sobre a confiança nos atores governamentais, representando 4 variáveis. Com base nas médias dos fatores da referida tabela, seus dados apontaram percepção mediana dos respondentes sobre o nível de confiança nos atores governamentais.

**Tabela 04.** Percepção dos residentes sobre a confiança nos atores governamentais no desenvolvimento do turismo

| Variáveis  | % | Discordo plenamente | Discordo | Não concordo nem discordo | Concordo | Concordo plenamente | Média | Desvio padrão |
|--|---|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|-------|---------------|
| Confiança da comunidade residente na Prefeitura Municipal de Florânia para o desenvolvimento do turismo            |   | 4,1                 | 9,2      | 21,4                      | 30,6     | 34,7                | 3,82  | 1,130         |
| Confiança da comunidade residente na Secretaria de Turismo municipal de Florânia para o desenvolvimento do turismo |   | 19,4                | 30,6     | 29,6                      | 14,3     | 6,1                 | 2,70  | 1,613         |
| Confiança da comunidade residente na Secretaria de Turismo do estado para o desenvolvimento do turismo             |   | 11,2                | 23,5     | 32,7                      | 28,6     | 4,1                 | 3,00  | 1,533         |
| Confiança da comunidade residente no Governo Federal para o desenvolvimento do turismo                             |   | 4,1                 | 11,2     | 25,5                      | 23,5     | 35,7                | 3,75  | 1,175         |

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Na análise descritiva da dimensão, com base na média das quatro variáveis, percebe-se que há certo nível de confiança nos atores governamentais em seus diversos níveis (local, regional e nacional). Entretanto, cabe salientar que os valores de desvio padrão presentes na tabela confirmam notória oscilação entre os atores governamentais locais, dividido nas variáveis: secretaria municipal de turismo e prefeitura, onde, neste último, há uma percepção mais elevada de confiança, ao passo

que a secretária que está diretamente encarregada no desenvolvimento do turismo apresentou média confiança dos residentes.

Paralelamente a estes dados, observou-se que o ator governamental denominado Governo Federal recebeu uma elevada percepção de confiança apesar de estar entre os níveis o mais distante, mas que suas ações na cidade são claramente perceptíveis. Isto pode estar relacionado com a atuação deste setor nos últimos anos, através de inúmeros investimentos em educação, serviços básicos de infraestrutura, vulnerabilidade social, dentre outros aspectos. Tal percepção não foi, notoriamente, percebida pelo ator governamental regional, que recebeu um valor mediano na percepção. Isto indica que, por mais que seja elevada a variação de respostas, a percepção na confiança governamental pode variar nas suas mais diversas escalas.

O processo de desenvolvimento libertário através das discussões do desenvolvimento como liberdade deve ser regida por uma transparência das ações e poder de decisão. Deste modo, os resultados no tocante a confiança nos atores governamentais pode refutar a ideia da teoria discutida (Sen, 2000).

### Percepção de apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo

Na Tabela 05 estão presentes os dados da dimensão de apoio ao turismo, nela foram exploradas 4 variáveis. De acordo com a média obtida das respostas, percebe-se uma média intenção de apoio dos respondentes ao desenvolvimento do turismo na cidade.

**Tabela 05.** Percepção do apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo.

| Variáveis  | % | Discordo plenamente | Discordo | Não concordo nem discordo | Concordo | Concordo plenamente | Média | Desvio padrão |
|--|---|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|-------|---------------|
| O turismo é o setor mais importante da cidade de Florânia/RN                                     |   | 0,0                 | 28,6     | 31,6                      | 20,4     | 19,4                | 3,30  | 1,087         |
| O turismo ajuda no crescimento econômico da cidade de Florânia/RN                                |   | 3,1                 | 19,4     | 24,5                      | 22,4     | 30,6                | 3,58  | 1,200         |
| O turismo possui um importante papel no desenvolvimento econômico local na cidade de Florânia/RN |   | 4,1                 | 11,2     | 24,5                      | 37,8     | 22,4                | 3,63  | 1,078         |
| Os turistas têm orgulho de visitar a cidade de Florânia/RN                                       |   | 3,1                 | 2,0      | 13,3                      | 27,6     | 54,1                | 4,27  | 0,982         |

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Há um notório sentimento de satisfação de pertencer a localidade o que reflete na percepção dos moradores em relação ao orgulho que os turistas têm de visitar a cidade. Todavia, as demais médias indicaram menor consenso sobre a atividade turística ser um setor em plena

expansão na localidade e que, portanto, pode propiciar o desenvolvimento da localidade. Isto pode estar associado ao fato de que a atividade ainda não possui caráter em expansão.

Ao considerar o conjunto da percepção dos residentes em relação ao processo de desenvolvimento turístico, revela uma baixa participação social, forte percepção dos benefícios econômicos e sociais em contraposição aos custos percebidos devido ao advento da atividade turística. Com isso, as teorias de desenvolvimento turístico aportadas pela participação, existência de entorno inovador e processo libertário ficam comprometidas (Coutinho, 2016; Molina, 2003; Boyer, 2003). Entende-se que, os residentes estarão mais propensos a apoiar o desenvolvimento da atividade quanto maior for o orgulho dos turistas em visitarem a região, principalmente pelos benefícios econômicos e conseqüentemente sociais que trazem consigo.

Paralelamente aos resultados auferidos nesta pesquisa, é possível pensar em um processo de desenvolvimento da atividade turística na localidade pautada em maiores oportunidades sociais que possa salvaguardar os hábitos e costumes da localidade, maximizando os benefícios para além dos aspectos econômicos, mas também ambiental e sociocultural. Um desenvolvimento onde a comunidade possa ser protagonista das suas decisões proporcionada por um entorno inovador e dotados de liberdade instrumental e constitutiva, e possa deixar de lado a visão de dependência do turista e que o orgulho de pertença a localidade não seja devido a uma visão externa (Ruschmann, 2010; Sen, 2000; Boisier, 2000; Barquero, 2001; Boyer, 2003; Smith, 1989).

### **Teste de hipóteses**

De acordo com as análises descritivas geradas, as que apresentaram valores de média baixa obtiveram correlação negativa com a dimensão analisada. Assim, das 5 hipóteses testadas, 3 se confirmaram e apenas duas foram negadas.

A hipótese 1 afirma-se que o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é diretamente influenciado pelos benefícios econômicos gerados pela atividade turística e foi confirmada pelos valores das médias altas nas variáveis relacionadas aos fatores econômicos como emprego, renda e qualidade de vida. No entanto, percebe-se que não somente os fatores econômicos influenciam no apoio do residente ao desenvolvimento do turismo, os benefícios ambientais e culturais também são fatores que devem ser levados em consideração no desenvolvimento da atividade na cidade de Florânia, ainda que em menor proporção. Tais resultados da pesquisa podem sinalizar uma confirmação parcial da teoria da percepção da atividade para além dos fatores econômicos (Boisier, 2000; Barquero, 2001; Ruschmann, 2010; Swarborooke, 2000; Cohen, 1983; Smith, 1989).

A hipótese 2 afirma que o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é diretamente influenciado pelos custos gerados pela atividade turística e foi negada, uma vez que somente uma variável dentro da dimensão foi confirmada como percebida como custos na localidade relacionada a prostituição, mas que outros elementos como aumento dos preços dos bens e serviços, criminalidade e poluição foram negados como perceptível os custos gerados pela atividade (Cohen, 1983; Smith, 1989). Isto significa que os custos são minimizados de acordo com os benefícios percebidos na localidade, confirmando outras teorias na área (Silva & Marques Júnior, 2016; Milito, Marques Júnior & Alexandre, 2015). É importante considerar, no entanto, que os benefícios foram perceptíveis para além dos aspectos econômicos e isto reflete na percepção dos custos advindos da atividade turística.

A hipótese 3 afirma que a confiança nos atores governamentais influencia diretamente o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo e foi confirmada embora não tenha resultados das médias significados, com oscilação entre as representações: locais, regionais e nacional. No entanto, há uma notória confiança no setor público e isto é um elemento de apoio ao desenvolvimento do turismo (Farias, 2013; Coutinho, 2016).

A hipótese 4 afirma que o poder de influência dos empresários influencia diretamente o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo e foi devidamente confirmada com médias altas. A comunidade confia e percebe o desenvolvimento do turismo a partir da ação do empresariado que refletirá em outros benefícios para a localidade fazendo com que apoiem o desenvolvimento da atividade. Tal resultado da pesquisa confirma os resultados da literatura no que tange aos modelos de desenvolvimento do ciclo de vida da Área turística (Butler, 1989). É interessante observar que se o teste de hipótese estivesse alicerçado no desenvolvimento autêntico e libertário proposto pela discussão teórica, os resultados não poderiam ser plenamente confirmados por não existir uma média alta a partir do poder de influência da comunidade nos processos decisórios (Sen, 2000; Boisier, 2000; Barquero, 2001; Ruschmann, 2010)

Por fim, a hipótese 5 afirma que o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo é influenciado quando o turismo é a principal atividade econômica e foi negado. Apesar de a cidade não perceber o turismo como principal motor de desenvolvimento da localidade e não ter um turismo com característica massificada, os respondentes não apoiariam o seu desenvolvimento se fosse a atividade principal, confirmando a literatura existente (Félix, 2018; Tsaur, Yen & Teng, 2018; Coutinho, 2016; Molina, 2003; Boyer, 2003). O que caracteriza o seu apoio está relacionado ao orgulho de pertencerem a localidade e dos turistas em retornarem à cidade.

Assim, percebeu-se que foram apontados vários pontos positivos e negativos no desenvolvimento do turismo em Florânia/RN e que por mais que a atividade ainda não esteja plenamente desenvolvida no município, os residentes possuem uma percepção positiva em relação

ao turismo na localidade. Então esses pontos negativos que foram apontados servirão de base para desenvolver um planejamento turístico de acordo com os desejos e necessidades da população local.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao tomar como base o objetivo do estudo, cabe considerar que os residentes da cidade de Florânia, são influenciados em apoiar o desenvolvimento do turismo pelo orgulho que os turistas têm de visitar a localidade e, conseqüentemente reflete o sentimento de satisfação de pertença dos residentes. Considera-se, ainda, como fatores de apoio ao desenvolvimento da atividade a percepção dos benefícios para além dos fatores econômicos e forte apoio e confiança nos atores governamentais e no empresariado e. Custos advindos da atividade turística devem ser minimizados para obter um maior apoio dos residentes.

Dos avanços obtidos na pesquisa que permitam uma generalização de um modelo geral se observa que das 5 hipóteses centrais, 3 foram confirmadas (Hipótese 1, 3 e 4), reafirmando a escolha teórica da pesquisa. No entanto, duas hipóteses foram negadas (Hipóteses 2 e 5) na realidade investigada, reforçando a necessidade de um estudo em toda a região para confirmar dados mais robustos.

É importante considerar que, na localidade investigada, o turismo não é a principal atividade e, portanto, não está em fase de consolidação, mas há práticas pontuais que permitiram sua avaliação por parte dos respondentes, portanto, estudos mais aprofundados com o objetivo de entender o comportamento dos residentes, bem como o desenvolvimento da atividade, devem ser incentivados. Ademais, estudos de avaliação da relação entre turistas e residentes devem ser reforçados em localidades onde esteja em processo de inicialização que permitam ações estruturadoras de planejamento na localidade.

O estudo permitiu a compreensão sobre a percepção de localidades fora do grande eixo central do turismo brasileiro, com o enfoque na comunidade local. A partir dos resultados obtidos, entende-se que os grupos opositores ao desenvolvimento do turismo na localidade podem ser minimizados, permitindo a maximização dos benefícios.

Constitui como limitação do estudo uma análise das principais literaturas internacionais em realidades semelhantes, aprofundando valores como poder de influência e confiança nos atores governamentais onde podem ser identificadas percepções diferenciadas e similitudes com a presente investigação e delinear um modelo de proposta específica. Também se deve aprofundar nos modelos de análises existentes, podendo incluir, por exemplo, análise de regressão para saber o poder de influência de um fator na variável "Apoio". No que se refere à realidade investigada,

incentiva-se estudos nesta perspectiva abrangendo a região como um todo a partir da identificação de segmentos semelhantes e onde possa ser pensado o turismo a partir da ótica do residente.

## REFERÊNCIAS

- Barquero, A. V. (2001). *Desenvolvimento Endógeno em Tempos de Globalização*. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística.
- Blau, P. M. (2006). *Exchange and Power in Social Life*. Wiley, New York.
- Beni, M. C. (2006). *Política e planejamento do turismo no Brasil*. São Paulo, Aleph.
- Boisier, S. (2000). Desarrollo (Local): De qué estamos hablando? In: Becker, D. F., & Bandeira, P. S. *Desenvolvimento Local e Regional: Determinantes e Desafios Contemporâneos*. Santa Cruz Do Sul: Edunisc.
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru: EDUSC.
- Butler, R. W. (1980). *The Concept of a Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources*. *The Canadian Geographer*, Xxiv (I), 5-12. Recuperado de [Http://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/Butler\\_Model\\_1980.pdf](http://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/Butler_Model_1980.pdf)
- Coutinho, A. C. A. (2016) Concepção do estado das novas institucionalidades políticas: como isto reflete nas instâncias de governança em turismo? O caso do conselho estadual de turismo do Rio Grande do Norte. *Turydes (Málaga)*, 9 (15).
- Cohen, E. (1983). *The sociology of tourism*. Jerusalém, The Hebrew University.
- Farias, M. F. *Turismo Religioso na Cidade da Santa: A Percepção Da Comunidade Sobre A Construção do Complexo Turístico de Religioso Alto de Santa Rita, Santa Cruz/RN*. 2013. 180 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Centro De Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.
- Felix, J. P. S. (2018). *Análise das Relações entre o Apoio dos Residentes ao desenvolvimento do Turismo nas Comunidades Indígenas e Quilombola da Microrregião do Litoral Sul e Seus Antecedentes*. Canguaretama, RN. Monografia – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte.
- Gursoy, D. & Rutherford, D. (2004) Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals Of Tourism Research* 31(3): 495-516
- Lage, B. H.C., & Milone, P. C. (2001) *Economia do Turismo*. São Paulo: Atlas, (7).
- Leiper, N. (1979) The Framework Of Tourism: Towards A Definition Of Tourism, Tourist, And The Tourist Industry. *Annals Of Tourism Research* 6 (4): 390-407
- Lohmann, G., Panosso-Netto, A. (2012) *Teoria do Turismo: Conceitos, Modelos e Sistemas*. São Paulo: Aleph.
- Molina, S. (2003). *O pós-turismo*. São Paulo: Aleph (Série Turismo).
- Moreira, S. B., & Crespo, N. (2012). Economia do Desenvolvimento: das abordagens tradicionais aos novos conceitos de desenvolvimento. *Revista de Economia*, 36 (2), 25- 50.
- Mccool, S., Butler, R., Buckley, R., Weaver, & D., Wheeller, B. (2013). Is Concept Of Sustainability Utopian: Ideally Perfect But Impracticable? *Tourism Recreation Research*. 38 (2): 213-242.
- Milito, M. C., Marques-Júnior, S., & Alexandre, M L. (2015). Factores que influyen en el apoyo que los residentes dan a los mega eventos: Un estudio sobre la Fifa World Cup 2014 (Natal / RN - Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(1), 153-171.
- Moraes, E. A., Irving, M.; & Mendonça, T. (2018). Turismo de base comunitária na América Latina: uma estratégia em rede. *Turismo. Visão e Ação*, 20 (2), 249-265. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v20n2.p249-265>

- Nunkoo, R.; Ramkisson, H. & Gursoy, D. (2012) Public Trust In Tourism Institutions. *Annals Of Tourism Research*. 39(3), 1538-1564
- Nunes, M., & Menezes, M. (2018). Turismo de Base Comunitária: a reconstrução de identidades desde a experiência do encontro. *Revista Cenário*, 5(9), 96-108. <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v5i9.19441>
- Oliveira, M. M. (2016). *Como fazer pesquisa qualitativa*: 7 Ed. Petrópolis, Vozes.
- Pirilo, S., & Cerdan, L. (2010). *Turismo, Políticas e Desenvolvimento Humano*. Porto Alegre: Asterisco.
- Ruschmann, D. (2010). *Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo*. São Paulo: Manole.
- Seers, D. (1970) The Meaning Of Development. *Revista Brasileira De Economia*, 24 (3), Fundação Getulio Vargas: Rio De Janeiro.
- Silva, G. B.; & Marques-Júnior, S. (2016). Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: O caso de Santa Cruz (RN). *Brasil. Rev. Bras. Pesq. Tur.* São Paulo, 10(3), 497-515. Doi: <Http://Dx.Doi.Org/10.7784/Rbtur.V10i3.957>
- Smith, V. (1989). *Host and Guests: the antropology of tourism*. Philadelphia, University of Pensylvania Press.
- Sen, A. (2000) *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Swarbrooke, J. (2000) *Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental*. São Paulo: Aleph.
- Tomazzoni, E. L. (2009) *Turismo e Desenvolvimento Regional: dimensões, elementos e indicadores*. Caxias do Sul, RS: Educ.
- Tomazin, M., & Beni, M. C. (2017). Limites e possibilidades da inclusão social pela Política Nacional de Turismo: O caso do Programa de Regionalização do Turismo. *Revista Cenário*, 5 (8). Recuperado de <http://periodicos.unb.br/ojs311/index.php/revistacenario/article/view/15053>
- Tsaur, S. H.; Yen, C. H. & Teng, H. Y. (2018). Tourist-Resident Conflict: A Scale Development And Empirical Study. *Journal Of Destination Marketing & Management*. 10: 152-163. Dói: <https://Doi.Org/10.1016/J.Jdmm.2018.09.002>
- Urano, D. *et al.* (2015). Turismo e Desenvolvimento em Comunidades Litorâneas do Nordeste Brasileiro: Os Casos de Canoa Quebrada, CE, e Maracajaú, RN. *Revista Rosa dos Ventos*. 7 (4), pp. 574-590. Dói: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v7iss4p574>.
- Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. A. (2011). Explaining Residents' Attitudes To Tourism Is A Universal Model Possible? *Annals of Tourism Research*. 38(2):460-480.



# TURISMO FERROVIÁRIO: CONTRIBUIÇÕES E ENTRAVES DO GRUPO DE TRABALHO INTERMINISTERIAL PARA GESTÃO RESPONSÁVEL DO PATRIMÔNIO FERROVIÁRIO BRASILEIRO<sup>13</sup>.

*Rail Tourism: Contributions and Barriers of the Interministerial Working Group for Responsible Management of the Brazilian Railway Heritage.*

Vânia Oliveira Antunes<sup>14</sup>

Flávia Luciane Scherer<sup>15</sup>

## RESUMO:

Este trabalho objetivou analisar as contribuições do Grupo de Trabalho Interministerial (GT) do Turismo Ferroviário proposto pelo Ministério do Turismo do Brasil e oficializado pela Portaria nº 18/2010. Como cenário do estudo descreveu-se a estrutura de gestão do patrimônio ferroviário brasileiro e a proposta do GT. A seguir buscou-se identificar as contribuições relacionados às ações deste grupo, e, por fim, identificou-se as problemáticas de um modelo de administração pública calcado em um paradigma burocrático, bem como a fragilidade da proposta do GT como elemento de política pública de preservação do patrimônio ferroviário brasileiro.

**Palavras-Chave:** Gestão Pública, Turismo Ferroviário, Políticas Públicas, Bens Ferroviários.

## ABSTRACT:

This study aimed to analyze the contributions of the Interministerial Working Group (GT) of Tourism Railway proposed by The Brazilian Ministry of Tourism and made official by Administrative Rule no. 18/2010. As scenario of the study the structure of management of the Brazilian railway assets and the GT proposal was described. Next, we sought to identify the contributions related to the actions of this group, and, finally, we identified the problems of a public administration model based on a bureaucratic paradigm, as well as the fragility of the proposal of the group as an element of public policy of Preservation of the Brazilian railway assets.

**Keywords:** Public Administration, Railway Tourism, Public Policies, Railway Goods

---

13 Trabalho realizado no âmbito do programa de pós-graduação em Gestão Pública da Universidade Federal de Santa Maria – RS Brasil.

14 Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul e doutoranda em Turismo pela Universidade de Aveiro, Portugal. Professora substituta do Instituto Federal Farroupilha – Campus São Borja para eixo Turismo, Hospitalidade e Lazer. vania.antunes2014@gmail.com

15 Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Professora da Universidade Federal de Santa Maria – RS Brasil. Flavia.schefer@globo.com

## INTRODUÇÃO

A análise aqui proposta tem por objeto a Gestão do Patrimônio Ferroviário Brasileiro em seu uso turístico. A extinção da Rede Ferroviária Federal, iniciado em 1999, trouxe ao governo brasileiro o grande desafio de dar conta da imensa quantidade de bens não operantes, que não interessaram as concessionárias que arrendaram as malhas brasileiras.

Do processo de liquidação, encerrado em 2007, foi determinado que os bens operacionais fossem inseridos nos contratos de repasse das concessionárias e aos bens não operacionais foram dados dois encaminhamentos. Os que possuíam função comercial foram colocados em um fundo para serem vendidos e os recursos utilizados no pagamento de possíveis dívidas da empresa. Já os bens não operacionais, sem vínculo comercial que fossem de interesse histórico e cultural foram repassados ao IPHAN (Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) ou aos estados e municípios.

A estrutura de gestão destes bens, em sua concepção jurídica formal parece funcionar, mas na realidade o que se observa é um processo lento, burocrático e cheio de entraves que resultou o abandono e a degradação de bens valiosos ao país. A gestão do patrimônio nacional é uma tarefa difícil e complexa, e no caso da RFFSA<sup>16</sup>, apesar dos esforços da inventariança e da Secretaria do Patrimônio da União do Ministério do Planejamento, está se apresentando ineficiente.

Se por um lado esta gestão apresenta problemas, por outro, existem iniciativas de intervenção desta realidade, resultado do esforço de entusiastas da ferrovia, que tentam manter a história e o patrimônio deste meio de transporte que foi tão importante para o desenvolvimento do país. Dentre estas iniciativas, o uso dos bens para fins turísticos e culturais vem crescendo a cada ano e o turismo industrial ferroviário se apresentando como uma das possibilidades de preservação.

Atentos a esta possibilidade, diversas localidades levaram suas demandas ao Governo Federal, que como resposta instalou um Grupo Interministerial para debater estratégias de desenvolvimento do setor. Aos representantes públicos uniram-se entidades preservacionistas, estudiosos e outros entes da sociedade civil organizada.

Tendo como pressupostos as teorias da administração pública e das políticas públicas, esta pesquisa objetivou analisar as possíveis contribuições e entraves do Grupo de Trabalho Interministerial para a gestão eficiente e responsável do patrimônio ferroviário brasileiro, tendo como eixo seu uso turístico e cultural.

---

<sup>16</sup> RFFSA – Rede Ferroviária Federal S/A.

## O PATRIMÔNIO FERROVIÁRIO E TURISMO

O Patrimônio Ferroviário brasileiro é definido como parte de seu patrimônio cultural. Conforme o Decreto Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937 em seu Capítulo I artigo 1º constituem-se:

o patrimônio histórico e artístico nacional o conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico. (p.1)

O patrimônio Cultural material ou imaterial é recriado ou resinificado com o objetivo de fortalecer a cidadania e a memória do lugar. De acordo com Barreto (2000) “pode ser considerado um mediador entre o passado e presente, uma âncora capaz de dar uma sensação de comunidade em relação a um passado nacional, de ser um referencial capaz de permitir a identificação com uma nação” (p.10).

Mais do que conferir uso e conservação, a gestão do patrimônio cultural é fundamental para a preservação da memória de um povo, o fortalecimento da identidade e da cidadania. Nesta visão o Turismo contribui como indutor deste processo. Isso se dá principalmente pelo fato das pessoas viajarem em busca de conhecer o outro, vivenciar a experiência de uma inter-relação cultural, assim o valor turístico de um lugar está enraizado em sua cultura e patrimônio.

Um dos eixos estudados dentro do turismo é a utilização deste patrimônio cultural para fins turísticos. Neste sentido é importante considerar que há uma profunda diferença entre cultura e patrimônio. De acordo com Silva (2000) o patrimônio não é o legado que é herdado, mas uma seleção consciente chancelada pela população. Constitui-se de um processo simbólico de legitimação social e cultural. O patrimônio mantém com a cultura uma relação metafórica (Pérez, 2003).

Em termos de uso e conservação deste patrimônio, os debates relacionados à sua função turística trazem à tona seus impactos. O turismo transforma o patrimônio cultural em bem potencialmente desejável pela experiência do turista, impondo-o um valor comercial (Pérez, 2003).

A crescente comercialização do patrimônio poderá gerar uma descaracterização de seu real valor. Silva afirma que (2000)

as tendências de valorização comercial do patrimônio têm por vezes dado lugar a versões extremas da utilização turística dos recursos patrimoniais. Não raras às vezes, são recriados pseudo-eventos históricos comparáveis a modelos de entretenimento *kitsch* do tipo Disneylândia (p. 29).

Por outro lado, são incontestáveis os possíveis benefícios que o turismo traz para o uso e conservação destes bens. O patrimônio torna-se um componente essencial do turismo com

implicações econômicas e sociais evidentes. Há um potencial benefício as cidades que desenvolvem o turismo cultural podendo gerar emprego, renda e contribuir para economia local (Silva, 2000). Outro fator relevante é o benefício no que concerne aos custos de preservação deste patrimônio. No campo sociocultural contribui para valorização da cultura e fortalece a identidade local comunitária e pode ser utilizado como forma de educação patrimonial.

A relação entre o patrimônio e turismo possui diversas vertentes que não serão aprofundadas neste estudo. Foca-se em no turismo industrial ferroviário. O conceito de patrimônio cultural é ampliado e conforme Abad (2004) deixa de ser considerado apenas resultado do processo histórico e artístico e considera também o patrimônio produzido pelo processo de industrialização. O conceito de patrimônio evoluiu com a sociedade e reforça a memória coletiva.

Segundo o autor, o turismo industrial permite conhecer o passado e valorizar os processos produtivos e técnicos. O uso do patrimônio industrial é mais jovem de todos os patrimônios por que abarca um conjunto de estruturas, peças e máquinas que foram utilizadas (Abad, 2004). Inserido neste cenário está o transporte ferroviário e a utilização de seu patrimônio para fins turístico.

Entre estes usos se destacam as ferrovias turísticas. Conforme Allis (2007) “as ferrovias turísticas são determinadas a partir do refinamento do entendimento sobre o deslocamento para o turismo, em que a atratividade se dá mais pelo diferencial deste meio de transporte, do que pelos fatores logísticos” (p. 116). O tom de nostalgia e a curiosidade são motivadores para a demanda das ferrovias turísticas, que possuem um apelo lúdico, romântico e aventureiro. De acordo com Thomson (2004, como citado em Allis, 2007) sua utilização é percebida em duas categorias:

Tipo 1 - Reutilização do patrimônio ferroviário como transporte entre destinos. Neste caso, o atrativo principal é a paisagem onde o trem se desenvolve.

Tipo 2 – Uso como Produto Turístico, onde a atratividade é a própria composição e suas características físicas.

No Brasil, até o momento, estão em operação 18<sup>17</sup> trens turísticos distribuídos em oito estados (um trem no Espírito Santo, três em Minas Gerais, um em Pernambuco, dois no Paraná, um no Rio de Janeiro, um no Rio Grande do Sul, três em Santa Catarina e quatro em São Paulo) todos associados à ABOTTC (Associação Brasileira de Operadores de Trens Turísticos e Culturais).

A maioria dos trens autorizados são operados pela ABPF (Associação Brasileira de Preservação Ferroviária) uma entidade sem fins lucrativos fundada em 1977 e que objetiva a preservação e divulgação da história ferroviária brasileira. Os demais são operados por empresas turísticas e em alguns casos a autorização está em nome de prefeituras, como é o caso da Prefeitura

---

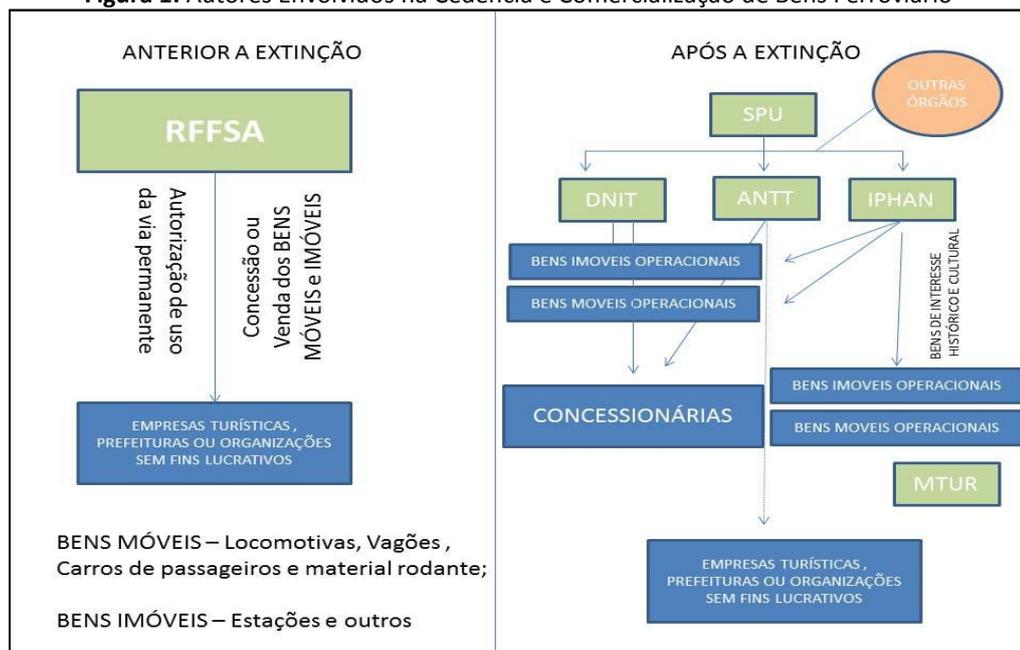
<sup>17</sup> No entanto, na ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres são autorizados a operar 25 empreendimentos/trens turísticos.

São José do Rio Preto em São Paulo e Prefeitura de Paraíba do Sul no Rio de Janeiro. Algumas outras iniciativas de preservação foram realizadas pelo Movimento de Preservação Ferroviário principalmente no que diz respeito aos museus ferroviários.

O processo de autorização de operação é realizado pela ANTT (Agência Nacional de Transportes Terrestres) e é regido pela Resolução nº 359 de 26.11.2003. No entanto, a entidade presume que a titularidade dos bens em questão (locomotivas, carro de passageiros e afins) esteja com o operador do projeto. Isso se deu na maioria dos trens em operação que negociaram ou adquiriram os bens antes da extinção da RFFSA. Com o processo de encerramento da empresa, os atores que possuem a governança dos bens se multiplicaram conforme demonstrado na figura II. E por isso o processo de transferência e cessão destes bens se tornou mais complexa. Isso se deu pois com a extinção da RFFSA o Governo Federal teve o desafio de incorporar estes bens e revisar os contratos de arrendamento. Ao Ministério do Transporte caberia coordenar e supervisionar a inventariação e os contratos de arrendamentos e ao Ministério da Fazenda o planejamento da estruturação das comissões de inventário e a definição do plano de ação e dos processos e rotinas da inventariação bem como reavaliar os ativos operacionais e não operacionais.

Especificamente em relação aos bens, foi definido que ao DNIT (Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes) seriam encaminhados os bens móveis não operacionais; a ANTT (Agência Nacional de Transportes Terrestres) os contratos de arrendamento. Ao IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) seriam encaminhados os bens móveis de valor artístico, histórico e cultural e ao SPU (Secretaria do Patrimônio da União) os bens imóveis não operacionais.

**Figura 1:** Autores Envolvidos na Cedência e Comercialização de Bens Ferroviário



Fonte: Elaboração da autora, 2016

A complexidade se dá no momento que os processos para operação passam a relacionar outros órgãos que em suas estruturas possuem processos para cedência dos bens moveis e imóveis bem como a autorização de uso da via permanente (uso dos trilhos que já existem).

Neste cenário o Ministério do Turismo do Brasil, que também recebeu demandas para financiamento das necessidades infra estruturais de projetos de trens turísticos entendeu que seria importante reunir todos os envolvidos públicos federais para formular processos comuns que pudessem dar conta desta complexidade. Foi em 2009, que surgiu durante o 1º Encontro das Cidades Históricas e Turísticas, realizada em Paranaguá (PR) a ideia de formar um Grupo de Trabalho interministerial que refletisse a respeito do turismo ferroviário brasileiro.

### **A PROPOSTA DE APOIO À PRESERVAÇÃO FERROVIÁRIA: O GRUPO INTERMINISTERIAL DE TRABALHO FERROVIÁRIO**

O Grupo Interministerial de Trabalho Ferroviário oficializou-se por meio da Portaria nº18 do Ministério do Turismo do Brasil em 25 de fevereiro de 2010 com o “objetivo de desenvolver uma política de fomento ao turismo ferroviário no Brasil, especialmente, no que concerne ao segmento de Trens Turísticos e Culturais, com a finalidade de recuperação, requalificação e preservação dos trechos em atividade ou desativados”.

Sua competência era definir os critérios técnicos para análise de projetos concernente à política de fomento ao turismo ferroviário brasileiro, sendo o mesmo composto por três representantes do Ministério de Turismo, um representante do DNIT, um representante do SPU (Secretaria de Patrimônio da União), do BNDES, do IPHAN, da inventariança da RFFSA e Ministério dos Transportes. De acordo com o Mtur (2009):

O objetivo é dar celeridade aos projetos que já estão em tramitação e aos próximos que entrarem, a fim de utilizar o patrimônio ferroviário e preservar os prédios históricos que hoje sofrem abandono e depredação. A ideia é beneficiar não só os turistas, mas a população local, que pode desfrutar desses equipamentos para lazer, entretenimento e cultura.

Foram debatidos os critérios técnicos para apresentação de propostas de trens turísticos e em julho de 2010, durante o II Encontro Nacional de Cidades Históricas e Turísticas, em Pirenópolis (GO) foi lançada uma cartilha de orientações para propostas:

A cartilha é ilustrada e dividida em capítulos. Na apresentação faz um breve relato sobre a história das ferrovias no mundo e no Brasil. Depois, informa quem pode apresentar propostas ao GT e descreve as diretrizes gerais do projeto. O documento traz ainda modelos de formulários de solicitação de projetos de trens turísticos e um glossário. Em anexo, lista os documentos necessários

para a obtenção de autorização de transporte não regular de passageiros com finalidade turística. (Brasil, 2010)

Após o lançamento da cartilha o grupo continuou a trabalhar e, em 2011, em reunião foram identificadas as demandas relacionadas às propostas e as operações, conforme identificadas no quadro III e criados dois grupos. Um deles para tratar das questões relacionadas à destinação do patrimônio da extinta Rede Ferroviária Federal S.A. O outro grupo tinha o objetivo de debater a operação dos trechos ferroviários e buscar solucionar como questões relacionadas à regulamentação dos serviços, incentivos, composição de tarifas, investimentos públicos e privados, entre outros.

**Quadro I** - Demandas relacionadas à Operação e as Propostas de Trens Turísticos

| <b>Demanda</b>  | <b>Explicação</b>  |
|---|--|
| <b>Trâmites relacionados à cessão e destinação do patrimônio da extinta RFFSA</b> | Facilitar o repasse, por meio de instrumentos legais, do patrimônio móvel e imóvel da RFFSA, tais como vagões, locomotivas, móveis, estações ferroviárias, entre outros.   |
| <b>Operação dos trechos ferroviários</b>  | Regulamentação dos serviços: as operadoras se queixavam da relação entre os operadores e as concessionárias, sendo indicado que muitas vezes as concessionárias não priorizam a passagem dos trens turísticos, deixando-os parados para passagem de trens de cargas. |
| <b>Composição dos custos</b>  | Foram identificados problemas na relação com as concessionadas e cobranças indevidas <sup>3</sup> em trechos não operados pelas empresas.  |
| <b>Investimentos</b>  | Os bens móveis e imóveis que necessitariam de adequações e revitalizações. Deveriam ser definidos quais os órgãos e verbas que poderiam ser utilizados para cada tipo de bem e serviço, bem como verificar possibilidades de linhas de financiamento privadas.       |

**Fonte:** elabora da autora (2016)

Em 2012 foi inserida na pauta do Grupo de Trabalho a possibilidade de criação de “cruzeiros ferroviários, como já acontece com os navios, com paradas estratégicas em pontos turísticos”. Foi incentivada uma parceria entre o SEBRAE e a ABOTTC, que resultou em um estudo e uma análise das operações no que se refere a nove áreas diferentes – economia, estratégia, inovação, marketing, vendas, atendimento, pessoal, associativismo e sustentabilidade. Deste trabalho se apontou recomendações, nas quais foram base para um programa de capacitação, aprimoramentos técnico-comerciais, de gestão e de planejamentos estratégicos (MTur, 2012). Como resultados do trabalho do GT o Ministério do Turismo destacou:

- A operação do trem turístico de São José do Rio Preto, conhecido como Trem Caipira. A compra da locomotiva foi feita pela prefeitura da cidade, com investimentos de R\$ 731 mil do MTur;
- A Revitalização da estação ferroviária de Ceará-Mirim, que transporta trabalhadores e estudantes entre Ceará-Mirim a Natal, no Rio Grande do Norte, que recebeu R\$ 188 mil do MTur;

- Revitalização como polo cultural da estação ferroviária de Joinville, em Santa Catarina, considerado patrimônio histórico do estado e ponto turístico da cidade. Recebeu R\$ 220 mil do MTur para reforma e está aberta para visitas, com entrada gratuita;
- Revitalização das estações ferroviárias da cidade de Rio das Flores (RJ) e de Passo Fundo (RS), ambas recuperadas com o apoio do MTur. O parque da Gare, onde fica a estação de Passo Fundo (ponto turístico usado para a prática esportiva, exposições culturais e artísticas).

## **METODOLOGIA**

Para cumprir os objetivos do estudo se utilizou a pesquisa exploratória de caráter qualitativa. De acordo com Michel (2005) a aplicação deste método tem por objetivo auxiliar “na definição de objetos e levantar definições sobre o assunto objeto estudado” (p. 32).

Caracteriza-se como uma pesquisa que busca em documento, livros, acervos entre outros, revisitando categorias de análise. Conforme Triviños (1987), “o pesquisador aprofunda seu estudo no limite de uma realidade específica, buscando antecedentes, maior conhecimento para em seguida, planejar uma pesquisa descritiva ou de tipo experimental” (p. 109). Optou-se pela natureza descritiva buscando como fonte de dados além de livros, acervos e documentos dos órgãos públicos envolvidos na gestão dos bens ferroviários.

O estudo foi realizado nos meses de outubro a dezembro de 2015 e revisado em maio de 2017. Como fonte de pesquisa se utilizou livros, documentos e artigos científicos publicados em revistas indexadas na base de dados *scopus*, bem como utilizou-se os sites oficiais e documentação *on line* disponibilizado pelos órgãos.

Posteriormente foram aplicados questionários semi-estruturados aos órgãos públicos e entidades relacionadas à gestão dos bens, utilizando como critério que estes fossem participantes do GT Ferroviário. Elaboraram-se dois questionários distintos, sendo um encaminhado a órgãos públicos e o outro as entidades, conforme segue:

- Órgãos Públicos: Ministério do Turismo do Brasil, Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes, Agência Nacional de Transportes Terrestres, Secretaria de Patrimônio da União, Inventariança da RFFSA;

- Entidades: ABPF – Associação Brasileira de Preservação Ferroviária, Associação Brasileira de Trens Turísticos e Culturais e Movimento de Preservação Ferroviário.

Dos nove órgãos que participaram do GT, seis responderam aos questionamentos (67%).

Para o tratamento dos dados se utilizou a técnica da análise de conteúdo, que segundo Michel (2005, p. 50) tem o objetivo de aprofundar as “informações prestadas pela pessoa que fornece os dados, procurando ver e analisar, em maior profundidade, a pertinência das respostas, a

lógica, a ocorrência, a fidedignidade dos dados informados, e eventuais distorções e omissões voluntárias” (Michel, 2005, p. 50).

A partir deste foi possível delinear as contribuições e entraves das ações propostas pelo grupo e que serão apresentadas a seguir.

## **CONTRIBUIÇÕES E ENTRAVES DAS AÇÕES DO GRUPO INTERMINISTERIAL DO TURISMO FERROVIÁRIO**

Para verificar as contribuições e entraves das ações do Grupo Interministerial de Trabalho ferroviário se buscou cruzar os objetivos e propostas apresentadas com o depoimento dos pesquisados.

Inicialmente foram formuladas perguntas que objetivaram captar a opinião de cada participante com relação à situação dos bens ferroviários brasileiros e seu processo de gestão. Responderam completamente os questionamentos quatro participantes (ABPF, ABOTTC, INVENTARIANÇA e DNIT) e parcialmente dois (Ministério do Turismo e ANTT). Com relação aos bens há consenso e clareza que o patrimônio ferroviário brasileiro se encontra em situação precária. Para o DNIT os bens que estão com as concessionárias, em geral, estão em boas condições.

Já os bens fora de uso, muitas vezes, são mal conservados, pois julgam que é responsabilidade do DNIT. Os bens fora de uso, sob-responsabilidade do DNIT, não conseguem ser mantidos em boas condições, pois não há estrutura administrativa governamental que alcance tamanha abrangência.

Já para a ABPF, a grande maioria dos bens ferroviários, móveis ou imóveis, encontra-se em situação preocupante. “O material rodante abandonado em pátios e virando sucata, as estações e outros prédios em ruínas. Somente o material rodante entregue a entidades preservacionistas e a algumas prefeituras estão bem conservados”. Para a ABOTTC “Infelizmente só está conservado os materiais rodantes que estão sendo usados pelos trens turísticos em operação e estações contempladas nos mesmos programas, ou ocupadas por prefeituras”.

Para os participantes, entre os fatores que contribuíram para o sucateamento do patrimônio estão:

- A paralização e redução do sistema ferroviário brasileiro;
- A burocracia que emperra a cessão dos bens para aqueles que poderia recupera-los e/ou utiliza-los;
- O Lobby das empresas ferroviárias e o descumprimento dos acordos de concessão;
- A má utilização do patrimônio público ferroviário pelas empresas concessionárias;
- A falta de uma política séria de controle dos bens.

Com referência a gestão os participantes destacam que são poucos os exemplos de boas práticas.

Além das entidades preservacionistas, algumas prefeituras estão dando bons exemplos e algumas concessionárias estão dando raros exemplos de preservação. São mais de 5.000 estações ferroviárias existentes no Brasil. Estima-se que menos de 5% estão preservadas (ABPF, 2015).

Para a inventariança da RFFSA e a ANTT o processo de gestão dos bens é claro e foi determinado por legislação.

Com a extinção da RFFSA, por força da Lei nº 11.483/2007, regulamentada pelo Decreto nº 6.018, de 22/01/2007, a propriedade dos bens imóveis não operacionais da extinta empresa (bens não arrendados às concessionárias de transporte ferroviário de carga) foi transferida para a União, representada pela Secretaria de Patrimônio da União - SPU, vinculada ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão ([www.planejamento.gov.br](http://www.planejamento.gov.br)). No caso dos bens arrendados às citadas Concessionárias, bem como dos bens móveis não operacionais da extinta RFFSA, a propriedade destes bens é do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes - DNIT ([www.dnit.gov.br](http://www.dnit.gov.br)). Cabe ainda esclarecer que, neste contexto, cabe à ANTT ([www.antt.gov.br](http://www.antt.gov.br)) a gestão dos contratos de concessão e arrendamento de bens (Inventariança da RFFSA, 2015).

Um dos principais problemas apontados pelos participantes é que no processo de inventaria as entidades receberam um patrimônio enorme, no entanto não tiveram aumento de estrutura (pessoal, estrutura física e financeira). Outra questão levantada é a burocracia e o entendimento equivocado para uso destes bens. “Muitas vezes aparecem oportunidades de restauro e desenvolvimento econômico, porém, às vezes sem justificativa legal, simplesmente é barrado” (DNIT, 2015). Os fatores apontados como entraves para uma boa gestão são:

- A falta de registros imobiliários (muitos bens não possuem registro, pois se encontram as margens das vias);
- A existência de muitas entidades interessadas (ONGs);
- A interferência do Ministério Público;
- Enorme burocracia e a falta de uma diretriz oficial a ser seguida pelos gestores.
- A falta de Estrutura, burocracia e bom senso.

A gestão do patrimônio ferroviário brasileiro é complicada e sua situação é resultado de vários fatores apontados neste estudo. Percebe-se que quanto ao processo de administração público há um hiato entre o discurso gerencial e a realidade burocrática da máquina pública brasileira. As alternativas de solução das problemáticas do setor ferroviário brasileiro não foram eficientes, pois não acompanhou a estruturação dos órgãos e entidades para a transição do sistema burocrático, pesado para um novo modelo, onde o papel do governo seria o de controle. Este hiato também não permitiu a estruturação da fiscalização de forma responsável e eficaz.

Em seguida se questionou a respeito das possíveis contribuições do GT ferroviário. O Ministério do Turismo esclareceu que o GT encontra-se paralisado, mas acrescentou que “continua apoiando iniciativas para implantação e revitalização do patrimônio ferroviário brasileiro”. Destacou que “investiu cerca de R\$ 20 milhões na implantação de trens turísticos e na recuperação de estações e trechos ferroviários”.

Já o DNIT reconheceu a contribuição do GT para “destravar o processo de cessão dos bens sem uso”. Para a ABOTTC a contribuição “infelizmente foi quase nula! Criaram uma cartilha que não funciona na prática. Envolveram as operadoras de trem em um momento em que já estava tudo definido e não pressionaram as operadoras de cargas no papel de viabilizar a operação de novos trens”. Para a ABPF não houve nenhuma contribuição do GT, infelizmente. GT Ferroviário Interministerial já foi extinto há algum tempo (...) foi produzido aquela Cartilha para Orientação sobre Implantação de Trens Turísticos repleta de equívocos, da qual não resultou nenhum trem. Os únicos que foram implantados foram os de Rio Acima (resultado de parceria entre empresa privada e prefeitura), que contou com material rodante adquirido no mercado e não cedido pelo Dnit, Rede ou Iphan, mas que encontrou toda sorte de dificuldades impostas pela ANTT, tendo que entrar com liminar na Justiça para que o trem pudesse funcionar, e o trem de Guararema (recém-inaugurado), operado pela ABPF com seu próprio material rodante, mas que também teve grandes dificuldades com a ANTT e a Concessionária para conseguir entrar em operação. Do ponto de vista de Gestão do Patrimônio Ferroviário, também absolutamente nada foi feito pelo GT. A Rede concluiu o Inventário sobre o patrimônio histórico ferroviário e passou para o Iphan que, por sua vez, não quis receber.

Retomaram-se os objetivos e propostas apresentadas pelo grupo, inter-relacionando as ações com o exposto pelos pesquisados, conforme o quadro II.

**Quadro II – Inter-relação das ações do GT com o exposto pelos pesquisados.**

| OBJETIVOS E PROPOSTAS DO GT  | APONTAMENTOS   |
|--|--|
| Desenvolver uma política de fomento ao turismo ferroviário com a finalidade de recuperação, requalificação e preservação dos trechos em atividade. | Não houve progresso. Iniciou-se um trabalho, porém a alteração do cenário político e a mudança dos gestores na Secretaria de Políticas Públicas do Ministério do Turismo paralisou o processo e as ações do grupo. |
| Dar celeridade aos projetos já em tramitação a fim de utilizar o Patrimônio Ferroviário.   | Houve a tentativa de implantação da Cartilha, no entanto, a mesma não foi chancelada pelos atores governamentais e não governamentais que faziam parte do processo.  |
| Buscar melhoria nos trâmites relacionados à cessão e destino do Patrimônio Ferroviário.  | Há o entendimento que o grupo contribuiu para o melhoramento das ações e trâmites relacionados à cessão do Patrimônio.   |
| Buscar solucionar os entraves para a operação dos trens turísticos.  | Não houve progresso  |
| Composição de custos e investimentos   | Foram feitos investimentos, mas não foram utilizadas as recomendações do GT.   |

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Percebe-se que as demandas para as ações propostas para o grupo foram parcialmente reconhecidas, por meio dos debates relacionados, entre outros, pelos Encontros Nacionais de Cidades Históricas e Turísticas. Porém a construção da agenda não integrou importantes parceiros, que posteriormente apontaram problemáticas significativas como a necessidade de debate entre os operadores e as concessionárias.

A tentativa de formular uma política de fomento aos trens turísticos e, por conseguinte de utilização dos bens ferroviários não foi alcançada pelo GT Ferroviário. A iniciativa tratou-se de uma proposta incrementalista<sup>18</sup>, que não foi inserida nem contemplada no planejamento dos órgãos participantes, ficando muito ao nível do setor técnico.

Seu desenvolvimento apresentou entraves político-institucionais, tanto na falta de articulação entre o corpo político (Ministros), o Estado propriamente dito e a sociedade civil organizada, quanto na falta de continuidade política. O coordenador do GT é o Ministério do Turismo do Brasil. De 2009 a 2017 esta pasta possuiu oito titulares diferentes (Luiz Barretto Filho, Pedro Novais, Gastão Vieira, Vinícius Lages, Henrique Alves, Alberto Alves – interino – Alessandro Teixeira e Max Beltrão) demonstrando a falta de importância político - estratégico do turismo brasileiro, que permite a pasta ser utilizada para satisfação de arranjos políticos. Esta instabilidade proporcionou a troca constante de gestores que não possuíam interesse em continuar o trabalho iniciado.

Outro fator relevante é à capacidade técnica e estrutural para dar apoio às propostas. Para a gestão destes bens é necessário de um entendimento mais amplo das possibilidades de uso destes bens para fins turísticos e culturais. Para tanto, é fundamental a integração entre todos os autores e principalmente clareza nos trâmites de cessão dos bens e autorizações. Percebe-se a dificuldade de integração causada pelo excesso de normas e impessoalidade dos processos que são típicos do modelo burocrático.

Há de se reconhecer que a iniciativa de criação do Grupo de Trabalho foi elogiável e que houve contributos, mesmo que sejam mínimos, principalmente nas relações interministeriais. No entanto deveria haver maior responsabilidade dos gestores quanto à preservação destes bens. Neste aspecto o turismo poderia contribuir de forma significativa para o desenvolvimento de políticas preservacionistas, no entanto é preciso capacitar tecnicamente os atores e aplicar efetivamente ações gerenciais que contribuam para a implantação dos projetos futuros.

---

<sup>18</sup> Política pública incrementalista – conforme Ruas (2009) política pública incrementalista: busca solução de problemas imediatos resultantes de demandas da sociedade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aqui apresentado teve como objeto a Gestão do Patrimônio Ferroviário Brasileiro. Buscou-se por meio da descrição da realidade dos bens ferroviário, analisar o cenário o qual propiciou a criação do Grupo de Trabalho Interministerial.

Identificaram-se os elementos que permearam a tentativa de formular uma política de fomento aos trens turísticos e, por conseguinte de utilização dos bens ferroviários. Foram entrevistados os membros do GT e do cruzamento dos dados levantados com as entrevistas, se consideram que houve contribuições do grupo de trabalho no que diz respeito à integração interministerial, porém no geral não cumpriu seus objetivos.

A iniciativa tratou-se de uma proposta incrementalista, que não foi inserida nem contemplada no planejamento dos órgãos participantes, ficando restrito aos participantes. À falta de integração político institucional e as mudanças nas equipes gestores causaram a descontinuidade do trabalho iniciado. Infelizmente estes entraves propiciam a degradação dos bens ferroviários e a não utilização dos mesmos para fins turísticos e culturais da forma prevista pelo Grupo de Trabalho.

O caso apresentado exemplifica a realidade da administração pública brasileira. O descompasso entre o discurso gerencial e as práticas burocráticas, a distorção da visão política, a dificuldade de implantação de políticas públicas responsáveis e integradas são alguns dos fatores recorrentes. A administração pública brasileira precisa evoluir muito e acredita-se que por meio da educação dos atores públicos, e do debate de formas inovadoras para superar estes entraves se possível encontrar outros caminhos mais eficazes de conduzir as questões públicas.

## REFERÊNCIAS

- Abad, C. (2004). La Reutilización del Patrimonio Industrial como Recurso Turístico. Aproximación Geográfica al Turismo Industrial. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, 57,7-32, Espanha.
- Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF). (2015). **Histórico**. Disponível em <<http://www.abpf.com.br>> Acessado em 20 de novembro de 2015.
- Allis, T (2002). Ferrovia e Turismo Cultural – Alternativa para o Futuro da Vila de Paranapiacaba. *Turismo em Análise*. São Paulo.13 (2):29-53.
- Barretto, M (2007). *Cultura e Turismo: Discussões Contemporâneas*. Campinas: Papirus.
- Brasil (2002). *Código Civil Brasileiro*. Disponível <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em 15 de novembro de 2015.
- Confederação Nacional De Transporte (CNT). *Transporte Ferroviário*. Disponível em <<http://www.cnt.org.br>>. Acessado em 20 de novembro de 2015.
- Departamento Nacional De Infraestrutura De Transporte (DNIT). (2015) *Histórico*. Brasília, 2015. Disponível em <<http://www.dnit.gov.br>>. Acesso em 15 de novembro de 2015

Goldenberg, M (1999). *A arte de pesquisar*. Rio de Janeiro: Record.

Inventariança Da Rffsa – Rede Ferroviaria Federal S.A.(2007). *Relatório de Atividades da Inventariança*. Disponível em < <http://www.rffsa.gov.br>>. Acesso em 15 de novembro de 2015.

Michel, M.H. (2005). *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. Atlas.

Misleh, S (2013). Ferrovária Precisa Superar Sucateamento e Concessões Desastrosas. *Jornal do Engenheiro* Ano XXXII, nº 424. São Paulo: SINDENG.

Ministério do Turismo (MTUR). (2015). *Atas e Notícias – GT Ferroviário*. Disponível em <<http://www.mtur.gov.br>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015

Perez, X (2003). *Patrimonialização e Transformação das Identidades Culturais*. Portela J. e Castro Caldas. Portugal Chão. Oeiras.Ed. Celta 231-247.

Rede Ferroviaria Federal S.A. (2015). *Histórico*. Brasília, 2015. Disponível em <<http://www.rffsa.gov.br>>. Acesso em 15 de novembro de 2015.

Ruas, M. (2009) *Políticas Públicas*. Florianópolis: Departamento das Ciências da Administração/UFSC (Brasília): CAPES: UAB.

Silva, E. P (2000). *Patrimônio e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural*. IS CSC. Universidade Técnica de Lisboa: Antropológicas, nº4 217- 224, Lisboa.

Triviños, A. (1987). *Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa*. São Paulo (SP): Ed. Atlas.